Политическая лингвистика. 2024. № 6 (108).
Political Linguistics. 2024. No 6 (108).

УДК 81'27+811.133.1'42+808.51
ББК Ш147.11-51+Ш147.11-55+Ш100.621 *ГРНТИ 16.21.27; 16.21.29* *Код ВАК 5.9.6*

Елена Владимировна Ерофеева[1]✉, Анна Владимировна Дубровская[2]✉
[1,2] Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия
[1] Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия, e.v.erofeeva@yandex.ru✉, SPIN-код: 9356-5214, https://orcid.org/0000-0002-8524-8851

Влияние гендерных особенностей на выбор коммуникативных стратегий политических интервью

АННОТАЦИЯ. *Данная статья посвящена изучению коммуникативных стратегий политических интервью кандидата в президенты Франции и лидера политической партии «Национальный фронт» Марин Ле Пен. Материалом для исследования послужили тексты публичных выступлений и политических интервью женщины-политика, взятые из открытых источников Le Parisien, Franceinfo, BFMTV в период с 2017 по 2021 год. Актуальность данного исследования находит свое отражение в повышенном интересе к многогранной деятельности современных политиков, который наблюдается в исследованиях по социологии, культурологии, политологии, лингвистике. Осмысление современного политического дискурса будет неполным без анализа речевых средств, формирующих портрет современного политика, без выявления характерных закономерностей его речевого поведения. Теоретической базой послужили исследования, связанные с анализом дискурсивных характеристик политической коммуникации, коммуникативных стратегий и тактик политических интервью. Авторами раскрыто понятие политической коммуникации, выделены особенности политического медиадискурса, рассмотрено понятие интервью и особенности жанра политического интервью. Сделан вывод о том, что коммуникативная стратегия — это запланированная речевая деятельность, которая обеспечивает успех коммуникации, а ее выбор может быть обусловлен многими факторами, в том числе и гендерными различиями. В работе использованы как теоретические, так и эмпирические методы исследования, такие, например, как анализ, синтез, контент-анализ, герменевтический метод, коммуникативно-прагматический метод.*

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *политический дискурс, политические тексты, политические деятели, французский язык, политическая риторика, речевые жанры, политическое интервью, гендерные особенности, речевое поведение, женщины-политики, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики, публичные выступления, языковая личность, лингвоперсонология.*

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: *Ерофеева Елена Владимировна: кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры романо-германской филологии, Институт иностранных языков, Уральский государственный педагогический университет; доцент кафедры иностранных языков, Уральский государственный экономический университет; 620091, Россия, Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26; email: e.v.erofeeva@yandex.ru.*

Дубровская Анна Владимировна: бакалавр, Уральский государственный педагогический университет.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: *Ерофеева, Е. В.* Влияние гендерных особенностей на выбор коммуникативных стратегий политических интервью / Е. В. Ерофеева, А. В. Дубровская. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2024. — № 6 (108). — С. 70-80.

Elena V. Erofeeva[1]✉, Anna V. Dubrovskaya[2]✉
[1,2] Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia
[1] Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russia, e.v.erofeeva@yandex.ru✉, SPIN code: 9356-5214, https://orcid.org/0000-0002-8524-8851

Influence of Gender Characteristics on the Choice of Communication Strategies in Political Interviews

ABSTRACT. *This article studies the communicative strategies of political interviews of the French presidential candidate and the National Front leader Marine Le Pen. The practical study material comprises texts of public speeches and political interviews of the female politician taken from the open sources Le Parisien, Franceinfo, and BFMTV over the period from 2017 to 2021. The urgency of this research is reflected in the increased interest in the multifaceted activity of modern politicians, which is observed in the studies on sociology, cultural studies, political science, and linguistics. Understanding of modern political discourse will be incomplete without analyzing the language means that form the portrait of a modern politician, and without identifying the characteristic patterns of their speech behavior. The theoretical basis is made up of the studies related to the analysis of discursive characteristics of political communication and the communication strategies and tactics of political interviews. The authors define the concept of political communication, highlight the specific features of political media discourse, and consider the concept of interview and the peculiarities of the genre of political interview. It is concluded that the communication strategy is a planned act of speaking that ensures the success of communication, and its choice can be determined by many factors, including gender differences. The work uses both theoretical and empirical research methods, such as analysis, synthesis, content analysis, hermeneutic method, and communicative-pragmatic method.*

© Ерофеева Е. В., Дубровская А. В., 2024

KEYWORDS: *political discourse, political texts, politicians, French language, political rhetoric, speech genres, political interview, gender characteristics, speech behavior, female politicians, communication strategies, communication tactics, public speeches, linguistic personality, linguopersonology.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Erofeeva Elena Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Romance and Germanic Philology Department, Institute of Foreign Languages, Ural State Pedagogical University; Associate Professor of Department of Foreign Languages, Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russia.*

Dubrovskaya Anna Vladimirovna, Bachelor of Philology, Institute of Foreign Languages, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.

FOR CITATION: *Erofeeva E. V., Dubrovskaya A. V.* (2024). Influence of Gender Characteristics on the Choice of Communication Strategies in Political Interviews. In *Political Linguistics*. No 6 (108), pp. 70-80. (In Russ.).

В современном мире политическое публичное выступление является одним из наиболее эффективных инструментов воздействия и убеждения. Любая политическая речь, в том числе и интервью, представляет собой хорошо спланированную и подготовленную коммуникацию, которая осуществляется с определенной целью. «Прежде всего, это грамотная, убедительная и правильно построенная речь, пропагандирующая определенные идеи, эмоционально воздействующая на граждан и побуждающая их к действиям» [Цуциева 2013: 106]. От этой речи во многом зависит успех или провал политика-оратора. Цели у политиков могут быть различные, тем не менее их объединяет то, что достижение этих целей осуществляется с помощью коммуникативных стратегий и тактик.

