

А.В. Шаршова
A.V. Sharshova

**ИНДЕКСЫ ЯЗЫКОВОЙ ЛИЧНОСТИ В ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ В
СОВРЕМЕННОМ АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

**INDEXES OF LINGUISTIC PERSONALITY IN THE GENDER ASPECT
IN MODERN ENGLISH-LANGUAGE POLITICAL DISCOURSE**

Статья посвящена исследованию особенностей гендерных маркеров в современном англоязычном политическом дискурсе. Исследование проводилось на видеоматериалах речей и дебатов англоязычных политиков. Цель работы заключается в исследовании и анализе гендерных особенностей изображения образа политика в англоязычном политическом дискурсе. Ключевыми методами исследования выступают метод компонентного анализа при работе с гендерными маркерами в высказываниях политиков, а также метод их логического сопоставления. Гендерные маркеры, присутствующие в речах как женщин, так и мужчин, были проанализированы в контексте политических дебатов. Технологический прогресс привел к стремительному развитию образа политических деятелей в масс-медиа, поэтому речи стали все более отработанными стилистически, эмоционально, по содержанию. В ходе исследования было выявлено, что тематика политических речей мужчин и женщин часто очень похожа, но гендер как социокультурная категория регулярно встречается в структурах речевого сознания индивида во время реальной дискуссии или речи. Исторически сложилось так, что исследования лидерства как социально-психологического феномена в основном не учитывали пол из-за того, что лидерская позиция по своей сути рассматривалась как мужская. Поскольку каждый конкретный политический лидер не может одинаково учитывать гендерные интересы обеих сторон, проблема гендерного паритета на политических руководящих должностях приобретает все большую актуальность. Проведенный анализ политических речей дал возможность доказать, что каждое слово, каждая конструкция заранее хорошо спланированы и умело используются в речах, создавая личный имидж и позитивную презентацию. Тем не менее, речи мужчин более сдержанны и не содержат большого количества эмоционально окрашенных единиц. Оценивая предмет, мужчины, в отличие от женщин, преимущественно используют слова с наименьшей эмоциональной окраской и однообразные стилистические средства. Анализ показал, что современные политики, как женщины, так и мужчины, прибегают к усилению своих речей использованием художественных средств. Мужчины чаще употребляют местоимения первого лица единственного числа, чтобы подчеркнуть собственные достижения, а женщины – местоимения второго лица множественного числа, ведь проще воспринимать определенное выражение, имеющее прямое отношение к нам самим.

Ключевые слова: *гендерный аспект, политический дискурс, переводческая трансформация, речь, гендерный маркер.*

The article is devoted to the study of the peculiarities of gender markers in modern English-language political discourse. The study was conducted on video footage of speeches and debates by English-speaking politicians. The purpose of the work is to study and analyze the gender characteristics of the image of a politician in English-language political discourse. The key research methods are the method of component analysis when working with gender markers in the statements of politicians, as well as the method of their logical comparison. Gender markers present in the speeches of both women and men were analyzed in the aspect of political debate. Technological progress has led to the rapid development of the image of political figures in the mass media, so speeches have become more and more refined stylistically, emotionally, and in content. The study revealed that the topics of political speeches by men and women are often very similar, but gender, as a socio-cultural category, is regularly found in the structures of an individual's speech consciousness during a real discussion or speech. Historically, research on leadership as a socio-psychological phenomenon has largely ignored gender due to the fact that leadership was inherently viewed as male. Since each particular political leader cannot equally take into account the gender interests of both sides, the problem of gender parity in political leadership positions is becoming increasingly relevant. The analysis of political speeches made it possible to prove that every word, every construction is well planned in advance and skillfully used in speeches, creating a personal image and a positive presentation. However, men's speeches are more restrained and do not contain a large number of emotionally colored units. When evaluating a subject, men, unlike women, preferentially use words with the least emotional coloring and monotonous stylistic means. The analysis showed that modern politicians, both women and men, resort to amplifying their speeches using artistic means. Men are more likely to use first-person singular pronouns to emphasize their own achievements, and women use second-person plural pronouns, because it is easier to perceive a certain expression that is directly related to ourselves.

