

## Комунікативні стратегії у політичному дискурсі Хіларі Клінтон

Т. Р. Ананко

Київський національний лінгвістичний університет  
Corresponding author. E-mail: ananko926@ukr.net

Paper received 30.03.18; Accepted for publication 07.04.18.

<https://doi.org/10.31174/SEND-Ph2018-160VI47-01>

**Анотація.** Стаття присвячена лінгво-комунікативним особливостям політичного дискурсу кандидата в президенти США Хіларі Клінтон. Особлива увага приділяється аналізу комунікативних стратегій і тактик, які політик використовує у своїх передвиборчих промовах. Зокрема розглядаються особливості вживання аргументативної комунікативної стратегії, що спрямована на раціональний вплив на адресата. А також аналізується конфліктна стратегія, за допомогою якої створюється емоційний вплив.

**Ключові слова:** політичний дискурс, комунікативна стратегія, комунікативна тактика, аргументація, конфлікт.

**Вступ.** Передвиборчі перегони у США показали, що політичні процеси можуть впливати не тільки на події однієї країни, але й виходити далеко за її кордони. Вважають, що результати останніх президентських виборів у США значно вплинули на розвиток міжнародних подій. Сьогодні спостерігаються кардинальні зміни у політичній комунікації, які фактично відображають інші більш глибокі процеси змін як у політичній так і в економічній сферах. Політичний дискурс відбувається більш швидко, стає більш гострим і жорстким завдяки активній участі ЗМІ, а також соціальних мереж спілкування [15, с. 6]. Кіберпростір все інтенсивніше входить у політичне життя, що створює певні загрози кібератак, викрадення інформації, а також вплив на потенційних виборців. Кандидати в президенти стають більш орієнтованими на просування своїх досягнень, результатом чого є вживання конфліктних комунікативних стратегій і негативної оцінки по відношенню до своїх опонентів. Нестача ввічливості, коректності у політичному дискурсі під час останніх президентських виборів у США підкреслила важливість цього аспекту для суспільства. Як відомо, коректний політичний дискурс є адресований усім громадянам, не є мілітаризованим або криміналізованим та підпорядковується нормам законодавства [19, с. 3]. Тому дослідження політичному дискурсу не втрачає актуальності й зацікавленості з боку лінгвістів.

**Стислий огляд публікацій за темою.** Політичний дискурс визначаємо як складне комунікативне явище, яке реалізується в політичній сфері та має пряму або непряму орієнтованість на питання розподілу й використання політичної влади. Метою політичного дискурсу є вплив на політичну ситуацію шляхом пропаганди певних ідей, емоційного впливу на політичну картину адресата [10, с.33]. У результаті, до політичної комунікації є залученими не тільки політики, але й громадськість, до якої спрямовуються політичні меседжі [21, с.12].

Комунікативні стратегії та тактики давно привертають увагу науковців. Виокремлюють семантичні, прагматичні, діалогічні та риторичні комунікативні стратегії [4]; аргументативні [2; 5]; конфліктні [9]; автори-тарні [6]; маніпулятивні стратегії у політичному дискурсі [11].

**Мета** нашого дослідження полягає у вивченні комунікативної поведінки у рамках комунікативних стратегій і тактик, які використовує кандидат в президенти від демократичної партії Хіларі Клінтон у своїх промовах під час передвиборчої кампанії.

**Матеріалом** дослідження є 3 промови Х. Клінтон, з якими вона виступала в різних місцях протягом президентської кампанії, а також її виступи у передвиборчих дебатах. Аналіз лінгво-комунікативних

особливостей здійснюється в рамках комунікативної лінгвістики.