Политический дискурс является одним из важнейших терминов политической лингвистики, «важной задачей которой является исследование многообразных взаимоотношений между языком, мышлением, коммуникацией и политическим состоянием общества в конкретные исторические периоды» [Чудинов 2018: 4]. По мнению Т. А. ван Дейка, «политический дискурс — это дискурс политиков, реализуемый в виде правительственных документов, парламентских дебатов, партийных программ, речей политиков» [Цит. по: Перельгут 2013: 3]. То есть политический дискурс — это то, в каком виде реализуется языковая личность политика, а речевое поведение политика создает его речевой портрет [Цуциева 2013: 107]. Отличительной чертой речевого портрета политика является наличие целеполагания. «Политический дискурс имеет коммуникативные стратегии и тактики, отличающие речевую деятельность политика от речевой деятельности других типов языковой личности и накладывающие своей спецификой ограничения на данную языковую личность» [Там же: 107].

1. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРВЬЮ

Интервью является одним из самых распространенных жанров в политическом медиадискурсе. Интервью — это публичный диалог, «высококонвенциональный речевой жанр с четким распределением речевых ролей участников» [Ильин 2005: 33]. Диалог происходит между журналистом (интервьюером) и гостем (интервьюируемым) и представляет собой одностороннюю асимметричную связь. Суть этой связи заключается в том, что у каждого участника есть определенные функции. Интервьюер вводит различные темы в интервью, задает вопросы, в свою очередь интервьюируемый отвечает на заданные вопросы, делится своими убеждениями и распространяет информацию.

Каждый участник коммуникации преследует свои цели: для журналиста важно определить точку зрения приглашенного гостя по обсуждаемой теме, получить сведения о текущих событиях, создать психологический портрет интервьюируемого, а гость соответственно нацелен на создание своего публичного имиджа в ходе ответа на задаваемые вопросы.

Исходя из вышесказанного, можно привести определение Н. Стэнтона, в котором он утверждает, что интервью — это «планируемый и контролируемый разговор между двумя (или несколькими) коммуникантами, который осуществляется с определенной целью (с позиций хотя бы одного из участников) и во время которого оба говорят или слушают по очереди. Наличие цели, планирование и контроль взаимодействия в ходе интервью отличает его от повседневного общения» [Stanton 1990: 392]. Политические интервью имеют тематическую направленность, они служат для освещения в обществе текущих политических, экономических, социальных проблем, а также для прогнозирования социально-политической ситуации в стране. Такое интервью можно определить как «разговор журналиста с политиком и о политике, который выступает особым текстом в системе института политического дискурса» [Гвоздев 1999: 7].

Жанр политического интервью проявляет свойства политического дискурса и медиадискурса: персуазивность (воздействие говорящего на участников коммуникации с целью убеждения), информативность, осо-

бая адресованность, институциональность. Важной составляющей политического интервью является речевое воздействие говорящего на аудиторию, таким образом, для политика приобретает первоочередной интерес не то, что реципиент понял, а как понял [Михальская 2000: 49].

Коммуникативные намерения могут осуществляться скрыто или явно с помощью определенных стратегий, выбор которых зависит от типа интервью и условий, в которых оно осуществляется.

Под коммуникативными стратегиями понимается «планирование речевой деятельности, отбор принципов, способов и приемов, которые обеспечивают достижение успеха» [Чудинов 2018: 76]. Та или иная стратегия реализуется с помощью определенных тактик. Тактика — это «конкретный этап реализации коммуникативной стратегии, определяемый интенцией говорящего, эксплицированной совокупностью приемов, обусловливающих применение языковых средств» [Михалёва 2009: 45].

Структура большинства интервью состоит из введения, основной части и заключения, в соответствии с этими этапами проявляются коммуникативные стратегии. Введение и заключение отмечено стратегией «начало — окончание коммуникации», включающей две основные тактики: «начало коммуникации» и «окончание коммуникации». Успешное использование тактик осуществляется с помощью различных этикетных клише, обращений, благодарностей и вежливых ответов, тогда как их отсутствие или недостаточно экспрессивные реплики интервьюируемого могут создать ситуацию дистанцирования [Касенкова 2000: 111].

В основной части интервью выбор коммуникативных стратегий зависит от цели коммуникации. Наш исследовательский материал позволил нам выделить 3 основные цели интервьюируемого:

1) самопрезентация — сохранение своего статуса, получение социального одобрения, избегание негативных ситуаций;

2) дискредитация оппонента — подрыв авторитета, имиджа других политических деятелей или партий;

3) воздействие на аудиторию, манипулирование общественным сознанием.

Исходя из вышеперечисленных целей, О. Л. Михалёва выделяет стратегию на повышение собственного статуса, стратегию на понижение значимости статуса оппонента, а также стратегию театральности как попытку произвести впечатление на аудиторию [Михалёва 2009: 45–47]. Каждая из этих стратегий реализуется с помощью многочисленных тактик (См. Таблицы 1, 2).

Многие тактики, рассмотренные О. Л. Михалёвой, исследуются в работах других лингвистов. Например, О. С. Иссерс выделяет и распределяет все стратегии на две группы (основные и вспомогательные), основываясь на их функциональных характеристиках. Во время интервью в качестве базовой линии поведения выбирается основная стратегия как ведущий тип коммуникации, который дает возможность наиболее эффективно реализовывать интенцию и воздействовать на людей. К основным стратегиям автор относит:

1. Стратегию уговаривания. Ее спецификой является то, что говорящий понимает, что собеседник не согласится выполнить какую-либо просьбу с первого раза, поэтому использует различные тактики, чтобы склонить его на свою сторону, к которым относятся: просьбы, уговоры, убеждения, которые осуществляются с помощью аргументов и апелляции к чувствам и разуму.

2. Стратегию дискредитации. Снижение авторитета оппонента и повышение своего статуса в глазах аудитории с помощью тактик обвинения и оскорбления [Иссерс 2008: 105–225].

Вспомогательные стратегии, которые отмечает О. С. Иссерс, дополняют основные и позволяют наиболее эффективно организовывать взаимодействие. Автор не выделяет стратегию самопрезентации как основную, а относит ее к прагматическому типу стратегий, поэтому задачи самопрезентации тесно связаны с коммуникативной ситуацией в целом, когда создание собственного имиджа находится в прямой зависимости от того, как складывается коммуникативное взаимодействие. К прагматическому типу также относится эмоционально настраивающая стратегия, осуществляемая с помощью тактики комплимента, который помогает установить контакт между участниками коммуникации и уменьшить дистанцию. Комплимент может быть сделан прямо в форме утверждения, либо косвенно через сравнение или вопрос.