Key words: *gender aspect, political discourse, translation transformation, speech, gender marker.*

DOI: 10.24888/2079-2638-2024-61-2-75-81

На современном этапе среди основных принципов исследования языковых явлений особое место занимает исследование гендерных маркеров в речах современных англоязычных политиков. Для успешной коммуникации между политическим лидером и его слушателями важно принимать во внимание не только базовые характеристики речи, ее наполняемость, но и гендерные аспекты, определяющие поведение лидера и усиливающие эффект от сообщения. Гендер служит фактором формирования устоявшихся отношений между женщинами и мужчинами и показывает их различия в способе ведения политической коммуникации, определении определенных ролей в обществе и выделении тем и черт присущим определенному лицу. Каждый политический деятель работает с наполненностью речи, ведь успех кампании напрямую зависит от того, насколько хорошо политик владеет искусством слова. Искусство ведения переговоров, дискурс и его коммуникативный компонент – вот что действительно может привлечь внимание слушателей. Поэтому, учитывая это тема гендера в политических речах является актуальной.

В последние десятилетия политический дискурс стал одним из самых популярных лингвистических и междисциплинарных объектов исследования и является наиболее изученным типом институционального дискурса. Наибольший вклад в это направление внесли исследователи С.Л. Славова, В. Фигаро, В.А. Чернявская, А.Р. Чудинов, Д.В. Шапочкин, И.С. Шевченко, А.И. Шейгал, В.С. Демьянков, В.И. Карасик, В. Окульская, П. Цап, А. Совинская. Цель этой работы состоит в исследовании и анализе гендерных

особенностей изображения образа политика в англоязычном политическом дискурсе и их воспроизведения. Материалом исследования служат аудио-и видеосообщения англоязычных политиков, а также печатные материалы о них в средствах массовой информации, тексты речей современных англоязычных политиков.

Сегодняшний день трудно представить без политики, а особенно без политических деятелей, привлекающих к себе особое внимание с помощью своего собственного стиля речи и пиар-программ. Коммуникативное поведение речевой личности проявляется с помощью невербальных и вербальных средств. Четкие жесты и выразительный язык тела экс-президента Дональда Трампа захватывает и тревожит одновременно. Независимо от того, возможно ли согласиться с политикой данного политического деятеля или нет, способность эпатировать толпу у этого мужчины не отнять. Критики считают его стиль чрезмерным и комичным, однако, по словам профессора Джеффа Битти [1], это может быть привлекательной чертой. Вероятно, самый узнаваемый жест Трампа «О'Кей» – сведенные в кольцо указательный и большой пальцы рук. Это движение, по мнению экспертов, помогает ему показать меткость и контролировать слова. Хиллари Клинтон мимикой лица и жестами рук также дублирует все свои произнесенные слова, так как якобы она все это почувствовала на себе и недалеко от этих проблем или вопросов. Она активно ведет себя при встрече с избирателями, обнимается и даже позволяет себя поцеловать. Однако данные действия нередко сопрягаются с гендерной природой. Проявлением гендерной специфики также считается тот факт, что женщина придерживается одинакового положения «рука в руке», которое присуще лишь светским дамам.

Когда люди участвуют в реальном коммуникативном и интерактивном взаимодействии, структуры их языкового сознания постоянно воспроизводят гендер как социальную концепцию. С точки зрения тематики выступлений, масштабов использования различных методов аргументации и сентиментальности замечаний следует рассматривать гендерность.

Во время проведения исследования было обнаружено, что тематика политических речей мужчин и женщин часто очень похожа. Особенно актуальность приобретают вопросы проблемы экономического спада (безработица, повышение цен, обеднение населения): *"Today's announcement reminds us that Americans are suffering in a struggling economy. Too many of our neighbors are living in poverty, too many can't find a job, and too many are living without health insurance"* (Сегодняшнее заявление напоминает нам о том, что американцы страдают из-за проблем в экономике. Слишком многие из наших соседей живут в бедности, слишком многие не могут найти работу и слишком многие живут без медицинской страховки) (Дж. МакКейн) [2]; *"With all of our country's resources, no child should ever have to grow up in poverty. Yet every single night, all across America, kids go to sleep hungry or without a place to call home"* (При всех ресурсах нашей страны ни один ребенок не должен расти в бедности. И все же каждую ночь по всей Америке дети ложатся спать голодными или им негде жить) (Х. Клинтон) [3].

Опасения по поводу надлежащего медицинского обслуживания, благополучия и обучения поднимаются в их речах как мужчинами, так и женщинами: *"Education is the civil rights issue of this century"* (Дж. МакКейн) [4]; *"And so the public schools are often in a no-win situation, because they do, thankfully, take everybody, and then they don't get the resources or the help and support that they need to be able to take care of every child's education"* (И поэтому государственные школы часто оказываются в безнадежной ситуации, потому что, к счастью, они принимают всех желающих, а затем не получают ресурсов, помощи и поддержки, которые им необходимы, чтобы иметь возможность позаботиться об образовании каждого ребенка) (Х. Клинтон) [5].

