

УДК (811.11.42:324)-055

ГЕНДЕР И СТРАТЕГИЯ ДИСКРЕДИТАЦИИ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ

© 2008 г.

Т.М. Голубева

Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова

gtm77@mail.ru

Поступила в редакцию 03.06.2008

Проводится исследование прагматической значимости гендерных пропозиций на материале американского предвыборного дискурса. Гендерные пропозиции, отражающие существующую в данной лингвокультуре гендерную идеологию, могут использоваться говорящим как средство воздействия на избирателя, с целью сформировать у него/нее определенное отношение к кандидату на выборную должность. В частности, они участвуют в осуществлении стратегии дискредитации женщины-политика, основанной на акцентировании как соответствия, так и несоответствия ее образа и поведения общепринятым гендерным представлениям.

Ключевые слова: манипулятивный дискурс, гендерные пропозиции, гендерные стереотипы, стратегия дискредитации, Хиллари Клинтон, ложная пресуппозиция, предвыборный дискурс.

Анализ материалов современного предвыборного дискурса свидетельствует о существовании двух типов текстов: информирующих и воздействующих. Такие материалы, как программные заявления кандидатов и партий, информационные сообщения официальных органов и пресс-релизы, ориентированы на передачу содержания как «объективной» информации без комментариев и оценок, в то время как выступления самих кандидатов, а также тексты о них дают оценку, выражают или формируют определенное отношение к предмету сообщения.

Тексты воздействующего характера актуализируют межличностную функцию языка, согласно которой индивид использует его «как средство собственного вторжения в речевое действие для выражения своих комментариев, предпочтений и оценок, а также отношений, в которые он ставит себя и слушателя» [1]. В данном случае наблюдается нарушение принципа кооперации по Грайсу, обеспечивающего эффективное общение, обусловленное присутствием намерения со стороны говорящего [2].

Наличие интенциональной составляющей в текстах воздействующего характера позволяет рассматривать их в качестве элемента «манипулятивного дискурса, конструируемого с целью убедить адресата в ряде пропозиций P1... Pn определенного типа T, используя при этом соответствующие стратегии S» [3]. В первую очередь это относится к пропозициям о действительном состоянии вещей и моральным пропозициям, или пропозициям о желаемом состоянии вещей, которые проходят проверку не на истинность, а на соответствие общественным и

культурным ценностям целевой аудитории. Моральные пропозиции с наибольшей легкостью эксплуатируются в манипулятивном дискурсе, поскольку реальность может быть подвергнута проверке, в то время как нравственные ценности несравнимо менее стабильны. При этом приемлемость моральных пропозиций, актуализируемых дискурсом, обусловлена моральной культурой С, представляющей собой ряд предположений относительно желаемого состояния вещей, превалирующих в данной лингвокультуре [3].

Одним из компонентов моральной культуры является гендерная идеология, то есть существующие в обществе культурные представления о том, как должны себя вести мужчины и женщины. Гендерно значимые пропозиции, основанные на данных представлениях, могут использоваться говорящим как средство воздействия на адресата, с целью формирования у него/нее определенного мнения относительно предмета сообщения.

В данной статье проводится исследование роли гендерных пропозиций в осуществлении стратегии дискредитации участника президентской кампании в американском предвыборном дискурсе.

Анализ материалов российского и американского предвыборного дискурса установил, что стратегия дискредитации кандидата на выборную должность гендерно асимметрична: «если дискредитация мужчин-политиков идет по линии демаскулинизации, то дискредитация женщины-кандидата амбивалентна, то есть эксплуатируется как соответствие, так и несоответ-

стве традиционным стереотипам женственности» [4]. Подобное явление также было зафиксировано исследованиями дискурса в сфере управления. В частности, отмечается, что если женщины-менеджеры отличались пониманием и гибкостью, то есть соответствовали общепринятым представлениям о фемининности, их воспринимали как слабых. Если же они работали эффективно и поддерживали иерархичные отношения, то их считали жесткими и мужеподобными. Интересно, что ни в том, ни в другом случае они не пользовались уважением [5].