Дополняя стратегию самопрезентации, необходимо привести тактики, которые наиболее детально рассматривает О. Н. Паршина. По мнению О. Н. Паршиной, «самопрезентация — это эмоциональная „самоподача“ говорящего, скрытая демонстрация психических качеств личности для создания определенного впечатления» [Паршина 2005: 60]. Стратегия включает в себя тактики отождествления (демонстрация принадлежности к определенной группе), дистанцирования (отстранение и отдаление от других участников коммуникации), создания позитивного образа (представление себя в выгодном ракурсе).

О. Н. Паршина выделяет еще один тип стратегий — стратегии убеждения. Более частными стратегиями данного типа являются агитационная стратегия (включает тактики призыва и обещаний) и аргументативная, которая может быть реализована через тактики иллюстрирования, обоснованных оценок и сопоставительного анализа.

При ведении интервью для убеждения аудитории в какой-либо позиции применяются также стратегии, описанные Е. И. Шейгал: стратегия вуалирования или «затушевывания нежелательной информации» и стратегия мистификации, которая позволяет скрыть истину, предоставив ложную информацию [Шейгал 2000: 197].

Необходимо также упомянуть редко описываемую, но не менее значимую стратегию, без которой политическая коммуникация, в частности политическое интервью, может не состояться. Это стратегия поддержания контакта, которая включает в себя две основные тактики: тактику обращения по имени (речевое воздействие на своего собеседника, создание контакта между коммуникантами) и тактику обращения к юмору (помогает расположить к себе аудиторию и создать психологический комфорт).

Коммуникативные стратегии и тактики изучались многими исследователями. В данной работе за основу взяты классификации О. Л. Михалёвой, О. С. Иссерс, Е. И. Шейгал, О. Н. Паршиной. Стратегии и тактики, описанные приведенными авторами, имеют сходства и пересечения, что позволило нам объединить их в три группы в соответствии с целями политических интервью (Таблица 1).

В первой группе было выделено две ведущие стратегии: убеждение и побуждение. Ко второму типу мы отнесли самопрезентацию, эмоционально настраивающую стратегию и стратегию контроля над инициативой и темой. В последней группе находится стратегия дискредитации. Каждая стратегия реализуется с помощью определенных тактик, под тактикой мы понимаем коммуникативный ход, являющийся практическим средством достижения поставленных целей. Существует огромное разнообразие тактик, которые могут быть применены в речи, поэтому для вышеупомянутых стратегий были выбраны наиболее используемые и эффективные тактики (Таблица 2). В коммуникации интервьюируемый чаще всего использует не одну тактику, а целый комплекс тактик для получения наилучшего результата.

Таблица 1

Классификация коммуникативных стратегий

Стратегии воздействия на аудиторию	Стратегии, работающие на повышение собственного статуса	Стратегии, работающие на понижение статуса оппонента
стратегия убеждения	стратегия самопрезентации	стратегия дискредитации
стратегия побуждения	эмоционально настраивающая стратегия	
	стратегия контроля над инициативой и темой	

Таблица 2

Коммуникативные тактики

ТАКТИКИ	Стратегия убеждения	Стратегии побуждения	Стратегия самопрезентации	Стратегия контроля над инициативой и темой	Эмоционально настраивающая стратегия	Стратегия дискредитации
	Просьба	Агитация	Отвод критики	Перехват реплик	Комплимент	Обвинение
	Уговоры	Информирование	Создание позитивного образа	Контрвопрос	Обращение по имени	Оскорбление
	Аргументы	Прогнозирование	Самооправдание	Отклонение от темы	Обращение к юмору	Безличное обвинение
	Обещание	Апелляция к чувствам и разуму	Неявная самопрезентация	Контроль над началом и окончанием коммуникации		Обличение
	Апелляция к чувствам и разуму	Кооперация	Анализ-«плюс»			Угроза
	Иллюстрирование		Отождествление			Дистанцирование
	Отождествление					Анализ-«минус»
	Сопоставительный анализ					Размежевание
	Вуалирование					
	Мистификация					
	Обоснованная оценка					

Для убеждения могут быть использованы следующие тактики: просьба, уговоры, аргументы, обещания, апелляция к чувствам и разуму, иллюстрирование, отождествление, сопоставительный анализ, вуалирование, мистификация, обоснованная оценка.

При побуждении могут применяться: агитация, информирование, прогнозирование, апелляция к чувствам и разуму, кооперация, предупреждение.

Стратегия самопрезентация включает другие тактики: отвод критики, создание позитивного образа, самооправдание, неявная самопрезентация, анализ-«плюс», отождествление.

Для стратегии контроля над инициативой и темой характерны: перехват реплик, контрвопрос, отклонение от темы, контроль над началом и окончанием коммуникации.

Эмоционально настраивающая стратегия реализуется через следующие тактики: комплимент, обращение по имени, обращение к юмору.

При дискредитации можно использовать: обвинение, оскорбление, безличное обвинение, обличение, угрозу, дистанцирование, анализ-«минус», размежевание.

Также стоит обратить внимание на то, что выбор коммуникативных стратегий может быть обусловлен не только целью, но и многими другими факторами. Многие лингвисты при анализе учитывают такие особенности как, гендер, возраст, статус, должность. В последние десятилетие особенно пристально рассматриваются гендерные различия политических деятелей.

Гендерные особенности формируются в процессе социализации под влиянием многих факторов, они не являются произвольными [Воронцов 2010: 76]. Лингвисты, проводящие гендерные исследования, разделяют точку зрения, что существует расхождение в использовании языка разными полами — такие различия, которые проявляются на разных уровнях и в разной степени, в зависимости от того, в рамках какой сферы осуществляется коммуникация.

2. КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРВЬЮ МАРИН ЛЕ ПЕН

Марин Ле Пен является французским политическим деятелем, представляющим с 2011 года политическую партию «Национальный фронт». Марин Ле Пен участвовала в президентских выборах в 2012, 2017 и 2022 годах, она является сильным голосом во французской политике в наше время. Благодаря своим политическим выступлениям, в которых в полной мере раскрываются ее коммуникативные навыки, Марин Ле Пен стала известна и приобрела значительное число сторонников. Для анализа речевых особенностей Марин Ле Пен в рамках данной работы рассмотрены 3 интервью с 2017 по 2021 год. Стоит отметить, что все интервью сосредоточены на обсуждении политических тем, на разговорах о предвыборной программе и сравнении кандидатов, а также на различных социальных проблемах французского общества. Так, в интервью для издания *The Parisien* от 30.04.2017 главной темой является обсуждение предвыборной кампании Марин Ле Пен, где речь заходит о национальной валюте, защите национальной идентичности, борьбе с иммиграцией и экономическим протекционизмом. В этом разговоре в качестве основной коммуникативной стратегии было выбрано убеждение. Целью Марин Ле Пен было убеждение граждан в том, что ее президентская программа является более выгодной и продуманной для Франции, чем программа ее конкурентов.

В другом интервью для информационно-развлекательного телеканала *France 2* от 24.02.2017 Марин Ле Пен говорит о текущем положении своей страны и действующем президенте. В рамках обсуждения внешней политики Франции, внутренней безопасности и терроризма лидер «Национального фронта» бросает тень на деятельность Эммануэля Макрона, поэтому целесообразно выделить стратегию дискредитации как ведущую, которая в свою очередь усиливается тактиками обвинения, анализа-«минус» и размежевания.

Наконец, в интервью для канала *BFMTV* Марин Ле Пен выражает уверенность в своей способности выиграть президентские выборы. В нем также рассматриваются экономические и социальные проблемы, в частности борьба с нестабильностью и создание рабочих мест. В данной коммуникативной ситуации главной стратегией становится самопрезентация в сочетании со стратегией убеждения для усиления влияния на электорат.

Рассмотрим наиболее используемую стратегию убеждения, нацеленную на воздействие на аудиторию. При убеждении Марин Ле Пен использует различные тактики, которые помогают воздействовать как на рациональную сторону граждан, так и на эмоциональную. В интервью французского политика было отмечено применение таких тактик, как аргументы, обоснованная оценка, сопоставительный анализ, апелляция к чувствам и разуму, обещания, отождествление, иллюстрирование.

Особенностью речи Марин Ле Пен является то, что приводимые в интервью аргументы основаны на фактах, статистических данных, также приводятся пункты конкретных статей. Вся информация используется для подкрепления своих политических убеждений. Такое поведение можно проследить в ситуации, когда лидер «Национального фронта» говорит о своей политической программе, объясняет ее преимущества по сравнению с программой своего главного оппонента.

Одним из ключевых вопросов является вопрос безопасности Франции и увеличения числа террористических актов, по словам Марин Ле Пен, необходимо восстановить национальные границы, и это возможно благодаря следующим мерам:

…à mettre en oeuvre l'article 411.4… — применить статью 411.4… [Le Parisien. Marine Le Pen : Je pense que l'euro est mort. URL: https://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/presidentielle-marine-le-pen-je-pense-que-l-euro-est-mort].

…expulser immédiatement les fichés étrangers, à déchoir de la nationalité les binationaux convaincus de liens avec le fondamentalisme islamiste — …немедленно выслать иностранцев, лишить гражданства лиц с двойным гражданством, осуждённых за связи с исламистским фундаментализмом [Там же].

В ситуации, когда интервьюер указывает на возможные недостатки в программе Марин Ле Пен, в частности на факт, что данная президентская программа может привести к высокой инфляции, французский политик дает полноценный аргументированный ответ, сообщая, что в первую очередь безработица снижает покупательскую способность населения, поэтому инфляция в 0,25 % не страшна, ведь она не может сравниться с созданием и обеспечением нескольких тысяч новых рабочих мест:

Si les prix augmentent de 0,25 %, c'est ridicule par rapport aux centaines de milliers d'emplois que mon programme va créer — Если цены поднимутся на 0,25%, это смехотворно по сравнению с сотнями тысяч рабочих мест, которые создаст моя программа [Там же].

При аргументации в репликах Марин Ле Пен можно заметить прямолинейный стиль, в котором наблюдается использование стилистически окрашенной лексики, имеющий провокационный характер, например, *c'est ridicule* (*это смехотворно*). Использование такого языка может восприниматься некоторыми людьми агрессивно и наносить ущерб имиджу политика, однако в речи Марин Ле Пен такие явления можно наблюдать наравне с использованием уважительной и профессиональной лексики.

Вопрос с безработицей Марин Ле Пен также предлагает решить за счет создания национальной валюты, по ее словам, именно евро в тандеме с запретом на осуществление экономического патриотизма способствовали высокому уровню безработицы. В данном случае наблюдается тактика обоснованной оценки, на основе которой делается вывод:

Elle est en grande partie responsable du chômage de masse — Она в значительной степени ответственна за массовую безработицу [Там же].

Ce sont les deux éléments qui ont créé le chômage de masse — Это два элемента, которые создали массовую безработицу [Там же].

В этих репликах можно заметить неоднократное использование выражение *le chômage de masse* (*массовая безработица*), которое создает эмоциональный эффект, что свидетельствует о применении в речи такой тактики, как апелляция к чувствам и разуму. Подобная тактика применяется Марин Ле Пен в течение всех интервью:

L'euro est ***mort*** *— Евро мертв* [Там же].

La mondialisation ***sauvage*** *— Дикая глобализация* [Там же].

Il est le symbole du ***laxisme épouvantable*** *de la justice — Он является символом ужасающей распущенности правосудия* [Там же].

Особенностью речи Марин Ле Пен является то, что она при применении данной тактики чаще всего использует пейоративные эпитеты и выражения, которые имеют сильный негативный оттенок. Смысл сказанного в некоторых случаях усиливается благодаря использованию превосходной степени, сравнительной степени и слов-интенсификаторов, таких как *beaucoup* (*много*), *jamais* (*никогда*), *pas du tout* (*вовсе не*) и других.