**Результати та їх обговорення.** Як відомо, комунікативна стратегія відображає загальні прагмалінгвістичні принципи, що зумовлюють оптимальну реалізацією ілокутивних намірів, комунікативних інтенцій комуніканта щодо досягнення конкретної мети спілкування [1, с. 119]. Комунікативна тактика відповідає мовленнєвим прийомам, які визначають лінію поведінки комуніканта на певному етапі спілкування, спрямованого на бажаний ефект, та виконують функцію способів здійснення стратегії мовлення [1, с. 120]. Стратегія визначається як глобального рівня освідомлення ситуації спілкування загалом, що реалізується за допомогою тактик, які є локальними риторичними прийомами й лініями мовленнєвої поведінки [7, с. 193]. У політичному передвиборчому дискурсі основна мета полягає в отриманні перемоги завдяки більшості голосів виборців. Для цього з одного боку, вживаються стратегії позитивного висвітлення дій кандидата, акцентування на його досягненнях і обіцянках. З іншого боку, докладаються зусилля, щоб дискредитувати опонентів, показати їх неспроможність у вирішенні нагальних питань [10, с.76]. У політичному дискурсі Х.Клінтон самопрезентація кандидата відбувається за допомогою аргументативної стратегії, що реалізується низкою тактик: солідаризації [8, с. 22], генералізації, проведення аналогії, посилання на авторитетну особу, протиставлення [20, с. 117], опису позитивної перспективи [5, с.14]. Також висвітлення діяльності опонента здійснюється за допомогою конфліктної стратегії, яка включає наступні тактики: критики та дискредитації [8, с. 22].

Вважають, що необхідність використання аргументів полягає у тому, що будь-яке твердження має ґрунтуватися на певних підставах, доказах [20, с. 106], інакше воно сприймається як безпідставна заява, яка не є достатньою, щоб переконати співрозмовника підтримати позицію адресанта. Враховуючи прагматичну спрямованість аргументативного дискурсу, його ілокутивною функцією можна вважати саме переконливість. Аргументативний дискурс полягає у продукуванні взаємопов'язаних аргументованих висловлювань з метою досягти певну комунікативно-прагматичну мету, а саме впевнити співрозмовника в істинності окремого судження та змусити його погодитися із запропонованою думкою [5, с. 3]. Переконливість позиції комуніканта досягається через його особливий психологічний стан, який характеризується впевненістю комуніканта, послідовністю надання аргументів, а також використання протиставлення і повтору як основних та універсальних прийомів аргументації [2, с. 83].

Відповідно до результатів дослідження Г.Хофстеде американська культура характеризується високим ступенем маскулінності, індивідуалізму, оскільки важливе значення надається індивідуальним досягненням та підкреслюється індивідуальна відповідальність за вчинки. В американському суспільстві з низькою дистанцією влади популярним є концепт рівності, завдяки якому кожна людина має рівні можливості у досягненні фінансового розквіту [17, с.15], тобто демократичні цінності посідають вагомe місце. У політичному дискурсі важливі цінності виражаються за допомогою ключових слів, які вважаються вузлами семантичного зв'язку, такі як *our country, freedom, equality, justice, opportunity* та інші [2, с. 41]. Вони формують так звану аксіологічну шкалу, згідно з якою аудиторія повністю довіряє наданій інформації. О. Шейгал називає такі лексичні одиниці топосами єдності [11], які фактично солідаризують суспільство.

*Our country's motto is e pluribus unum: out of many, we are one. (...) The most enduring values. Freedom and equality, justice and opportunity. We should be so proud that these words are associated with us. That when people hear them – they hear... America [12].*

**Тактика солідаризації** реалізується також за допомогою вживання займенників *we, our*, що виконують інклюзивну функцію:

*We are builders and we need to get back to building! [13]*

Крім того, об'єднання суспільства і виборців з кандидатом відбувається за допомогою вживання займенника *all+Americans*, а також перерахування певних верст населення з різними політичними поглядами, наприклад:

*I will be a President for Democrats, Republicans, and Independents. For the struggling, the striving and the successful. For those who vote for me and those who don't. For all Americans [12].*

Не менш цікавим виявляється вживання інклюзивної форми імперативного стану *let's*, яка визначається як непередбачувані форми (*wayward form*) підмету *you and I* [16, с. 166]. Такі *you-&-me* структури виражають команду і пропозицію одночасно [16, с. 166] і спрямовані на залучення адресата до дії разом з мовцем, наприклад:

*So let's have paid family leave, earned sick days. Let's be sure we have affordable child care and debt-free college [14].*

**Тактика аналогії** часто вживається для більш емоційного впливу на аудиторію. Як правило, порівняння часто реалізується за допомогою емоційно і стилістично забарвленої лексики, а також метафоричних утворень. *Standing here as my mother's daughter, and my daughter's mother, I'm so happy this day has come (...). Happy for boys and men, too – because when any barrier falls in America, for everyone, it clears the way for everyone. When there are no ceilings, the sky's the limit [12].*

Підкреслюючи той факт, що вона є першою жінкою кандидатом в президенти, яку висунула одна з основних партій Америки, Клінтон зазначає, які безмежні можливості можуть мати представники обох гендерів. Аналогія з небом, яке може бути єдиним обмеженням для реалізації свого потенціалу *When there are no ceilings, the sky's the limit*, є алюзією на один з музичних творів репера Лілі Вейна під назвою *No ceilings*.