Одним из фаворитов предвыборной кампании 2008 г. в США является бывшая первая леди, сенатор и кандидат от демократической партии Хиллари Родхэм Клинтон. В средствах массовой информации представлено огромное количество материалов, направленных на дискредитацию единственного кандидата женского пола, среди которых значительное место занимают комментарии, актуализирующие определенные гендерные пропозиции и стереотипы:

There are many reasons people think Mrs Clinton will not be elected president. She lacks warmth; she is too polarising a figure; the American people don't want to relive the psychodrama of the eight years of the Clinton presidency. But they all miss this essential counterpoint. As you consider her career this past 15 years or so in the public spotlight, it is impossible not to be struck, and even impressed, by the sheer ruthless, unapologetic, unshameable way in which she has pursued this ambition, and confirmed that there is literally nothing she will not do, say, think or feel to achieve it. Here, finally, is someone who has taken the black arts of the politician's trade, the dissembling, the trimming, the pandering, all the way to their logical conclusion [6].

В этом и многих других случаях стратегия дискредитации Х. Клинтон как политического лидера основана на «принципе ложной пресуппозиции» [7]. Эксплуатируя гендерный стереотип о том, что настоящая женщина должна обладать душевной теплотой и способностью примирять близких ей людей, автор навязывает адресату мнение, что женщина-президент должна соответствовать гендерным нормам, «подталкивая» его/ее к выводу о том, что хладнокровная, бескомпромиссная и амбициозная Хиллари вряд ли может рассчитывать на поддержку избирателей.

Целесообразность маскулинного стиля проводимой Х. Клинтон предвыборной кампании обусловлена традиционной концептуализацией политики как «мужской» сферы, где нет места жалости и победу одерживает сильнейший.

Stereotypes are tough to shake, and they can help and hurt women lawyers. The rap on Clinton, almost from the beginning, was that she was too tough and played hardball – a not altogether undesirable attribute in a president. But then she had her misty moment in New Hampshire, and all of a sudden she's back in the hunt.

In that case, being warm helped Clinton, but had warmth and likeability been the gist of her campaign, she would have been sunk. Obama has been able to be likeable from the get-go because, as a man, he doesn't have to prove his toughness [8].

В данном случае наблюдается действие «двойного стандарта», лежащего в основе «мужских схем и сценариев, согласно которым жесткость и стремление к власти считаются проявлением «немного холеричного темперамента» у мужчин и «истеричности» у женщин» [9].

Несоответствие Х. Клинтон общепринятым стереотипам женственности, по мнению профессора Майкла Страхилевича, является причиной ее непопулярности среди тех представителей американского общества, которые придерживаются традиционной гендерной идеологии:

«When females are strong and harsh, don't seem to be showing a lot of emotion, are more rational than emotional, they say she's 'cold as ice' and use the b-word». «Hillary is made of iron, she has weathered the worst media attacks and she is a survivor... she is no quivering woman on the verge of tears», Strahilevitz said. «But some people would rather she be holding Kleenex and crying» [10].

Несмотря на то что, по выражению М. Страхилевича, Хиллари сделана из железа, она совсем не похожа на бывшего премьер-министра Соединенного Королевства, «железную леди» Маргарет Тэтчер, с которой ее нередко сравнивают журналисты. Основное различие между ними заключается в том, что Х. Клинтон намеренно разрушает гендерные стереотипы, попирая тем самым общественные устои, в то время как М. Тэтчер старалась не только соответствовать традиционной гендерной идеологии, но и успешно использовала ее в собственных интересах. Ср.:

Before she even opened the door to the White House, she outraged millions of ordinary moms with a catty remark that instead of having a career as a lawyer she «could have stayed home, baked cookies and had teas» [11].

Hillary Clinton, commentators cry, asks to be treated more gently because she is a woman. Thatcher didn't have to. What we forget is how happily Thatcher exploited stereotypes when it was convenient to do so. When she campaigned for

the leadership of her party in 1976, she was so eager to counter her image as an upper-crust Tory in pearls that she portrayed herself as a regular, devoted housewife. She was photographed doing the washing up, tucking her twins into bed, dusting, cooking, peeling potatoes, baking cakes, putting empty milk bottles out on the front step and sweeping the footpath in a lacy cap. «I am a very ordinary person who leads a very ordinary life.» she said [12].