M. Macron n'a ***pas du tout*** *le même projet que moi — У Господина Макрона совсем не тот план, что у меня* [Там же].

…enjeux ***beaucoup plus*** *importants — …гораздо более важные ставки* [Там же].

C'est la loi du plus fort — Это закон сильнейших [Там же].

Также для усиления стратегии убеждения Марин Ле Пен применяет тактику обещания. При обещании характерно использование будущего времени и конструкций, передающих его значение:

Les protections que ***je vais mettre****… — Защита, которую я создам…* [Там же].

Nous aurons *une monnaie nationale… — У нас будет национальная валюта…* [Там же].

Je vais demander *de pouvoir maîtriser notre monnaie et l'adapter à l'économie… — Я попрошу о возможности контролировать нашу валюту и адаптировать ее к экономике…* [Там же].

Un gouvernement où ***se retrouveront*** *des patriotes — Правительство, в котором будут патриоты* [Там же].

Политик дает обещания, чтобы успокоить избирателей и побудить их отдать свой голос. Марин Ле Пен сосредотачивает внимание на важных в первую очередь для французского народа темах, среди которых безопасность, финансовая стабильность, создание новых рабочих мест.

Стоит отметить, что Марин Ле Пен стремится установить связь с аудиторией, выдвигая на первый план интересы французского общества. Так, в интервью при использовании тактики отождествления наблюдается частое употребление местоимения *Nous* (*мы*) и словосочетаний *le peuple français* (*французский народ*), *les Français* (*французы*), *la France* (*Франция*). Частое употребление в речи определенных лексических единиц способствует созданию у электората нужных ассоциативных связей.

Rassembler ***les Français*** *autour d'un projet commun — Объединить французов вокруг общего проекта* [Там же].

Défense du ***peuple français*** *— защита французского народа* [Там же].

Protéger ***les Français*** *— защищать французов* [Там же].

Nous partageons la même vision de l'indépendance de ***la France*** *— Мы разделяем одно и то же видение независимости Франции* [Там же].

Le projet de ***nation*** *— национальный проект* [Там же].

Марин Ле Пен пользуется в своих интервью еще одной тактикой для убеждения — это сопоставительный анализ. Политик часто сравнивает свою политическую программу с программой Эмманюэля Макрона:

Nous ne partageons pas la même vision de l'indépendance de la France et de la défense du peuple français — У *нас разные взгляды на независимость Франции и защиту французского народа* [Там же].

Un candidat qui défend les intérêts d'une caste, des intérêts privés et financiers — Кандидат, защищающий интересы касты, частные и финансовые интересы [Там же].

Сопоставительный анализ в некоторых случаях дополняется тактикой иллюстрирования:

Parlons-en, du dernier terroriste! — Давайте поговорим о последнем террористе! [Там же].

Обобщая вышесказанное, можно отметить, что для убеждения Марин Ле Пен использует в основном 7 тактик: аргументы, обоснованная оценка, апелляция к чувствам и разуму, обещания, отождествление, сопоставительный анализ, иллюстрирование. В интервью не было замечено просьб, уговоров, мистификации, это говорит о том, что Марин Ле Пен придерживается образа сильного политика, что соответствует мужской линии поведения.

Желание позиционировать себя как сильного лидера наблюдается особенно четко при применении стратегии самопрезентации. Стратегия самопрезентации важна для кандидатов в президенты, она используется для того, чтобы представить себя как достойного претендента. Презентовать себя можно по-разному, в анализируемых интервью Марин Ле Пен позиционирует себя как сильного лидера, который уверен в своей победе. Такая уверенность отражается в речи политика, поэтому в предложениях часто используется личное местоимение первого лица, которое помогает четко выразить свою позицию. Также при самопрезентации Марин Ле Пен часто строит простые короткие предложения, что помогает усилить их смысл.

Je veux qu'ils soient rassurés… — Я хочу, чтобы они успокоились [Franceinfo. L'interview de Marine Le Pen sur France 2. URL: https://www.francetvinfo.fr/politique/marine-le-pen/video-regardez-l-integralite-de-l-interview-de-marine-le-pen].

Je pense qu'il se trompe — Я думаю, что он не прав [Там же].

Однако Марин Ле Пен показывает себя не только с позиции силы, но и стремится раскрыть себя как доброго и эмоционального политика, способного сопереживать согражданам. Данная задача реализуется благодаря тактике создания позитивного образа:

J'ai été frappée par … le pourcentage de Français qui se sentaient isolés — Меня поразил… процент французов, которые чувствовали себя изолированными [Там же].

Эта тактика хорошо сочетается с тактикой неявной самопрезентации, которая используется для того, чтобы имплицитно указать на свои достоинства и преимущества, в результате заставить аудиторию самостоятельно сделать вывод о личности говорящего. Марин Ле Пен реализует данный прием через использование конструкции *Je suis là pour…* (*Я здесь для…*) и эпитетов с положительной оценкой в отношении французов:

Moi, ***je suis là pour*** *libérer les braves gens — Я здесь, чтобы освободить хороших людей* [Там же].

Je suis là pour *redonner une chance aux gens honnêtes — Я здесь, чтобы дать честным людям шанс* [Там же].

Политические интервью не всегда идут гладко, могут возникать ситуации, когда необходимо отстаивать свой имидж, в таком случае допускается применение тактики самооправдания и отвода критики. В ситуации, когда Марин Ле Пен стремится вернуть доверие граждан, она использует в речи отрицательные конструкции и эпитеты, имеющие отрицательное значение *faux* (*ложный*, *обманчивый*), *caricatural* (*преувеличенный*, *карикатурный*), когда утверждает, что большинство вещей, которые французы слышали о ней, являются ложью:

Les Français ont entendu beaucoup de choses sur moi, souvent des choses fausses, souvent une description caricaturale — Французы много слышали обо мне, часто лживые вещи, часто карикатурное описание [Там же].