Политика в отношении речей мужчин, как правило, сосредоточена на таких вопросах, как борьба с бедностью, улучшение образовательных возможностей и рынок труда. В результате политики-мужчины гораздо чаще используют в своих речах такие

термины, как *education* (образование), *chance* (шанс), *employment* (занятость) и *poverty* (бедность), чем политики-женщины.

Из-за проблемы неравенства прав женщин, а именно обесценивания их в сферах, считающихся присущими мужчинам, в частности политика, речи женщин-политиков более сосредоточены на вопросах гендерного равенства, правах женщин в обществе, урегулировании конфликтов. Также женщины неоднократно ссылаются на личный опыт, семью или отношения для установления контакта с аудиторией. Частое употребление таких слов как *person* (человек), *women* (женщина), *girl* (девочка), *community* (сообщество), *family* (семья), *rights* (права), а также слов на обозначение действия как *cooperate* (сотрудничать), *support* (поддерживать), *work together* (работать вместе), *nurture* (лелеять), *care* (заботиться) еще раз это подтверждают.

Все политики стараются понравиться слушателям, приблизиться к ним, «достучаться» до каждого избирателя. Вышеупомянутый фактор заставляет политических лидеров упрощать язык и добавлять в свой словарь сленг, жаргон, ненормативную лексику. Для речи мужчин особенно характерно использование бранных слов. Это подтверждает Трамп: *"It is rigged system"* (Это фальсифицированная система), *"He is such a jerk"* (он такой придурок), *"I don't wear to pay"* (я отказываюсь платить), *"She is the worldclass liar"* (он первоклассный лжец) [6].

Проведенное исследование также показало, что речи американских политиков характеризуются большим количеством идиоматических единиц, которые делают их выступления достаточно выразительными и убедительными. Так, например, в инаугурационной речи Барак Обама использует ряд идиом, таких как: *"live and learn"* (век живи – век учись), *"nothing is impossible to a willing heart"* (терпение и труд все перетрут), *"future filled with hope"* (будущее полно надежды), *"I beg to differ"* (позволю себе не согласиться), *"against the clock"* (за короткое время), *"be in effect"* (действовать), *"place something on the agenda"* (поставить что-то на повестку дня), *"all the better"* (тем лучше), *"come into action"* (приступить к действиям), *"Affair of Honor"* (дело чести), *"to build on"* (создавать) [7].

Следует отметить, что в речах мужчин было обнаружено больше фразеологических элементов, например: *we know something is out of kilter (something is wrong)* (С. МакКини); *Give me a break...* (Дж. Байден); *We have to catch up to history...* (Дж. МакКейн). В речах женщин они также присутствуют. Хиллари Клинтон часто использует такие лексические единицы, как: *"key role"* и *"key goal"* (слово *key* употребляется в значении 'главный') и идиомы различной стилистической нагрузки, а именно *to be enough to make ends meet* (детям на молочко), *to turn a blind eye* (смотреть на что-то сквозь пальцы); *to roll one's sleeves up* (закатать рукава).

Совершенно новой для американской политической коммуникации была особенность кандидата в президенты от Республиканской партии Дональда Трампа давать прозвища своим оппонентам и повторять их при каждой возможности. Примером служат *Crooked Hillary* (мошенница Хиллари), *Lying Ted* (лживый Тед), *Little Marco* (мальш Марко), *Corrupt Kaine* (коррупцированный Кейн), *Low-energy Bush* (ленивый Буш). С одной стороны такой вид обращений можно расценивать в качестве лицемерия, унижения оппонентов с целью собственного превознесения, тогда как с другой – данное поведение позволяет слушателям воспринимать его оскорбления в адрес других политических деятелей как истину, переставая доверять им. В двух случаях это позволяет Дональду Трампу добиваться единого результата – агитировать, отдать голос избирателя только за него.

Следовательно, проведенное исследование употребления лексических единиц в политических речах представителей мужского и женского пола позволяет утверждать о том, что необходимо тщательно учитывать гендерный аспект, поскольку пол человека и социальные роли, которые он играет, в значительной степени влияют на тематическое наполнение и грамматическое оформление сообщения.

