

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ЛИЧНОГО БРЕНДА ПОЛИТИКА

© Наталья Ахренова, Егор Смирнов

LINGUOPRAGMATIC FEATURES OF CREATING A POLITICIAN'S PERSONAL BRAND

Natalia Akhrenova, Yegor Smirnov

The article analyzes linguopragmatic aspects influencing the formation of a politician's personal brand, since in the conditions of modern media space, the perception and success of a politician's activity largely depends on his/her public image. The analysis pays special attention to such key aspects of personal brand formation as idiosyncrasy, communicative strategies and tactics of interaction with the audience, linguistic means used to influence the target audience and the collective addressee. The article concludes that a politician's personal brand is a multimodal formation, including both verbal (lexicon, stylistic means, syntax, phonetics (prosody and intonation)) and non-verbal components (facial expressions, gestures, manner of dress), as well as the manner of interaction with the audience. The study of linguopragmatic features of creating a modern politician's brand is carried out using the topical material. We study the personal brand of Kamala Harris, the Vice-President of the United States, which makes the work especially relevant for modern linguistics, because it enables us to explore the features of communicative strategies and tactics implementation using lexical, grammatical, intertextual and stylistic means through the prism of conversion analysis.

Keywords: personal brand, political discourse, image, linguopragmatics, communicative strategies

Статья посвящена анализу лингвопрагматических аспектов, влияющих на формирование личного бренда политика, так как в условиях современного медийного пространства восприятие и успешность деятельности политика во многом зависит от его публичного имиджа. В ходе анализа уделяется особое внимание таким ключевым аспектам формирования личного бренда, как идиостиль, коммуникативные стратегии и тактики взаимодействия с аудиторией, лингвистические средства, участвующие в процессе воздействия на целевую аудиторию и коллективного адресата. Авторы приходят к выводу о том, что личный бренд политика представляется мультимодальным образованием, включающим как вербальные (лексика, стилистические средства, синтаксис, фонетика (просодия и интонация), так и невербальные (мимика, жесты, манера одеваться) компоненты, а также манеру взаимодействия с публикой. Исследование лингвопрагматических особенностей создания бренда современного политика проводится на актуальном материале. Авторы изучают личный бренд вице-президента США Камалы Харрис, что делает работу особенно актуальной для современной лингвистики, так как через призму конверсационного анализа изучаются особенности реализации коммуникативных стратегий и тактик посредством лексических, грамматических, интертекстуальных, стилистических средств.

Ключевые слова: личный бренд, политический дискурс, имидж, лингвопрагматика, коммуникативные стратегии

Для цитирования: Смирнов Е., Ахренова Н. Лингвопрагматические особенности создания личного бренда политика // Филология и культура. Philology and Culture. 2025. № 1 (79). С. 13–22. DOI: 10.26907/2782-4756-2025-79-1-13-22

Подобно рекламе известных, коммерчески успешных брендов, в современных политических реалиях личный бренд политика является основой для формирования лояльности со стороны избирателей, так как способствует выделению на

фоне оппонентов и создает устойчивое восприятие его как лидера. Персональный бренд современного политика представляет собой сложное многослойное образование, который строится, помимо собственно политических убеждений, на

грамотном сочетании вербальных (языковых, фонетических и просодических), невербальных, риторических, семиотических и мировоззренческих компонентов. Для грамотного и глубокого анализа образа политика наиболее продуктивным представляется рассмотрение лингвопрагматических характеристик как выступлений политиков, так и их активности в современных медиа: социальных сетях, блогах, средствах массовой информации.

Традиционная лингвистика фокусируется на структурных аспектах языка, в то время как лингвопрагматика исследует влияние контекста, культурных норм и социального взаимодействия на понимание и использование языка, в том числе изучает употребление языка с учетом возрастных, половых, общественно-статусных и профессиональных особенностей коммуникантов, а также конкретных условий и целей речевого акта. Это особенно важно в политическом дискурсе, где необходимо сформулировать свое сообщение, ориентируясь на различные группы избирателей, социальные контексты и актуальные темы и течения, например, в популярной культуре. Политическая риторика направлена на активное использование эмоций и формирование идентичности, что является важным аспектом конструирования политического имиджа в частности и личного бренда политика в целом.

Политический дискурс неразрывно связан с вопросами власти и борьбы за влияние. Ключевым пунктом формирования личного бренда политика является использование языка не только с целью донесения своих идей, но и управления восприятием со стороны избирателей. Учитывая влияние личного бренда политика на его деятельность, мы определили цель данной работы – выявление лингвопрагматических особенностей в создании личного бренда политика.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью личных брендов в политической среде, учитывая современное медийное пространство, где восприятие лидера зависит от его публичного имиджа и коммуникативных стратегий.