При отводе критики политик уверенно отрицает обвинение, например, при вопросе интервьюера о фиктивных должностях и финансировании партии Марин Ле Пен дает четкий отрицательный ответ и переводит фокус внимания на французских граждан, которые, по ее мнению, достаточно умны, чтобы распознать правду:

Non… Les Français ont en outre très bien compris que… — Нет… кроме того, французы очень хорошо понимали, что…[Там же].

При применении стратегии самопрезентации можно заметить, что Марин Ле Пен отдает предпочтение твердой и решительной риторике в своих интервью. Она заявляет о себе как о лидере, способном принимать трудные решения на благо нации. Она готова отстаивать свои интересы и интересы страны.

Готовность бороться равным образом проявляется у Марин Ле Пен при применении стратегии дискредитации. Данная стратегия в первую очередь направлена против ее главного оппонента Эммануэля Макрона.

Одной из ведущих тактик является размежевание, которое используется для создания четкой оппозиции «свои — чужие», что очень характерно для политического дискурса. Марин Ле Пен подчеркивает различия в намерениях двух кандидатов в президенты и различия в содержании программ. Французский политик четко противопоставляет себя и действующего президента Франции:

Nous avons, Emmanuel Macron et moi-même, les projets radicalement opposés — У нас с Эммануэлем Макроном радикально противоположные проекты [BFMTV. Marine le pen face à bfm : Je pense que je vais gagner la présidentielle. URL: https://www.bfmtv.com/politique/marine-le-pen-je-pense-que-je-vais-gagner-la-presidentielle].

Il est pour la mondialisation sauvage … je suis la candidat patriote. La candidat du people — Он за дикую глобализацию… Я кандидат-патриот. Народный кандидат [Там же].

J'ai assumé ma part, je note que lui ne l'a pas fait — Я взяла на себя свою часть ответственности, замечу, что он этого не сделал [Там же].

Также Марин Ле Пен использует тактику обвинения, открыто выражая свое мнение о работе Э. Макрона. Для данной тактики характерно использование более коротких простых предложений, в которых присутствуют экспрессивные пейоративные глаголы. Также часто в данной тактике не используются факты и аргументы, на первый план выходит эмоциональная составляющая:

Rien dans le projet de Monsieur Macron ne denote la moindre preuve d'amour pour la France — Ничего в проекте г-на Макрона не указывает ни на малейшее доказательство любви к Франции [Там же].

Il a insulté, il a accusé de crimes contre l'humanité — Он оскорблял, он обвинял в преступлениях против человечности [Там же].

Il a cherché pendant des mois à échapper à ses responsabilités — Он месяцами пытался избежать своих обязанностей [Там же].

Другая тактика анализ-«минус» также выражает отрицательное отношение к Э. Макрону . При ее использовании интервьюируемый выражает свое отрицательное отношение к политическим деятелям или организациям посредством рассмотрения фактов и разбора какой-либо ситуации. Марин Ле Пен использует анализ-«минус» для разбора первого года работы Э. Макрона:

La première année … est exactement dans l'axe et la philosophie que j'avais pressentis: précarité, brutalité sociale… — Первый год … как раз в той оси и той философии, которую я ожидала: ненадежность, социальная жестокость… [Там же].

Стоит отметить, что Марин Ле Пен не всегда стремится создать открытую конфронтацию между двумя политическими кандидатами. В интервью можно наблюдать применение такой тактики, как «безличное обвинение», при которой объект критики не называется открыто, но благодаря контексту понятно о ком идет речь. В отношении Э. Макрона лидер Национального фронта использует такие лексические выражения, как *les responsables politiques* (*люди, ответственные за политику*), *un candidat* (*кандидат*), *un concurrent* (*конкурент*, *соперник*). Марин Ле Пен избегает оскорблений и прямых уг-

роз в выступлениях, что говорит о желании оставаться в рамках формального стиля общения.

В интервью французского политика также можно встретить стратегию контроля над инициативой и темой, однако она не применяется в качестве основной, ее использование наблюдается в сочетании со стратегией самопрезентации. Например, Марин Ле Пен применяет данную стратегию, чтобы выразить несогласие с интервьюером, в некоторых моментах разговора применяя тактику перехвата реплик:

Je suis désolée, monsieur. C'est de la responsabilité des parents… — Простите, Господин. Это обязанность родителей… [Там же].

Перехват реплики осуществляется тактично, Марин Ле Пен приносит извинение интервьюеру *Je suis désolée* (*Извините*), добавляя обращение *Monsieur* (*Господин*).

В течение разговора также можно заметить контрвопросы:

Est-ce que vous pensez sincèrement que …? — Вы искренне думаете, что…? [Там же].

Vous pensez vraiment que …? — Вы действительно думаете, что…? [Там же].

В таких вопросах Марин Ле Пен обращается в первую очередь к ведущему. При формулировании предложений французский политик использует в первом случае конструкцию *est-ce que*. Во втором случае вопрос строится с помощью прямого порядка слов и интонации, что свойственно разговорному стилю, в данном случае это говорит об эмоциональности политика при обсуждении темы.

Обобщая вышесказанное, необходимо подчеркнуть, что речевые обороты Марин Ле Пен, как правило, характеризуются напористостью, прямотой и сильным акцентом на политических взглядах и идеях. Марин Ле Пен использует грамматически верные конструкции, однако не стремится все время придерживаться строгого и вежливого стиля, в ее репликах можно встретить пейоративные эпитеты, сравнительную и превосходную степени сравнения. Она часто обращается непосредственно к аудитории, используя риторику, чтобы апеллировать к их эмоциям и националистическим настроениям. Ее выступления часто сосредоточены на таких вопросах, как иммиграция, национальная идентичность и защита французских граждан, и в репликах часто присутствуют примеры и аргументы, основанные на фактах и подтвержденных данных.