У наступному прикладі тактика аналогії виражена непрямо, оскільки вживання лексеми *to heal* асоціативно створює медичний контекст. Основне значення фрази *to heal the divides* – вирішити проблеми, які розділяють суспільство, зокрема, контроль над зброєю. Імпліцитне

значення – вилікувати суспільство, яке має певну хворобу: *We have to heal the divides in our country [12].*

**Тактика генералізації** вживається мовцем для формування у потенційних виборців відчуття причетності до загальнодержавних процесів:

*We all face choices in life, don't we? And this company could have just said, 'Hey, you know, our business is not going to be what it was, we've got to just fold up, let's just kind of quit.' But that's not what happened here, and what happened here is what can happen across America. You are in now, what is largely an aerospace company. And because of the work force and the work ethic and the commitment of Futuramic, you are seeing the future unfold [13].*

В своїй промові, що присвячена економічним питанням, кандидат у президенти звертається до працівників потужного аерокосмічного підприємства *Futuramic Tool and Engineering* у Мічигані. Клінтон наголошує на важливості розвитку цієї промисловості, вживаючи пряму апеляцію до аудиторії. Тактика генералізації реалізується фактично за допомогою асоціативної заміни подій на підприємстві подіями в країні *and what happened here is what can happen across America*. Таким чином, представники робочого класу мають відчуття, яку важливу роль вони мають для економічного зростання всієї держави.

**Тактика посилення на авторитети** є потужним засобом впливу на потенційних виборців. Зазвичай оратор вживає образи, які є важливими для суспільства і не викликають сумнівів або суперечок. Наприклад, посилення на батьків-засновників США також можна віднести до топосів єдності:

*Our Founders embraced the enduring truth that we are stronger together [12].*

У своїх промовах політик часто згадує своїх батьків, які своїм прикладом навчили її наполегливій праці, чесному ставленні до людей і надали відчуття відповідальності за інших членів суспільства.

*The lesson she (my mother) passed on to me years later stuck with me: No one gets through life alone. We have to look out for each other and lift each other up. She made sure I learned the words of our Methodist faith: "Do all the good you can, for all the people you can, in all the ways you can, as long as ever you can" [14].*

Головною метою посилення на своїх батьків та на основний заклик релігії методистської церкви, якому навчили її батьки, є продемонструвати свою відданість суспільству, де кожний готовий допомогти іншому члену суспільства.

Серед найбільш поширених засобів аргументації є **тактика протиставлення**, яка фактично базується на семантичній поляризації [21, с. 28]. Очевидно, що всі події, які пов'язані з опонентом, описується у негативному світлі та, навпаки, власні досягнення висвітлюються позитивно.

*Donald has said he's in favor of defunding Planned Parenthood. He even supported shutting the government down to defund Planned Parenthood. I will defend Planned Parenthood. I will defend Roe v. Wade, and I will defend women's rights to make their own health care decisions [13].*

Х. Клінтон висловлюється з приводу дозволу абортів і пропонує позицію Д.Трампа, який виступає проти планованого батьківства і збирається скасувати фінансування цієї програми. На відміну від свого опонента вона підтримує дозвіл абортів і захищає права жінок. Для посилення аргументації комунікант вживає

назву історично важливого судового процесу *Roe v. Wade*, який надав дозвіл на аборти.

В своїх промовах кандидат від демократичної партії порівнює свої економічні плани з перспективами економічного розвитку країни свого опонента.