Цель исследования заключается в выявлении специфических лингвопрагматических характеристик, способствующих эффективному созданию и продвижению личного бренда политиков, на примере речевых стратегий, их вербального и невербального языковлечения, используемых Камалой Харрис.

Материалами для исследования являются публичные выступления Камалы Харрис, а именно «2020 DNC» и «Kamala Harris on Abortion Rights».

Лингвопрагматические аспекты создания личного бренда политиков стали предметом значительного числа исследований как в России, так и за рубежом. Например, работы В. И. Карасика и А. П. Чудинова освещают ключевые концепции и стратегии в политической коммуникации, акцентируя внимание на роли языка в политическом дискурсе. Также исследование О. Н. Паршиной дополняет этот контекст, где анализируются практические аспекты российской политической речи, что позволяет глубже понять ее уникальные характеристики. О. С. Иссерс изучает коммуникативные стратегии и тактики, используемые в русском языке, что способствует анализу речевых особенностей политиков. Вклад В. А. Казабеевой в исследование взаимодействия участников общения в политическом дискурсе подчеркивает социальные аспекты, играющие важную роль в формировании личного бренда. Тем не менее, несмотря на обширный объем существующих публикаций, вопросы взаимосвязи лингвопрагматики и личного брендинга остаются недостаточно исследованными, особенно с учетом новых медийных условий и форм политической коммуникации. Таким образом, анализ конкретных речевых стратегий и их воздействия на имидж политика представляет собой актуальную задачу, способствующую расширению знаний в данной области.

Методология исследования включает следующие компоненты:

- лексический анализ текста: анализ лексического состава текста с точки зрения семантики, выбора конкретных единиц;
- стилистический анализ текста: анализ стилистических черт, языковых средств, используемых для решения коммуникативных задач;

Для сбора иллюстративного материала был использован метод сплошной выборки.

Личный бренд публичного человека во многом зависит от языковой личности, которая формируется из речевого паспорта и идиостиля (рис. 1), которые во многом продиктованы такими прагматическими факторами, как требования политтехнологов и PR специалистов.

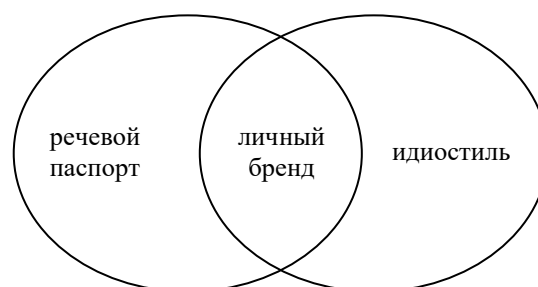


Рис. 1. Составляющие личного бренда

Речевой паспорт – это совокупность тех коммуникативных особенностей личности, которые и делают эту личность уникальной (или по меньшей мере узнаваемой). Идиостиль человека, если терминологически противопоставить его речевому паспорту, можно было бы трактовать как выбор говорящим тех или иных средств общения, поскольку стиль предполагает выбор. Речевой паспорт – это аспект коммуникативного поведения, а идиостиль – аспект коммуникативной компетенции. Компетенция также включает языковое чутье и языковой вкус – систему установок человека в отношении языка и речи на этом языке [1, с. 9].

В обобщенном варианте в речевом паспорте языковой личности выделяют 4 составляющих коммуникативной личности:

- биологическая (пол и возраст);
- психическая (эмоциональное состояние в момент речи);
- социальная (национальность, социальный статус, место рождения, профессия);
- индивидуальная.

В рамках изучения идиостиля языковой личности можно выделить ряд постоянных характеристик, которые проявляются в речевом поведении. К ним относятся:

- гендерные;
- национальные;
- психологические.

Также важны социальные факторы, такие как статус, профессия, а кроме того – индивидуальные языковые предпочтения. Эти предпочтения могут проявляться на уровне использования отдельных языковых средств и типов речи, например описания, повествования или рассуждения, что отражает специфику мышления. Существенную роль играют и культурные константы и стереотипы, которые выражаются через следование или отклонение от норм, а также креативность в речевом поведении. Жанровые предпочтения в дискурсивных практиках также могут указывать на стремление к гармоничному или, напротив, деструктивному общению. Среди переменных факторов речевого поведения выделяются ситуативные изменения в разных сферах общения, тематическое варьирование, учет адресатов, а также жанровые трансформации.

Поскольку выбранная нами для рассмотрения персона принадлежит к сфере политического дискурса, при анализе необходимо учитывать следующие характеристики политического дискурса [2, с. 43]:

– смысловая неопределенность (политики часто избегают высказываний своих мнений в максимально обобщенном виде);

– фантомность (многие знаки политического языка не имеют реального денотата: например, политики часто апеллируют к патриотизму, используя этот термин для оправдания своих действий, однако иногда это может означать поддержку определенных политических решений или действий, которые не всегда совпадают с интересами всех граждан);

– фидеистичность (иррациональность, опора на подсознание);

– эзотеричность (подлинный смысл многих политических высказываний понятен только избранным);

– дистанцированность и театральность (необходимость политиков «работать на публику», привлекая ее своим имиджем).