Риторика Марин Ле Пен отличается конфронтационным стилем, с четким акцентом на сплочение сторонников. Язык политика можно охарактеризовать как провокационный из-за наличия резких и порой противоречивых заявлений. В интервью часто используются такие фигуры речи, как повторы и эмоционально окрашенные эпитеты. Неоднократное повторение ключевых фраз и лозунгов способствует усилению послания и внедрению его в сознание слушателей. Также Марин Ле Пен также часто прибегает в своих выступлениях к гиперболе, использует степени сравнения и слова-интенсификаторы, чтобы подчеркнуть свои тезисы и создать ощущение срочности. Использование гиперболы можно рассматривать как попытку вызвать эмоциональный отклик у слушателей, вдохновить их на действия и поддержать ее политические взгляды. Марин Ле Пен делает акцент на убедительной и прямолинейной форме коммуникации, она часто не стремится сгладить углы при обсуждении сложных политических и социальных проблем. Форма коммуникации данного политика является эффективной для вовлечения граждан Франции и привлечения внимания СМИ, однако стоит учитывать потенциальные негативные последствия, с которыми сталкивается Марин Ле Пен. Такая риторика может иметь неблагоприятное влияние на уязвимые группы населения, против которых направлены некоторые высказывания, среди таких можно отметить иммигрантов и национальные меньшинства.

Нужно сказать, что влияние выступлений Марин Ле Пен является предметом многочисленных дискуссий. Некоторые эксперты утверждают, что ее выступления могут быть рассмотрены как опасные и сеющие раскол, порождающие страх и ненависть у ее слушателей и разжигающие политический экстремизм. Другие утверждают, что ее речи являются мощным инструментом для вселения надежды и расширения прав и возможностей среди ее сторонников, а также для сплочения их вокруг ее дела. Однозначный ответ на этот вопрос каждый делает для себя сам, при анализе можно отметить, что данный политик является яркой личностью, которая умеет говорить убедительно и страстно.

Таким образом, можно сделать вывод, что все используемые стратегии и речевые обороты служат одной главной цели — получить внимание и вовлеченность аудитории. Марин Ле Пен старается быть ярким голосом во французской политике, и согласно статистическим данным, она входит в пятерку самых узнаваемых политиков Франции.

3. ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проанализированные политические интервью французского политика Марин Ле Пен

показали, что в политических интервью были использованы все выдвинутые коммуникативные стратегии: убеждение, побуждение, самопрезентация, стратегия контроля над инициативой и темой, эмоционально настраивающая стратегия, дискредитация. Наиболее используемыми являются убеждение и самопрезентация, реже всего использовалась стратегия контроля над инициативой и темой. Для полного анализа были рассмотрены тактики, через которые реализуются коммуникативные стратегии, и их вербальное воплощение.

В ходе анализа было выявлено, что для убеждения и побуждения в речи могут использоваться следующие средства: клише для структурирования речи, эмоционально-оценочная лексика для воздействия на аудиторию, повторы и синонимические ряды для закрепления в сознании основных ассоциативных слов, превосходная степень, слова-интенсификаторы, гипербола и антиципация. Также для убедительной риторики политик приводит аргументы, основанные на фактах, законах и статистических данных.

При самопрезентации Марин Ле Пен старается показать себя как сильного и уверенного лидера, вследствие чего часто употребляет предложения с личным местоимением первого лица единственного числа и использует фразы, выражающие собственное мнение. Политик открыто отвечает на провокационные вопросы, используя прямое отрицание или отрицательные конструкции, не применяет тактики вуалирования и мистификация.

Для контроля хода интервью могут быть заданы контрвопросы интервьюеру. Для презентации себя в роли открытого и эмпатичного политического деятеля, а также для установления эмоциональной связи Марин Ле Пен прибегает к употреблению местоимения *Nous* (*мы*) и словосочетаний *le peuple français* (*французский народ*), *la nation* (*нация*), *les Français* (*французы*), *la France* (*Франция*).

Стратегия дискредитации применяется ограниченно, что обусловлено нежеланием провоцировать конфликт. В этом случае предпочтение отдается тактикам, которые помогают выразить негативное мнение имплицитно, например, дистанцирование, анализ-«минус», безличное обвинение. В речи женщины-политика редко можно заметить оскорбления и угрозы в адрес оппонента, что говорит о ее желании оставаться в рамках формального стиля общения.

ИСТОЧНИКИ

1. BFMTV. Marine le pen face à bfm : Je pense que je vais gagner la présidentielle. — URL: https://www.bfmtv.com/politique/marine-le-pen-je-pense-que-je-vais-gagner-la-presidentielle (date of access: 02.10.2024). — Text : electronic.

2. Franceinfo. L'interview de Marine Le Pen sur France 2. — URL: https://www.francetvinfo.fr/politique/marine-le-pen/video-regardez-l-integralite-de-l-interview-de-marine-le-pen (date of access: 17.10.2024). — Text : electronic.

3. Le Parisien. Marine Le Pen : Je pense que l'euro est mort. — URL: https://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/presidentielle-marine-le-pen-je-pense-que-l-euro-est-mort (date of access: 03.11.2024). — Text : electronic.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Быкова, О. Н. Опыт классификации приёмов речевого манипулирования в текстах СМИ / О. Н. Быкова. — Текст : непосредственный // Речевое общение: Вестник Российской риторической ассоциации / Краснояр. гос. ун-т. — 2000. — Вып. 1 (9). — С. 42–53.

2. Воронцов, Д. В. Пол человека: биологический феномен или социокультурный конструкт / Д. В. Воронцов. — Текст : непосредственный // Гендерная психология: хрестоматия / сост. Е. Е. Ли. — Иркутск : Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2010. — 114 с.

3. Гвоздев, Л. З. Техника интервью : учеб. пособие / Л. З. Гвоздев. — Москва : [б. и.], 1999. — Текст : непосредственный.

4. Ильин, В. И. Драматургия качественного исследования: ситуации глубокого интервью / В. И. Ильин. — Текст : непосредственный // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2005. — Т. 7, № 4. — 189 с.

5. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — Изд. 5-е. — Москва : Издательство ЛКИ, 2008. — 225 с. — Текст : непосредственный.

6. Касенкова, Т. Н. Речевые стратегии как модуляция перспективы языкового отображения мира : дис. … канд. филол. наук / Касенкова Т. Н. — Краснодар, 2000. — 164 с. — Текст : непосредственный.