Гендерные маркеры видны в речах как женщин, так и мужчин, однако исследование показывает, что женская речь обычно более вежлива, с проявлениями понимания сложной ситуации и умения выражать сочувствие, где это необходимо. Это проявляется в использовании риторического приема эмфазы для усиления эмоциональности сообщения: *"I want our young people to know that they matter, that they belong, so don't be afraid. You hear me? Young people, don't be afraid. Be focused, be determined, be hopeful, be empowered"* (Я хочу, чтобы наши молодые люди знали, что они важны, что они принадлежат своему делу, поэтому не бойтесь. Вы слышите меня? Молодые люди, не бойтесь. Будьте сосредоточены, полны решимости, не теряйте надежды, обретайте силу) (Х. Клинтон) [8].

Интенсификаторы (*"the very best of the American spirit"* (все самое лучшее, что есть в американском духе)), усилители типа *"so", "very", "really"*), (так, очень, на самом деле), уклончивые фразы типа *"kind of", "sort of"*, прилагательные высшей степени сравнения (*"to live in the greatest nation on earth"* (жить в величайшей стране мира), трехсложные перечисления (*"unilateralism, preemption, and arrogance"* (односторонность, превентивность и высокомерие)); преувеличение (*"who think they're immortal"* (кто думает, что они бессмертны) и оценочная лексика (*"happily", "overwhelmed", "unfortunately"* (к счастью, ошеломлен, к сожалению), употребляемое для своеобразной речевой манипуляции аудиторией, заставляя ее сопереживать говорящему, также формируют эмоциональный настрой и позитивную презентацию американских женщин-политиков.

Следующий пример из речи Х. Клинтон, который содержит гиперболизированную экспрессивность, доказывает эту мысль: *"These abuses have continued because, for too long, the history of women has been a history of silence"* (Эти злоупотребления продолжаются, потому что слишком долго история женщин была историей молчания) [9].

Другим распространенным стилистическим средством являются эпитеты, которые используются для точной характеристики лица, предмета или явления, помогают наглядно представить эти явления, почувствовать отношение политика к определенным событиям, вызывая у людей определенную отрицательную или положительную оценку. Эпитеты, использованные Хиллари Клинтон, носят острый иронический и саркастический характер: *"yo-yo society", "ballooning national debt", "ill-advised effort"* (общество йойо, растущий государственный долг, опрометчивые действия).

Также Клинтон использует эпитеты, чтобы описать жителей РФ и их отношение к фразам американцев, указать на то, что украинцы коррумпированы. Клинтон говорит: *"transparent people", "accountable people", "mature leadership"* (прозрачные люди, ответственные люди, зрелое руководство).

Метафорические высказывания являются одним из важных элементов публичных речей Мишель Обамы (*"grounded under The glare of the national spotlight, to get the auto industry back on its feet, swallowed their fears, move heaven and earth"* (обосновался в центре внимания всей страны, чтобы поднять автомобильную промышленность на ноги, проглотить свои страхи, сдвинуть небо и землю)) [10].

Стилистически дебаты Хиллари Клинтон также характеризуются использованием метафорических фразы: *"get the bread-winner", "I know you live in your own reality", "insurance companies do what's called cherry picking", "add a penny to the debt", "make the economy fairer", "it was against a firestorm of special interest opposition", "went across the party line", "game the system"* (о реформе в сфере здравоохранения), *"move countries", "using both carrots and sticks"* (когда дискутирует на тему внешней политики), *"bring the immigrants out of the Shadows"* (говоря о реформе иммиграционной системы), *"loopholes and giveaways", "get back on the path we were", "get house in order again", "fix the problems on the backs of middle class families"* (о новом налоговом кодексе), *"a blank check", "talking to a brick wall", "as the referees of their conflict"* (применительно к войне в Ираке) (сходи за хлебом-победитель, я знаю, что вы живете в своей собственной реальности, страховые компании делают то, что называется сбор вишни, добавить ни копейки в долг, сделать экономику

более справедливой, это было на огненной особый интерес оппозиции, пошел по партийной линии, игровые системы (о реформе в сфере здравоохранения), движение стран, используя оба кнута и пряника (когда дискутирует на тему внешней политики), вывести мигрантов из тени (говоря о реформе иммиграционной системы), лазеек и подарками, вернуться на путь, по которому мы были, сделать дом снова в порядок, решение проблем семей среднего класса (о новом налоговом кодексе), карт-блани, разговор с кирпичной стеной, как арбитры в их конфликте (о войне в Ираке). В следующем примере возможно наблюдать использование сложных предложений и косвенных слов, использование эвфемизмов и метафор: *"Our political system is so paralyzed by gridlock and disfunction that most Americans have lost confidence that anything can actually get done"* (Наша политическая система настолько парализована тупиком и дисфункцией, что большинство американцев потеряли уверенность в том, что на самом деле можно что-то сделать) [11]. Таким образом, как мужчины, так и женщины используют стилистические средства для усиления сообщения, но женщины практикуют это чаще.