Используемая в политическом дискурсе конативная функция языка реализуется через применение речевых стратегий и тактик. Стратегия определяется как «совокупность речевых действий», «цепочка решений говорящего, его выборов определенных коммуникативных действий и языковых средств» [3, с. 10].

В широком смысле стратегия понимается как комплексный план или подход, который используется для достижения определенных целей или результатов. Стратегия в рамках политического дискурса определяется целями:

– побудить адресата отдать свой голос на выборах за определенного кандидата, партию, блок, движение;

– завоевать авторитет или укрепить свой имидж, «понравиться народу»;

– убедить адресата согласиться с говорящим, его мнением, принять его точку зрения;

– создать определенный эмоциональный настрой, вызвать определенное эмоциональное состояние адресата;

– дать адресату новые знания, новые представления о предмете речи, информировать адресата о своей позиции по какому-либо вопросу.

Для достижения выделяемых целей ключевыми для формирования личного бренда политика можно считать переменные факторы речевого поведения языковой личности, где на первый план выходит учет целевого адресата, часто обобщенного, от которого зависят жанровые особенности используемых политиком коммуникативных стратегий и тактик, лексического и стилистического репертуара, а также сложность построения фразы и текста в целом с точки зрения синтаксиса.

Традиционно в общении с аудиторией в политическом дискурсе принято рассматривать коммуникативные стратегии, выявленные О. Н. Паршиной (табл. 1) [3].

Таблица 1

Стратегии политического дискурса

Стратегия	Интерпретация
Самопрезентации	Акцент на положительных качествах оратора с целью создания положительного имиджа. Используется для формирования доверия и лояльности со стороны избирателей.
Дискредитации	Используется для техники уменьшения авторитета и влияния других кандидатов. Может включать в себя распространение негативной информации или использование личных атак.
Нападения	Включает в себя агрессивные высказывания и критику в адрес оппонентов. Эта тактика может быть эффективной в создании образа сильного лидера, готового отстаивать свои позиции.
Самозащиты	Нацелена на защиту собственных позиций и репутации от критики. Используется с целью оправдания своих действий и решений.
Формирования эмоционального настроя адресата	Акцентируется внимание на создании эмоциональной связи с аудиторией. Используются риторические приемы, чтобы вызвать нужные эмоции у слушателей и побудить их к действию.
Информационно-интерпретационная	Направлена на представление информации, которая была бы понята и интерпретирована в пользу политика.
Аргументативная	Акцент на логические доводы и аргументы в поддержку политических заявлений.
Агитационная	Используется для побуждения слушателей к действию. Может включать в себя эмоциональные призывы и обращения.
Манипулятивная	Использование скрытых приемов воздействия на мнение аудитории.

С точки зрения речевого воздействия стратегию следует анализировать через призму тактических приемов, поскольку она представляет собой искусство планирования, опирающееся на точные и дальновидные прогнозы. Это понимание подчеркивает, что стратегическое мышление требует тщательной оценки контекста и возможных последствий. Для построения личного бренда политика, как и для достижения других коммуникативных целей, принято прибегать к использованию комбинации стратегий, так как основной задачей любого общения и передачи информации в рамках политического дискурса является убеждение в своей позиции и привлечение сторонников.

Речевые тактики в политическом дискурсе представляют собой выбор и последовательность речевых действий [Там же, с. 44]. Рассмотрим речевые тактики политического дискурса, выявленные О. Н. Паршиной (табл. 2).

Таблица 2

Речевые тактики политического дискурса

Тактика	Интерпретация
Отождествления с кем-либо или чем-либо	Демонстрация принадлежности к определенной социальной, статусной или политической группе.
Солидаризации с адресатом	Тактика для выражения единства с аудиторией и поддержки. Создание атмосферы доверия и понимания.
Создания «своего круга»	Выделение группы людей, к которой политик себя относит, создавая тем самым ощущение принадлежности.
Дистанцирования	Обозначение различий между собой и оппонентами или нежелательными ассоциациями.
Нейтрализации негативного представления о себе	Снижение негативных стереотипов и представлений о себе.
Гипертрофирования	Преувеличение фактов или событий для создания более яркого и запоминающегося образа.
Акцентирования положительной информации	Выделение своих достижений и успехов при создании позитивного образа.
Эпатирования	Привлечение внимания и шокирование аудитории.
Насмешки	Способ критики, когда соз-

	дается образ более компетентного и остроумного кандидата.
--	---

Сравнивая понятия «стратегия» и «тактика», следует отметить, что речевая стратегия представляет собой совокупность речевых действий, нацеленных на достижение общей коммуникативной цели говорящего, тогда как речевая тактика является инструментом, включающим одно или несколько действий, способствующих реализации стратегии [4, с. 109]. Кроме того, речевую тактику можно определить как «набор приемов, которые определяют использование определенных языковых средств в конкретных ситуациях» [5, с. 147]. Поскольку выбор речевых средств и приемов определяется намерениями говорящего, или, иначе говоря, стратегическим замыслом, можно утверждать, что стратегия включает в себя набор тактик, что позволяет рассматривать их как род и вид [2, с. 109].