7. Михалёва, О. Л. Политический дискурс: специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалёва. — Москва : ЛИБРОКОМ, 2009. — 256 с. — Текст : непосредственный.

8. Михальская, А. К. Полевая структура политического дискурса; метод анализа и описания речевого поведения политика в политическом интервью / А. К Михальская. — Москва : [б. и.], 2000. — С. 28–70. — Текст : непосредственный.

9. Паршина, О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. … д-ра филол. наук / Паршина О. Н. — Саратов, 2005. — 303 с. — Текст : непосредственный.

10. Перельгут, Н. М. О структуре понятия «Политический дискурс» / Н. М. Перельгут, Е. Б. Сухоцкая. — Текст : непосредственный // Вестник Нижневартовского государственного гуманитарного университета. — 2013. — № 2. — С. 1–7.

11. Цуциева, М. Г. Языковая личность политика как динамический феномен дискурса и текста / М. Г. Цуциева. — Текст : непосредственный // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2013. — № 5. — С. 104–108.

12. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика / А. П. Чудинов. — Москва : Флинта, 2018. — 5-е изд. — 676 с. — Текст : непосредственный.

13. Чудинов, А. П. Российская лингвополитическая персонология: исследование дискурса политических лидеров / А. П. Чудинов, Е. А. Нахимова, М. В. Никифорова. — Текст : непосредственный // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. — 2018. — № 1. — С. 22–29.

14. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. … д-ра филол. наук / Шейгал Е. И. — Волгоград, 2000. — 440 с.

15. Stanton, N. Communication / N. Stanton. — New York : [s.n.], 1990. — 670 p. — Text : unmediated.

MATERIALS

1. BFMTV (n.d.). *Marine le pen face à bfm : Je pense que je vais gagner la présidentielle*. Retrieved Oct. 2, 2024, frpom https://www.bfmtv.com/politique/marine-le-pen-je-pense-que-je-vais-gagner-la-presidentielle

2. Franceinfo (n.d.). *L'interview de Marine Le Pen sur France 2*. Retrieved Oct. 17, 2024, from https://www.francetvinfo.fr/politique/marine-le-pen/video-regardez-l-integralite-de-l-interview-de-marine-le-pen

3. Le Parisien (n.d.). *Marine Le Pen : Je pense que l'euro est mort*. Retrieved Nov. 3, 2024, from https://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/presidentielle-marine-le-pen-je-pense-que-l-euro-est-mort

REFERENCES

Bykova, O.N. (2000). Opyt klassifikatsii priemov rechevogo manipulirovaniya v tekstakh SMI [Experience of classification of speech manipulation techniques in media texts]. *Rechevoe obshchenie: Vestnik Rossiyskoy ritoricheskoy assotsiatsii*, *1*(9), 42–53. (In Russ.)

Vorontsov, D.V. (2010). Pol cheloveka: biologicheskiy fenomen ili sotsiokul'turnyy konstrukt [Human gender: biological phenomenon or sociocultural construct]. In E.E. Li (Comp.), *Gendernaya psikhologiya: khrestomatiya*. Irkutsk: Izd-vo Irkut. gos. un-ta, 114 p. (In Russ.)

Gvozdev, L.Z. (1999). *Tekhnika interv'yu* [Interview technique] [Textbook]. Moscow. (In Russ.)

Il'in, V.I. (2005). Dramaturgiya kachestvennogo issledovaniya: situatsii glubokogo interv'yu [Dramaturgy of qualitative research: situations of deep interview]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii*, *7*(4). (In Russ.)

Issers, O.S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech] (5th ed.). Moscow: Izdatel'stvo LKI, 225 p. (In Russ.)

Kasenkova, T.N. (2000). *Rechevye strategii kak modulyatsiya perspektivy yazykovogo otobrazheniya mira* [Speech strategies as modulation of the perspective of linguistic representation of the world] [Dis. of Candidate of philological sciences]. Krasnodar, 164 s. (In Russ.)

Mikhaleva, O.L. (2009). *Politicheskiy diskurs: Spetsifika manipulyativnogo vozdeystviya* [Political discourse: Specificity of manipulative influence]. Moscow: Knizhnyy dom “LIBROKOM”, 256 p. (In Russ.)

Mikhal'skaya, A.K. (2000). *Polevaya struktura politicheskogo diskursa; Metod analiza i opisaniya rechevogo povedeniya politika v politicheskom interv'yu* [Field structure of political discourse; Method of analysis and description of speech behavior of a politician in a political interview] (pp. 28–70). Moscow. (In Russ.)

Parshina, O.N. (2005). *Strategii i taktiki rechevogo povedeniya sovremennoy politicheskoy elity Rossii* [Strategies and tactics of speech behavior of the modern political elite of Russia] [Doctoral Thesis of Dr of Philology]. Saratov, 303 p. (In Russ.)

Perel'gut, N.M., & Sukhotskaya, E.B. (2013). O strukture ponyatiya «Politicheskiy diskurs» [On the structure of the concept of “Political discourse”]. *Vestn. Nizhnevartovsk. gos. gumanit. un-ta*, *2*, 1–7. (In Russ.)

Tsutsieva, M.G. (2013). Yazykovaya lichnost' politika kak dinamicheskiy fenomen diskursa i teksta [Linguistic personality of a politician as a dynamic phenomenon of discourse and text]. *Izvestiya SPbGEU*, *5*, 104–108. (In Russ.)

Chudinov, A.P. (2018). *Politicheskaya lingvistika* [Political linguistics] (5th ed.). Moscow: Flinta, 676 p. (In Russ.)

Chudinov, A.P., Nakhimova, E.A., & Nikiforova, M.V. (2018). Rossiyskaya lingvopoliticheskaya personologiya: issledovanie diskursa politicheskikh liderov [Russian linguopolitical personology: a study of the discourse of political leaders]. *Vestnik RUDN. Seriya: Teoriya yazyka. Semiotika. Semantika*, *1*, 22–29. (In Russ.)

Sheygal, E.I. (2000). *Semiotika politicheskogo diskursa* [Semiotics of political discourse] [Doctoral Thesis of Dr of Philology]. Volgograd, 440 s. (In Russ.)