*(...) that if his tax plan, which would blow up the debt by over \$5 trillion and would in some instances disadvantage middle-class families compared to the wealthy, were to go into effect, we would lose 3.5 million jobs and maybe have another recession. (...), we will have 10 million more new jobs, because we will be making investments where we can grow the economy. Take clean energy. Some country is going to be the clean-energy superpower of the 21st century. Donald thinks that climate change is a hoax perpetrated by the Chinese. I think it's real [13].*

Ми можемо спостерігати поширене вживання статистичних даних, що підсилює аргументацію і має вплинути певним чином на вибір електорату. З одного боку, презентується картина абсолютного занепаду з втрачанням робочих місць і збільшення боргу. З іншого боку, власні досягнення представлені як зростання економіки.

Крім того, Клінтон також згадує про важливість питання змін клімату для суспільства, вживаючи лексичні одиниці з позитивною конотацією *clean-energy superpower of the 21st century*. Ця ідея протиставляється позиції Трампа, який не ставить серйозно до екологічних питань, що демонструється вживанням лексем з негативною конотацією *a hoax perpetrated by the Chinese*.

**Тактика позитивної перспективи** вживається у передвиборчих промовах для опису перспектив розвитку країни у разі перемоги кандидата. Зазвичай це політичні обіцянки, які мають створити позитивну картину у підсвідомості цільової аудиторії. Тактика реалізується за допомогою умовних речень *If I am your President - I will do smth.*

*If I am fortunate enough to be your President, I will have your back every single day that I serve. My mission in the White House will be to make our economy work for everyone, not just those at the top. This is personal for me. I am the product of the American middle class, I was born in Chicago, I was raised in a subur [14].*

Головною ідеєю опису позитивної перспективи у промовах політика є демонстрація її підтримки всіх виборців, зокрема середнього класу, який складає більшість громадян *to make our economy work for everyone, not just those at the top*. З цієї метою вона неодноразово згадує також про своє походження, що фактично зближує її з аудиторією і має впливати колективного адресата в тому, що вона як президент буде відстоювати саме його інтереси.

*So my message to every worker in Michigan and across America is this: I will stop any trade deal that kills jobs or holds down wages – including the Trans-Pacific Partnership. I oppose it now, I'll oppose it after the election, and I'll oppose it as President [13].*

Клінтон також зазначає, що буде виступати проти будь-якої угоди, яка має зменшити кількість робочих місць або зарплатню працівників, включаючи угоду про Транс-Тихоокеанське партнерство.

У політичному дискурсі можна спостерігати інтереси та цілі, що конкурують між собою, а також несумісні засоби досягнення їх, що призводять до конфліктних ситуацій. Вважається, що конфлікт є нормальною формою соціальних взаємин; явищем, яке постійно має місце у міжлюдському просторі, оскільки притаманне

людській природі [2, с. 63]. Причиною конфліктів під час передвиборчих перегонів можуть стати вияви суперництва, конкуренції, несумісності позицій, розбіжності в поглядах [3, с. 24]. Конфлікт може виникнути, коли співрозмовники беруть до уваги обмежену кількість можливих пропозицій, тобто лише діаметрально протилежні альтернативи. До конфлікту також призводять ситуації, коли один із комунікантів перебуває в емоційно збудженому стані, а його співрозмовник потрапляє під емоційний вибух [18, с. 359].

У разі конфліктного спілкування комунікативну стратегію мовця окреслюють: відсутність спільної мети, однастайності; наявність різних, часто протилежних поглядів щодо розв'язання політичних, соціальних або економічних проблем; спрямованість на дисенсус. Ці показники призводять до здійснення конфліктної комунікативної стратегії. Найбільш поширеною тактикою конфліктної стратегії є **тактика критики** дій і програми опонента. Як правило, мовець вживає негативно забарвлену лексику і створює картину, яка свідчить про неспроможність опонента представляти інтереси всіх громадян.

*When he visited Detroit on Monday, he talked only of failure, poverty, and crime. He's missing so much about what makes Michigan great. And the same is true when it comes to our country. He describes America as an embarrassment. He said –and I quote – 'We're becoming a third-world country.' Look around you, my friends. Go visit with the workers building rockets. That doesn't happen in third world countries [13].*

Підприємства в Детройті представлені як *failure, poverty, and crime*; вся *America as an embarrassment, a third-world country*. Клінтон не згодна з такою позицією і пропонує подивитися навколо і оцінити масштаби аерокосмічного виробництва, яке не може відбуватися у країні третього світу.