Камала Харрис, выстраивая свой личный бренд, делает сильный акцент на инклюзивность, что пересекается с ее политической платформой. Она поддерживает равенство, свободу и справедливость для всех рас на территории США. Это можно интерпретировать как одну из основополагающих целей ее политической деятельности, а именно завоевание авторитета и голосов со стороны единомышленников по вопросам инклюзивности.

Для определения стратегии и тактики с целью достижения вышеупомянутой цели была проанализирована речь Камалы Харрис на «2020 DNC», официальном партийном мероприятии демократической партии США, где Камалу Харрис назначили вице-президентом.

Камала Харрис выбрала стратегию формирования эмоционального настроения адресата. Рассмотрим основные тезисы в речи политика на «2020 DNC»:

1) «...*And we celebrate the women who fought for that right...*»;

2) «...*These women and the generations that followed worked to make democracy and opportunity real in the lives of all of us who followed...*»;

3) «...*Black, Latino and Indigenous people are suffering and dying disproportionately...*».

Как мы видим, Камала Харрис использовала местоимение *we* в начале предложения, а далее объективный падеж этого же местоимения *us*, которое призвано объединить всех женщин среди аудитории праздновать победы прошлых поколений, боровшихся за права женщин в США. В данном примере Камала Харрис использует тактику солидаризации, создавая атмосферу едине-

ния всех женщин, которые, как и она, стремились и стремятся сделать статус женщины в обществе более весомым.

Используя прошедшее время, спикер показывает, что у всех в этой аудитории есть не только общее настоящее, но и общее прошлое, которое их объединяет и делает частью единого организма, способного достичь высоких результатов и принимать решения. Также использование прошедшего времени в двух первых примерах создает определенный контраст примеру номер 3, где используется настоящее продолженное время «...*are suffering and dying disproportionately...*», что демонстрирует нерешенность проблемы расовых предрассудков и притеснений по этническому признаку, в то время как вопрос равенства полов уже так остро не стоит.

Кроме того, в речи используются формы глагола *to follow*, чья семантика предполагает подчинение и продолжений действий, традиций, политического курса, что так же несет в своем значении коннотацию объединения. Для интенсификации этого семантического значения был использован прием повтора: «... *that followed worked to make democracy and opportunity real in the lives of all of us who followed...*».

Используя упомянутые выше лингвистические средства, в тезисах № 1 и 2 Камала Харрис, рассказывая о борьбе за свободы граждан в США, акцентирует внимание на феминистических движениях, которые боролись за демократию в США, выходя на марши и протесты с целью добиться равноправия. Здесь Камала Харрис использует тактику отождествления, так как впоследствии заявляет, что всю свою карьеру борется за права граждан США.

В тезисе № 3 упоминаются этнические группы, чьи права, по мнению Камалы Харрис, ущемляются. В данном случае используется тактика создания «своего круга», так как Камала Харрис – темнокожая женщина азиатского происхождения.

Можно сделать вывод, что для достижения одной из целей Камала Харрис построила свой политический бренд, основываясь в том числе на своем этническом происхождении и принадлежности к ущемляемому в правах слою общества, а умелое использование стратегий и речевых тактик политического дискурса поспособствовало корректно доносить свои мысли до избирателей и получать поддержку. Так, 79 % темнокожих и 62 % азиатских избирателей поддержали Камалу Харрис в 2020 г., в том числе 52 % женщин отдали свой голос в поддержку Камалы Харрис.

Являясь сторонницей независимости женщин в вопросах распоряжения своим телом, Камала Харрис включила в свою политическую платформу вопрос отмены запрета аборт на территории Соединенных Штатов Америки и активно выступает на публике с освещением этой проблемы с целью привлечения единомышленников.

Исходя из анализа выступления «Kamala Harris on Abortion Rights», для достижения этой цели политик использует информационно-интерпретационную стратегию.

1. «...*freedom is not to be given. It is not to be bestowed. Right. It is ours by right. It is ours by right, and that includes the fundamental freedom of a woman to be able to make decisions about her own body and not have her government telling her what to do...*».