Местоимения второго лица единственного и третьего лица множественного числа, а именно *you (ты)* и *they (они)* являются характерной чертой мужских речей. Данные маркеры могут использоваться для усиления или похвалы сторонников или коллег: *"But they knew that however sharp and heartfelt their disputes, however keen their ambitions, they had an obligation to work collaboratively to ensure the Senate discharged its constitutional responsibilities effectively"* (Но они знали, что какими бы острыми и искренними ни были их споры, какими бы сильными ни были их амбиции, они обязаны работать сообща, чтобы Сенат эффективно выполнял свои конституционные обязанности) (Дж. Маккейн) [12].

Использование личных местоимений *I* и *they* является проявлением чисто маскулинного пола, но мужчины охотно обращаются к присущему феминному гендеру местоимению *we*, когда это необходимо. Женщины выбирают местоимение *we*, так как в большинстве случаев это показывает важность вклада избирателей в развитие страны: *"We need to have strong growth, fair growth, sustained growth. We also have to look at how we help families balance the responsibilities at home and the responsibilities at business. So we have a very robust set of plans"* (Нам нужен сильный рост, справедливый рост, устойчивый рост. Мы также должны подумать о том, как мы помогаем семьям сбалансировать домашние и деловые обязанности. Таким образом, у нас есть очень серьезные планы) (Х. Клинтон) [13].

Проведенный анализ политических речей дает возможность доказать, что каждое слово, каждая конструкция заранее хорошо спланированы и умело используются в речах, создавая личный имидж и позитивную презентацию. Тем не менее, речи мужчин более сдержанны и не содержат большого количества эмоционально окрашенных единиц. При оценке предмета мужчины, в отличие от женщин, в основном используют слова с наименьшей эмоциональной окраской и используют монотонные стилистические приемы.

1. Euronews URL: <http://ua.euronews.com/2016/08/25/what-does-donald-trumps-body-language-say-abouthim> (дата обращения: 21.03.2024).

2. Statement by John McCain on the Census Bureau Poverty and Health Insurance URL: <https://www.presidency.ucsb.edu/documents/statement-john-mccain-the-census-bureau-poverty-and-health-insurance-report> (дата обращения: 21.03.2024).

3. Hillary Clinton: My Plan for Helping America's Poor. URL: <https://www.nytimes.com/2016/09/21/opinion/hillary-clinton-my-plan-for-helping-americas-poor.html> (дата обращения: 21.03.2024).

4. John McCain on Education URL: http://www.ontheissues.org/Social/John_McCain_Education.htm (дата обращения: 21.03.2024).

5. Hillary Clinton quotes about education URL: <https://edexcellence.net/articles/hillary-clinton-quotes-about-education> (дата обращения: 21.03.2024).

6. Inaugural Address by President Barack Obama. URL: <https://www.whitehouse.gov/blog/2009/01/21/president-barack-obamas-inaugural-address> (дата обращения: 21.03.2024).

7. Clinton H.R. *Remarks in Recognition of International Human Rights Day, Hillary Rodham Clinton, Secretary of State, Palais des Nations, Geneva, Switzerland* URL: <http://m.state.gov/md178368.htm> (дата обращения: 21.03.2024).
8. TIME. *Read What Michelle Obama Said in Her Final Remarks as First Lady.* URL: <https://time.com/4626283/michelle-obama-final-remarks-transcript/> (дата обращения: 21.03.2024).
9. Obama M. *Being President Doesn't Change Who You Are, It Reveals Who You Are – Address by Michelle Obama, First Lady, United States of America, – the Democratic National Convention, Charlotte, North Carolina* URL: <http://www.npr.org/2012/09/04/160578836/transcriptmichelle-obamas-convention-speech> (дата обращения: 21.03.2024).
10. *Transcript: Read the Full Text of Hillary Clinton's Campaign Launch Speech* URL: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clintoncampaign-launch/> (дата обращения: 21.03.2024).
11. *Transcript of first presidential debate* URL: <http://edition.cnn.com/2008/POLITICS/09/26/debate.mississippi.transcript> (дата обращения: 21.03.2024).
12. *Transcript: Read the Full Text of Hillary Clinton's Campaign Launch Speech* URL: <http://time.com/3920332/transcript-full-text-hillary-clintoncampaign-launch/> (дата обращения: 21.03.2024).