*In fact, it would be the most extreme version, the biggest tax cuts for the top percent of the people in this country than we've ever had. I call it trumped-up trickle-down, because that's exactly what it would be. That is not how we grow the economy [14].*

Клінтон активно критикує плани свого опонента зменшити податки великим підприємствам, що на її думку не тільки не зміцнить економіку, але й не підтримає середньо-статистичного американця. Вживається гра слів *trumped-up trickle-down*, яка з одного боку, демонструє вигадану підтримку середнього класу, а, з іншого, факт збагачення таких людей як Трамп.

**Тактика дискредитації** має на меті представити дії опонента не тільки у негативному світлі, але й довести, що вони не відповідають нормам загальноприйнятої поведінки. Крім того, акцентуються негативні характеристики опонента.

*Well, I think you've seen another example of bait-and-switch here. For 40 years, everyone running for president has released their tax returns. So you've got to ask yourself, why won't he release his tax returns? (...) he owes about \$650 million to Wall Street and foreign banks. Or maybe he doesn't want the American people to know that he's paid nothing in federal taxes, because the only years that anybody's ever seen were a couple of years when he had to turn them over to state authorities when he was trying to get a casino license, and they showed he didn't pay any federal income tax [12].*

Клінтон інформує аудиторію, що Трамп не виплачував вже тривалий час податки на прибутки. Це є серйозне порушення закону. Дискредитація здійснюється декількома засобами. По-перше, вживається метафора *bait-and-switch*, яка підкреслює нечесну гру кандидата в президенти. Він фактично один із всіх кандидатів за 40 років не інформує суспільство про свої податки. По-друге, надається інформація про його статки, що свідчить про його досить високу фінансову забезпеченість. Таким чином, громадяни можуть зробити висновок, що він нечесна людина, яка порушує закон.

**Висновки.** Підсумовуючи вищезначене, ми можемо зазначити, що комунікативна поведінка Х.Клінтон демонструє, що вона є доволі виваженим політиком. В її промовах переважають аргументативні стратегії (60%), які більш спрямовані на зміну картини світу адресата за допомогою логічного і раціонального впливу. Конфліктні стратегії складають 40% від загального обсягу ілюстративного матеріалу, що свідчить про стриманість політика у вираженні негативної оцінки.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. – К.: ВЦ „Академія”, 2004. – 344 с.
2. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации. – К.: Логос, 2003. – 304 с.
3. Здравомыслов А.Г. Социология конфликта: Россия на путях преодоления кризиса: Учебн. пособие для студ. вузов. – М.: Аспект-Пресс, 1995. – 319 с.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. – М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
5. Кошеварова Ю.А. Коммуникативно - прагматический анализ аргументативного дискурса: Автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04. – Уфа, 2006. – 20с. <http://www.bashedu.ru/autoreferat/autoref17.doc>.
6. Крючкова П.Г. Авторитарный дискурс (на мат. суч. англ. мови): Дис. ... к.ф.н.: 10.02.04/ Київський нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2003. – 193 с.
7. Макаров М.Л. Основы теории дискурса.-М.: Гнозис, 2003.-261 с.
8. Фирстова Л. А. Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса (на материале русскоязычных и англоязычных информационных программ) : автореф. дис. ... канд.филол. наук. — Саратов, 2008. –20 с.
9. Фролова І.С. Вербалізація конфлікту у дискурсі//Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен/Під загальн. ред. Шевченко І.С.: Монографія.-Харків: Константа, 2005.-С. 237-262.
10. Чудинов А.П. Политическая лингвистика.– М.: Флинта: Наука, 2007. – 256 с.
11. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: Монография. – М.: Волгоград: Перемена, 2000. – 268 с.
12. Clinton H. Speech at the Democratic Convention. <https://www.nytimes.com/2016/07/29/us/politics/hillary-clinton-dnc-transcript>, July 29, 2016 (accessed 20.03.18)
13. Clinton H. Economic Speech. <http://www.newsweek.com/hillary-clinton-full-transcript-economic-speech-489602html>, August, 11, 2016. (accessed 20.07.17)
14. Clinton H, Trump D. The First Debate transcript. [https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/09/26/the-first-trump-clinton-presidential-debate-transcript-annotated/?utm\\_term=.3bc8204b2a9](https://www.washingtonpost.com/news/the-fix/wp/2016/09/26/the-first-trump-clinton-presidential-debate-transcript-annotated/?utm_term=.3bc8204b2a9), September, 26, 2016c. (accessed 20.07.17)
15. Fitzwater M. I do not think there is a quick fix//Civility in Presidential Election Discourse. Rindge, New Hampshire: Franklin Pierce University, 2016, P. 6-7.
16. Halliday M.A.K. Halliday's Introduction to Functional Grammar.–L.: Routledge Taylor & Francis Group, 2014.– 786 p.
17. Hofstede G. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context//Online Readings in Psychology and Culture, 2(1), 2011 <http://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=orpc> (accessed 17.07.17)
18. Locker K.O. Business and Administrative Communication. – Chicago: Irwin Inc., 1995. – 688 p.
19. McKeever, K. Words Matter: The Why, When, and Where of Civil Discourse//Civility in Presidential election Discourse. Rindge, New Hampshire: Franklin Pierce University, 2016, P. 3-4.
20. Rieke R.D. Sillars M.O. Argumentation and critical decision making.- Longman, 1997. – 318p.
21. Van Dijk T. A. What is Political Discourse Ananalysis?//Political Linguistics. Amsterdam: John Benjamins Publishing Co., 19917, P. 11-52 <http://discourses.org/OldArticles/What%20is%20Political%20Discourse%20Analysis.pdf> (accessed 19.07.17)