В данном примере Камала Харрис использует тактику отождествления, употребляет в своей речи местоимение *ours*, что подчеркивает ее принадлежность ко всем американцам, которые имеют право на свободу, тем самым объединяя себя и всех граждан в борьбе за свои права. Кроме того, речь содержит отрицание пассивного отношения и восприятия ситуации, когда тебе диктуют, что такое свобода «...*freedom is not to be given*», что ее тебе дарят «*It is not to be bestowed*». Для интенсификации своей точки зрения оратор использует страдательный залог. Далее, развивая свою мысль, К. Харрис прибегает к использованию языковой игры, основанной на изменении значения слова *Right* в эллиптической конструкции, которая может быть воспринята аудиторией в значении 'Правильно', причем произнесено это не с вопросительной, а утвердительной интонацией, что также свидетельствует о намерении спикера показать, что она не случайный человек в аудитории единомышленников, что она понимает намерения, убеждения и чаяния собравшейся аудитории. Затем политик дважды повторяет фразу «*It is ours by right*», показывая свою уверенность в этом тезисе и понимание убежденности слушателей в том же.

Примечательным в данном случае является использование личного притяжательного местоимения *her*, что делает акцент на тот факт, что в первом случае это ее собственное тело («...*her own body...*»), которым не может распоряжаться избранное ее правительство («...*not have her government...*»). Тем самым Камала Харрис показывает зависимость власти от мнения каждого избирателя и то, что она согласна с этой точкой зрения.

2. «...*And now more than 20 states have Trump abortion bans, extremists that have passed laws that*

criminalize health care providers, doctors, and nurses, and punish women...».

Данное высказывание демонстрирует использование двух тактик: дистанцирования и эпатирования, обозначая некоторых государственных служащих *extremists*, тем самым осуждая их действия и демонстрируя свое несогласие с ними, используя при этом подлежащее *extremists*, имеющее остро негативный окрас по отношению к оппонентам. В это же время спикер, понимая, что люди указанных профессий могут быть в числе электората, как бы обеляет и дистанцирует их от преступных планов правящей верхушки, используя пассивную конструкцию и глагол «*criminalize health care providers, doctors, and nurses, and punish women...*» с резко негативной коннотацией. Учитывая скандалы, связанные с Д. Трампом, К. Харрис использует глагол «*punish women*», чтобы подчеркнуть желание отомстить тем женщинам, которые «осмелились» выступить против него. Тем самым происходит контрастирование с целью получения эмпатии аудитории и достижения эффекта единения.

3. «...*so, when I was in high school, my best friend, I learned, was being molested by her stepfather. And I said to her, look, you got to come and stay with us...*».

Этим высказыванием политик демонстрирует тактику акцентирования положительной информации, так как в рамках обсуждаемой темы Камала Харрис рассказывает историю, которая наглядно демонстрирует, как поднятая проблема коснулась близкого ей человека, и она ему помогла, демонстрируя, что чужие по крови люди могут не только быть жестокими и коварными по отношению к человеку, но и проявить участие, защитить и решить вопрос. Частотность употребления личного местоимения *I* призвана продемонстрировать сильные стороны политика, способность брать на себя ответственность и проявлять инициативу.

4. «...*And in our debate last week, well, that was fun. But and I know everyone here paid attention to the words...*».

Здесь Камала Харрис использует тактику насмешки, так как с юмором отзывается о минувших дебатах со своим основным оппонентом, после которых поддержка Камалы Харрис в ключевых штатах, таких как Мичиган и Невада, выросла на 1-2 пункта и подарила ей лидерство. Это помогло сделать ее выступление менее тяжелым и создать более непринужденную атмосферу, так как это последовало сразу после рассказа о трагедии, произошедшей из-за закона, против которого выступает политик.

Анализируя тексты выступлений политика, для формирования более объективного восприятия личного бренда политика необходимо помнить, что такое общение с аудиторией носит мультимодальный характер. В данном случае мы говорим об устной речи, где необходимо также рассматривать интонационную составляющую, так как интонация может в корне изменять посыл высказывания, передать оттенки смысла. В том числе, опираясь на одну только интонацию, возможно определить смысл изречения.

Американские ученые рассматривают интонацию как сложное единство высоты, силы, тембра и темпа в речи, которое оформляет, организует предложение, выделяет его смысловой центр, выражает его характер, чем выполняет определенные грамматические функции [6, с. 105].

Основными интонационными схемами в английском языке являются падающий тон, восходящий тон, падающий-восходящий тон и восходящий-падающий тон. Восходящая интонация означает, что высота голоса повышается со временем; нисходящая интонация означает, что высота голоса понижается со временем; падающая-восходящая интонация понижается, а затем повышается; восходяще-нисходящая интонация повышается, а затем понижается. Ударение и интонация – взаимосвязанные явления, они работают вместе, чтобы создать эффект «выделения» или «акцента». Акцентированные слоги могут произноситься ровным тоном, высоким или низким, или с изменением тона. Акцентированный слог, произнесенный на ровном тоне, описывается как имеющий статичный тон, в то время как акцентированный слог, на котором происходит изменение тона, имеет кинетический тон. Слог, который инициирует кинетический тон, называют ядром и говорят, что он имеет первичное, ядерное или тоническое ударение. Слог, произнесенный на ровном тоне, высоком или низком, называется статическим тоном, а тот, на котором происходит изменение высоты тона, – кинетическим тоном.