Сравнивая двух известных женщин-политиков, журналисты обращают внимание избирателей на беспрецедентность поведения и взглядов Хиллари как женщины, тем самым формируя у них настороженное отношение к ней как кандидату на должность президента США.

Наряду с обвинениями Х. Клинтон в жесткости, агрессивности и беспринципности в средствах массовой информации появляются комментарии, позиционирующие ее как слабую женщину, не способную обойтись без мужской поддержки:

In all the excitement over the prospect that Hillary Rodham Clinton might be our first woman president, largely overlooked is the fact that, after trying numerous other strategies, she has ended up dependent on her husband to help her win.

*...Everyone knew that her husband would be there somewhere in the background, dispensing advice — but Bill and the memories he summons were to be on the sidelines. Then, when her supposed juggernaut campaign fell into a ditch in Iowa, **Bill was called to the rescue**. Then, as the panic built within her campaign that she might lose Iowa, **Bill was called in from the sidelines**.*

*...If Hillary Clinton wins the presidency, at this point still a real possibility, **her victory, while historic, cannot be isolated from the help her husband provided** [13].*

Известная американская актриса Джейн Фонда полагает, что «необычное» поведение Х. Клинтон характеризует ее как настоящую женщину, которая делает что-то либо ради мужчины, либо ему назло, и это позволяет удачно «вписать» ее в андроцентрическую картину мира.

*Jane Fonda says that **Hillary is a «ventriloquist for the patriarchy with a skirt and a v...a. It may be that a feminist, progressive man would do better in the White House»**. «**Women sometimes bend the wrong way just to prove themselves to men**», remarked Fonda. «**But when we learn to listen to ourselves, that will be revolutionary**» [11].*

Акцентирование таких фемининных качеств Х. Клинтон, как зависимость и неавтономность, имеет целью дискредитировать ее в глазах избирателей, поскольку они не относятся к атрибутам политического лидера.

В вышеприведенном примере тривиализация образа и деятельности Х. Клинтон осуществляется посредством нарочитого использования вульгаризма, содержащего сексуальные коннотации. Вообще, наиболее популярным способом дискредитации женщин, которые пытаются обрести влияние над обществом, является сексуализация их деятельности: это делает их безопасными (поскольку они не угрожают мужчинам, а скорее служат им) и недостойными того, чтобы их воспринимали всерьез (поскольку они – плохие женщины) [14]. Ярким примером тому может служить фрагмент истории, выдуманной участником предвыборного блога (сайта, на котором все желающие могут свободно выразить свое мнение), в которой Хиллари, как женщина, не в силах устоять перед своим главным политическим соперником – сенатором Бараком Обама:

BARACK: How are you, Senator?

HILLARY: On track for victory, which is more than can be said for you.

BARACK: You think so, huh?

HILLARY: I know so.

BARACK: Yeah?

*HILLARY: Yeah. You wanna make something of it? C'mon, tough guy – just try me. I'll snap your **bleeping** little weasel spine like a **bleeping** dry twig. Just **bleeping** try me.*

BARACK: Senator, Senator – please. What are we – Republicans? Let's not squabble. I'm calling because I was hoping we could get together; just the two of us, and talk things over. See if we can find some common ground, some mutual interest, some shared benefit...

HILLARY: Get together? Just the two of us?

Images of Barack flashed through Hillary's mind: his lean, well-muscled torso, his fiery eyes, his deep compelling voice, his message of audacious hope and hopeless audacity. She felt her scales warming with a vague thrill of the... forbidden. Idly, she twirled a lock of hair. Hm...mm...

HILLARY: Well, I suppose I could get away... for a couple of hours [15].

Представляя Х. Клинтон как сексуально доступную женщину, автор тем самым делает ее слабой и безвластной, успешно осуществляя стратегию дискредитации Х. Клинтон не только как женщины, но и как политического противника.