#### REFERENCES

1. Batsevych F.S. The Basics of Communicative Linguistics. – Kyiv: Academy, 2004. – 344 p.
2. Belova A. D. Linguistic Aspects of Argumentation. – Kyiv: Logos, 2003. – 304 p.
3. Zdravomyslov A.G.Sociology of Conflict: Russia is on the way of Crisis Solution: Course-book. – М.: Aspect-Press, 1995. – 319 p.
4. Issers O. S. Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech. – М.: KomKniga, 2006. – 288 p.
5. Koshevarova J. A. Communicative and Pragmatic Analysis of Argumentative Discourse: Extended Abstract of Ph.d. Dissertation: 10.02.04. – Ufa, 2006. – 20 p.
6. Kryuchkova P.G. Authoritative Discourse (a case study of Modern English Language): Ph. D. Dissertation: 10.02.04/ Kyiv T.Shevchenko National University – Kyiv, 2003. – 193 p.
7. Makarov M.L. The Basics of Discourse Theory.-М.:Gnosis, 2003. 261p.
8. Firstova L.A. Discursive Strategies and Tactics in TV publicistic Discourse (a case study of Russian and English Informational programmes): Extended Abstract of Ph.d. Dissertation. – Saratov, 2008. – 20 p.
9. Frolova I.E. Verbalization of Conflict in Discourse//Discourse as Communicative and Cognitive Phenomenon/ Shevchenko I.S (Ed): Monography. – Kharkiv, Konstanta, 2005. – P. 237-262.
10. Chudinov A.P. Political Linguistics. – М.: Flinta, 2007. – 256 p.
11. Shegal E.I. Semiotics of Political Discourse; Monography. – М.; Volgograd: Peremena, 2000. – 268 p.

#### Communicative Strategies in Political Discourse of Hilary Clinton

T. R. Ananko

**Abstract.** The article is dedicated to linguistic and communicative peculiarities of political discourse of Hilary Clinton, a presidential candidate in the USA. The focus is on the communicative strategies and tactics, used by the politician in her speeches during the election campaign. The attention is paid to argumentative communicative strategy, which is aimed to make a rational impact on the addressee. The conflict strategy which produces an emotional appeal is also analysed.

**Keywords:** *political discourse, communicative strategies, communicative tactics, argumentation, conflict.*

#### Коммуникативные стратегии в политическом дискурсе Хилари Клинтон

T. R. Ananko

**Аннотация.** Статья посвящена лингво-коммуникативным особенностям политического дискурса кандидата в президенты США Хилари Клинтон. Особенное внимание уделяется анализу коммуникативных стратегий и тактик, которые политик использует в своих предвыборных выступлениях. А именно рассматриваются особенности использования аргументативной коммуникативной стратегии, которая нацелена на рациональное влияние на адресата. А также анализируется конфликтная стратегия, с помощью которой образуется эмоциональное влияние.

**Ключевые слова:** *политический дискурс, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, аргументация, конфликт.*