Интонация используется главным образом для того, чтобы показать отношение говорящего к слушателю или к затронутой теме. Интонация не только выполняет грамматическую функцию, но и выражает отношение, например удовольствие / опасность, симпатия / неприязнь, любовь / ненависть, вера / сомнение, ревность / удивление, раздражение / сарказм. Хотя интонация – это прежде всего изменение высоты тона, важно понимать, что функции, приписываемые интонации, такие как выражение отношения и эмоций или выделение аспектов грамматической струк-

туры, почти всегда связаны с сопутствующим изменением других просодических характеристик. Интонация – это, пожалуй, главное средство, с помощью которого говорящий передает свое отношение и эмоции. Грамматика высказывания не позволяет заметным образом определить, является ли отношение говорящего, например, удивлением, просьбой, предложением, вежливостью или благодарностью.

Например, использование повышающегося тона предполагает большую заинтересованность и доброжелательность со стороны говорящего. Падающе-восходящий тон предполагает сомнение, нерешительность со стороны говорящего. Необходимо учитывать, что факторы, которые определяют выбор одного шаблона по сравнению с другим, объективны и субъективны одновременно. Объективны в том смысле, что тип высказывания (утверждение против вопроса, команда против просьбы, даже простое предложение против сложного) важен, а субъективны в том смысле, что настроение говорящего и его отношение к тому, что он говорит, также имеют значение.

Высказывания обычно делаются с понижающейся интонацией (тоном). Падающая интонация свидетельствует о фактическом отношении говорящего. Но когда высказывание делается с повышающейся интонацией, то это означает некоторое волнение, недоверие, удивление со стороны говорящего. Это равнозначно и для вопросов, которые обычно задаются с понижающимся тоном. Использование повышающегося тона предполагает большую заинтересованность и дружелюбие со стороны говорящего.

На примере выступления Камалы Харрис «Kamala Harris on Abortion Rights» проследим тональность некоторых ее высказываний.

1. «*We trust (up) women*» – восходящая.
2. «*I will so (up) proudly sign it back into law*» – восходящая.
3. «*(up) Proudly sign it into (down) law*» – падающая.

В высказывании № 1 и № 2 используется повышающий тон, что свидетельствует о высокой заинтересованности спикера в теме своего выступления. В примере № 3 можно отметить падающую интонацию, которая показывает фактическое отношение Камалы Харрис к проблеме, а именно: она серьезно настроена на решение проблемы аборт на территории США. В том числе перечисленные примеры свидетельствуют о серьезной озабоченности спикера этой проблемой.

В рамках данной работы важно учитывать синтаксические особенности устной речи. В пре-

делах синтаксического уровня выделяют несколько подуровней, куда относятся разные типы предложений [7]:

- one-word sentences (имеют сильное решительное воздействие);
- rhetorical question;
- repetition (анафора, эпифора, обрамление, анадиплоз, параллельные конструкции, обратный параллелизм, инверсия, ретардация, обособленные конструкции, эллипсис, умолчание).

Стилистические приемы важны в устной речи, так как реализуют различные функции и стилистические эффекты, что можно заметить на примере публичных выступлений Камалы Харрис.

Рассмотрим вышеупомянутую речь Камалы Харрис «Kamala Harris on Abortion Rights». Интенсивность воздействия на публику коррелирует с обильным использованием стилистических средств. За время своего выступления политик использовала риторические вопросы:

- «...the right to make a decision about what happens to their body next?»;
- «Well, where you been? Where you been?»;
- «When it comes to taking care of the women and children of America?»;
- «Where have you been? How dare they? How dare they?»;
- «Let's break that down, shall we?»;
- «So we're saying that we're gonna create public policy that says that a doctor, a health care provider, will only kick in to give the care that somebody needs if they're about to die?»;
- «You're saying that good policy, logical policy, moral policy, humane policy is about saying that a health care provider will only start providing that care when you're about to die?»;
- «Proud that young women today have fewer rights than their mothers and grandmothers? How dare he?»;
- «And couples just trying to grow their family being cut off in the middle of IVF treatments, they didn't want this?».

Такое обилие риторических вопросов в речи демонстрирует высокую озабоченность Камалы Харрис проблемой запрета аборт на территории США, что явно выражается через эмоции политика и привлекает внимание аудитории к этой проблеме. Риторические вопросы отлично демонстрируют идеи выступающей, Камала Харрис сама отвечает на некоторые вопросы в своей речи и добивается эффекта вовлеченности, например, использованием таких вопросов: «Let's break that down, shall we?», которые находят положительный отклик среди аудитории, так

как можно услышать громкие одобрительные возгласы.