Проведенное исследование показало, что в материалах предвыборного дискурса, содержащих оценку политической деятельности кандидата на выборную должность, актуализируются определенные гендерно значимые пропозиции,

отражающие существующую в данной лингвокультуре гендерную идеологию. Гендерные пропозиции имеют целью сформировать у адресата суждение о политической деятельности участника предвыборной кампании с точки зрения ее соответствия определенным гендерным нормам. Стратегия дискредитации женщины-политика основана на акцентировании как соответствия, так и несоответствия ее образа и поведения общепринятым гендерным представлениям. Обладая высокой степенью релевантности, гендерные пропозиции затрудняют критическое осмысление сообщения, что обуславливает их успешное использование в качестве средства воздействия на избирателя.

Список литературы

1. Halliday M.A.K. *The Stylistics Reader: From Roman Jakobson to the Present* / Weber J.J. – Arnold: London – New York – Sydney – Auckland. 1996. P. 58–59.
2. Грайс Г.П. *Логика и речевое общение* // Новое в зарубежной лингвистике. М.: Прогресс, 1985. Вып. 16: Лингвистическая прагматика. С. 217–237.
3. de Saussure L. & Peter Schulz (Eds). *Manipulation and Cognitive Pragmatics: Preliminary Hypotheses*. // *Manipulation and Ideologies in the Twentieth Century: Discourse, Language, Mind*. Amsterdam–Philadelphia: John Benjamins, 2005. P. 120–125.
4. Гриценко Е.С. *Язык как средство конструирования гендера: Дис... докт. филол. наук*. Н. Новгород, 2005. С. 267.
5. Martin Rojo M.L. and Gomez-Esteban C. *Discourse at Work: When Women Take on the Role of Managers* / G. Weiss and R. Wodak (Eds) // *Critical Discourse Analysis. Theory and Interdisciplinarity*, London: Palgrave/Macmillan. 2003. P. 241–171.
6. London Times on Hillary Clinton. 19.03. 2007. URL: <http://www.anti-hillary.com> (дата обращения: 04.01.2008).
7. Ушакова Т.Н., Павлова Н.Д. *Слово в действии: Интент-анализ политического дискурса*. СПб.: Алетейя. 2000. С. 201.
8. Wu Kathleen J. *What Women Lawyers Can Learn From Hillary Clinton*. 25.03. 2008. URL: http://www.lawjobs.com_Career (дата обращения: 25.03.2008).
9. Wagner I. and Wodak R. *Performing success: identifying strategies of self-presentation in women's biographical narratives* // *Discourse & Society*. SAGE Publications: London – Thousand Oaks, CA – New Delhi. 2006. V. 17(3). P. 385–411. URL: <http://das.sagepub.com> (дата обращения: 13.01.2008).
10. Marinucci C. *Hillary Clinton ignites passions, both pro and con*. 30.09.2007. URL: <http://www.sfgate.com> (дата обращения: 09.01.2008).
11. Doyle L. *America's anti-Hillary Clinton alliance is growing by the day*. 15.07.2007. URL: <http://news.independent.co.uk/world/americas/article> (дата обращения: 12.01.2008).
12. Baird J. *The Pursuit of Power Isn't Pretty. Is Hillary the new Thatcher?* 17.03. 2008. URL: <http://www.newsweek.com/id/120065/page/2> (дата обращения: 25.03.2008).
13. Drew E. *First what?* 31.12. 2007. URL: http://www.hillaryproject.com/index.php?en/story-details/first_what/# (дата обращения: 04.01.2008).
14. Lakoff R.T. *Cries and Whispers: The Shattering of the Silence*. // K.Hall and M.Bucholtz (Eds), *Gender Articulated*. New York – London: Routledge, 1995. P. 36.
15. Comments. URL: <http://www.politico.com/blogs/bensmith/1207> (дата обращения: 12.01.2008).

GENDER AND THE DISCREDIT STRATEGY IN ELECTION DISCOURSE

T.M. Golubeva

The paper considers the pragmatic significance of gender propositions in the American election discourse. It is argued that gender propositions reflecting the gender ideology existing in a certain linguoculture can be exploited by the speaker in order to affect a voter's opinion of the candidate. In particular, they participate in the implementation of the discredit strategy of a woman candidate which is based on emphasizing of both the compliance and incompliance of her personality and behaviour with the established gender norms.