

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**



**СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ
АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО
СУСПІЛЬСТВА**

**МАТЕРІАЛИ V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,
АСПРАНТІВ, ВИКЛАДАЧІВ ТА СПІВРОБІТНИКІВ**

(Суми, 20-21 квітня 2017 року)

**Суми
2017**

ГЕНДЕРНО-ПРАГМАТИЧНИЙ АСПЕКТ У ПРОМОВАХ КАНДИДАТІВ У ПРЕЗИДЕНТИ (НА ОСНОВІ МАТЕРІАЛУ ПЕРЕДВИБОРЧОЇ КОМПАНІЇ ДОНАЛЬДА ТРАМПА ТА ГІЛЛАРІ КЛІНТОН)

Борисенко М. О., студ. гр. ПР-32

Медвідь О. М., канд. філол. наук, доцент кафедри ГФ

Сьогодні активізується науковий інтерес до гендерної політики, її практичної спрямованості на реальні гендерні перетворення. Це зумовлено тим, що гендерні проблеми все більше враховуються в умовах реконструювання сучасного політичного простору світової спільноти й упорядкування політичної сфери життя національних суспільств. Гендерний складник у політичній тканині сучасного суспільства розкриває втілення фемінності й маскулітності в теперішньому політичному просторі світу й країни в межах нинішнього політичного часу.

Прагматика – один із розділів семіотики, що досліджує функціонування мовних знаків у мовленні. Прагматика піднімає багато питань, пов'язаних із мовцем, адресатом і їх взаємодією в процесі комунікації. Ключові параметри політичного виступу – цілісність, доречність і змістовність.

«Гендерлект» – постійний набір ознак чоловічого та жіночого мовлення. Виникнення цього поняття обумовлено формуванням гіпотези гендерних субкультур.

Формування іміджу політика – це об'єктивний підхід і необхідна умова в сучасному політикумі. Американські політики, будуючи та виголошуючи публічно свої промови, не завжди дотримуються усталених правил щодо публічної промови. Загалом, як показують результати нашого дослідження, в своїх промовах вони нехтують використанням аргументів та фактів для підтвердження власних висловлень. Дуже часто вони використовують образливу лексику (особливо Д. Трамп) в сторону своїх опонентів, що є неприпустимим для політичного красномовства.

У власних виступах політики дозволяють собі використовувати занадто велику кількість повторень, тавтології та перефразувань, які псуєть їхню промову. Позитивним є те, що під час виголошення промови політичні діячі користуються різноманітною жестикуляцією, мімікою та інтонацією, що робить їхні промови більш яскравими та цікавими.

Згідно з концепцією гендерного потоку – фактор статі вважається домінуючим, який ніби «заливає» всі інші фактори. Іншими словами, в іміджі лідера найважливіша роль належить рисам, пов'язаним із статтю.

Жінки-політики в чоловічому світі виступають як токени, і, як правило, обирають один з чотирьох іміджів: матері, спокусниці, іграшки-талісману, залізної леді.

Андрогінність – це поєднання маскулінних і фемінінних якостей. Згідно із автором теорії андрогінного менеджменту, А. Серджентом, лідер повинен перейняти найкраще, що є у чоловіка і жінки [1, 201]. Гендерний підхід все більше проникає в сфери політичного врядування й управління, стає реальною політичною силою впливу на забезпечення розвитку, рівності й миру.

Гендер як елемент сучасної наукової моделі людини відображує соціальні, культурні, психологічні та лінгвальні аспекти статі, тобто є комплексом соціально-культурних явищ, що співвідносяться зі статтю індивіда і відображуються у мовленні.

Гендерна диференціація політичного дискурсу стала можливою після того, як жінки стали активними учасницями політичного процесу. Незважаючи на те, що мовленню представниць слабкої статі властива експресивність та непослідовність, їхній політичний дискурс тяжіє до «маскулінності», яка є характерною особливістю політичного процесу та виражається за допомогою використання метонімії та метафори.

Вербальна агресія, нетолерантне перебування співрозмовниками один одного, негативна «маркованість» мовної атаки виражена однаково в промовах обох політиків.

Комунікативну поведінку жінок визначають мовленнєві акти, що підвищують статус адресата (обіцянки, прохання). Особливістю комунікативної поведінки чоловіків є використання мовленнєвих актів (наказів), спрямованих на підвищення статусу адресанта. Реалізація в репліках чоловіків обіцянок, які підвищують статус адресата-жінки, супроводжується демонстрацією небажання чоловіків брати на себе зобов'язання. Для висловлювань чоловіків типовим є ігнорування реплік жінок.

Дональд Трамп позиціонує себе як «антиполітик» й гостро виступає проти непопулярного політичного істеблішменту.

Гілларі Клінтон намагається завоювати підтримку своєю лояльною позицією щодо захисту прав "середнього класу".

Д. Трамп намагається постати перед виборцем та міжнародною спільнотою «твердою рукою» та підкріпити це агресивними та нестриманими, промовами і висловами. (“*Reporters at the New York Times, they’re not journalists, they’re corporate lobbyists for Carlos Slim and for Hillary Clinton.*”)[2]. Маскулінні маркери у промовах Д. Трампа – (термінологічна та професійна лексика, абстрактні іменники, негативні речення.

Промови Гіллари Клінтон виглядають дещо складнішими за побудовою, насичені художнім змістом і відповідно їх важче сприймати пересічній особі (“*The American people are tired of liars and people who pretend to be something they’re not.*”)[3]. Фемінінні маркери у промовах Г. Клінтон – цитування, усталені речення, повтори.

Вивчення гендерно-зумовленої комунікативної поведінки зосереджує увагу не лише на розбіжностях у мовленні чоловіків і жінок, але й на соціально-психологічних чинниках, що її зумовлюють.

У власних виступах політики дозволяють собі використовувати занадто велику кількість повторень, тавтології та перефразувань, які псують їхню промову.

У результаті дослідження вербальної поведінки політичних діячів Гіллари Клінтон та Дональда Трампа було з’ясовано, що вона має гендерну маркованість, яка виражається у приналежності до категорій фемінінності та маскулінності

Гендерні маркери мовлення політичних діячів складають як типологічні фонетичні та лексико-стилістичні аспекти, так і специфічні, конкретно мовленнєві, культурно-обумовлені фонетичні та лексико-стилістичні аспекти, які позначені інтонацією та іншими невербальними засобами впливу на аудиторію.

Вербальна поведінка жінок- та чоловіків- політиків має диферентні характеристики, але ця різниця у їх мовленні має ймовірний характер, демонструючи різноманітність властивостей маскулінності й фемінінності.

1. Бендас Т В. Гендерная психология. – СПб., 2007, С. 201.

2. Електронний ресурс. Режим доступу : <http://time.com/4532181/donald-trump-north-carolina-accusers-speech-transcript/>

3. Електронний ресурс. Режим доступу : <https://www.brainyquote.com/quotes/quotes/h/hillarycli142421.html>

4. Медвідь О. М. Лінгвістичні засоби впливу на реципієнта (на матеріалі політдискурсу). О. М. Медвідь, А. О. Ходцева. Волинський національний університет імені Лесі Українки. – 2012.