Политик в своей речи использует такой прием, как полисиндетон, который создает определенную ритмичность высказывания и соединяет предложения, идейно равные по эмоциональной важности:

- «One of early stages after the Dobbs decision came down told me with tears, she was with her husband, about how only when she developed sepsis did she receive emergency care. Only when she developed sepsis did she receive emergency care».

Еще чаще встречается использование анафоры, которая призвана сильнее акцентировать внимание публики на проблему:

- «It is a fight for the future, and it is a fight for freedom, Yes. For freedom»;

- «In 2 states of those states, they provide for prison for life. Prison for life for health care providers for simply providing reproductive care, the care they so earnestly and rightly believe must be delivered»;

- «Think about that when you also combine that with what we know has been long standing neglect around an issue like maternal mortality. Think about that when you compound that with what has been long standing neglect of women in communities with a lack of the adequate resources they need for health care, prenatal, during their pregnancy, postpartum. Think about that. And these hypocrites wanna start talking about this is in the best interest of women and children»;

- «She was excited. She was working hard. She was a medical assistant. She was going to nursing school, raising her 6 year old son. She was really proud that she had finally worked so hard, that she gained the independence»;

- «Let's break that down, shall we? Yeah. Let's break that down. Let's break that down»;

- «He is proud. Proud that women are dying»;

- «But this is a health care crisis. This is a health care crisis, and Donald Trump is the architect of this crisis»;

- «But we know what we're up against, and we must we must speak of the stakes. We must remind»;

- «I can't believe they put that project 2025 in writing. I I they they put it they literally put it in writing. They bound it. They handed it out. I mean, they are simply out of their minds. And it's clear that they just don't trust women».

Исходя из всего вышеперечисленного, можно с уверенностью сказать, что выразительность и убедительность выступления была достигнута в том числе за счет использования различных стилистических приемов. Камала Харрис использо-

вала риторические вопросы, полисиндетон и анафоры, что в полной мере обозначило идеи спикера и ее решительность по обсуждаемому вопросу.

При построении личного бренда в политике немаловажной частью является коммуникация с общественностью путем демонстрации лидеров мнений, которые поддерживают твои ценности и политическую программу в целом.

Среди публичных личностей, которые поддерживают Камалу Харрис, можно выделить следующих:

– Барбара Стрейзанд (поддерживает Харрис за ее позиции по правам женщин и равенству, считает, что Харрис обладает необходимыми качествами для борьбы с дискриминацией и для улучшения условий жизни для всех американцев);

– Опра Уинфри (видит в ней человека, способного вдохновить молодежь и изменить политический ландшафт, Уинфри подчеркивает важность разнообразия и инклюзивности в политике);

– Серена Уильямс (поддерживает Харрис из-за ее активной позиции по вопросам прав женщин и равенства, особенно в сфере спорта, она видит в ней пример для молодого поколения);

– Джулия Робертс (поддерживает Харрис за ее лидерские качества и стремление к социальной справедливости, она ценит, что Харрис уделяет внимание проблемам, касающимся женщин и меньшинств).

Как можно заметить по вышеизложенному списку некоторых лидеров мнений, которые поддерживают Камалу Харрис, политик смог выстроить коммуникацию так, что она нашла отклик у людей, которые имеют большой вес в обществе.

В том числе важно затронуть и внешнюю коммуникацию Камалы Харрис. Стиль политика на публичных выступлениях отражает уверенность и профессионализм, тем самым выполняя важную коммуникативную функцию – подчеркивание лидерских качеств, готовность и открытость к диалогу с аудиторией. Она предпочитает классические брючные костюмы темных оттенков с минималистичными украшениями, к которым можно отнести часто встречающееся жемчужное ожерелье, символизирующее баланс между традиционностью и современностью. Аккуратная и мягкая прическа вместе с естественным макияжем дополняют образ сильного и открытого лидера, где каждый элемент стиля служит для усиления эффекта коммуникации, не отвлекая от содержания речи.

Подводя итоги сказанному выше, можно констатировать, что личный бренд Камалы Харрис строится на сочетании ее профессионального опыта, ценностей и коммуникационных стратегий. Политик демонстрирует свою озабоченность проблемой прав женщин и меньшинств, акцентируя внимание на равенстве и инклюзивности. Камала Харрис – одна из немногих цветных женщин, которые смогли достичь такого веса на политической арене, успех политика олицетворяет прогресс в расовом и гендерном разнообразии, что укрепляет ее позицию в политической сфере. Ее эффективные коммуникативные навыки способствуют установлению доверительных отношений с избирателями. Личный бренд Камалы Харрис выстроен очень качественно, начиная от внешней коммуникации до тактики построения своих публичных выступлений, которые оказывают сильное влияние на публику и способствуют ее укреплению на политической арене.

Камала Харрис оказывает сильное влияние на публику и укрепляет свои позиции на политической арене благодаря качественному использованию риторических приемов, таких как риторические вопросы и повторения, что делает ее выступления эмоционально насыщенными и убедительными. Речь политика отличается четкостью и лаконичностью, с короткими, запоминающимися высказываниями, которые быстро подхватываются СМИ. Камала Харрис управляет интонацией, чередуя акценты для усиления воздействия, а ее уверенный, но доступный тон создает ощущение надежности. Кроме того, она использует простой и понятный язык, сохраняя аутентичность, что способствует формированию доверительных отношений с аудиторией. В результате продуманного использования лингвистических средств Камала Харрис формирует образ мощного и надежного лидера, способного эффективно взаимодействовать с аудиторией.

Список источников

1. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
2. Чудинов А. П. Политическая лингвистика: учебное пособие. М.: Флинта, 2012. 252 с.
3. Паришина О. Н. Российская политическая речь: Теория и практика. М.: Книжный дом «Либроком», 2012. 227 с.
4. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛЕНАНД, 2017. 308 с.
5. Казабеева В. А. Формы реализации взаимодействия участников общения в политическом дискурсе // Успехи современного естествознания. 2013. № 7. С. 146–148.

6. Торсуева Г. П. Фонетика английского языка. М., 1950. 163 с.

7. Кухаренко В. А. Практикум по стилистике английского языка. Seminars in Stylistics: монография. М., 2016. 184 с.

Библиографический список

1. Pew Research Center. How voters see the Harris-Trump matchup, and how engaged they are in the 2024 election. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2023/09/29/how-voters-see-the-harris-trump-matchup-and-how-engaged-they-are-in-the-2024-election/> (дата обращения: 13.10.2024).

References

1. Karasik, V. I. (2002). *Yazykovoi krug: lichnost', kontsepty, diskurs* [Language Circle: Personality, Concepts, Discourse]. 477 p. Volgograd, Peremena. (In Russian)

2. Chudinov, A. P. (2012). *Politicheskaya lingvistika: uchebnoe posobie* [Political Linguistics: A Textbook]. 252 p. Moscow, Flinta. (In Russian)

3. Parshina, O. N. (2012). *Rossiiskaya politicheskaya rech': Teoriya i praktika* [Russian Political

Speech: Theory and Practice]. 227 p. Moscow, Knizhny dom "Librokom". (In Russian)

4. Issers, O. S. (2017). *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech]. 308 p. Moscow, LENAND. (In Russian)

5. Kazabeeva, V. A. (2013). *Formy realizatsii vzaimodeistviya uchastnikov obshcheniya v politicheskom diskurse* [Implementation Forms of Communication Participants' Interaction in Political Discourse]. *Uspekhi sovremennogo estestvoznaniya*. No. 7, pp. 146–148. (In Russian)

6. Torsueva, G. P. (1950). *Fonetika angliiskogo yazyka* [Phonetics of the English Language]. 163 p. Moscow. (In Russian)

7. Kuharenko, V. A. (2016). *Praktikum po stilistike angliiskogo yazyka* [Seminars in English Stylistics]. Monografiya. 184 p. Moscow. (In Russian)

Bibliographic list

1. Pew Research Center. How voters see the Harris-Trump matchup, and how engaged they are in the 2024 election. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2023/09/29/how-voters-see-the-harris-trump-matchup-and-how-engaged-they-are-in-the-2024-election/> (accessed: 13.10.2024). (In English)

The article was submitted on 15.12.2024
Поступила в редакцию 15.12.2024

Ахренова Наталья Александровна,
доктор филологических наук,
доцент,
профессор кафедры теории и практики
иностранных языков,
Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы,
117198, Россия, Москва,
Миклухо-Маклая, 6.
nakhrenova@mail.ru

Смирнов Егор Дмитриевич,
магистр, студент,
Российский университет дружбы народов
имени Патриса Лумумбы,
117198, Россия, Москва,
Миклухо-Маклая, 6.
1132247054@pfur.ru

Akhrenova Natalia Alexandrovna,
Doctor of Philology,
Associate Professor,
Professor in the Department of Theory
and Practice of Foreign Languages,
Patrice Lumumba Peoples' Friendship
University of Russia,
6 Miklukho-Maklaya Str.,
Moscow, 117198, Russian Federation.
nakhrenova@mail.ru

Smirnov Yegor Dmitrievich,
Master's student,
Patrice Lumumba Peoples' Friendship
University of Russia,
6 Miklukho-Maklaya Str.,
Moscow, 117198, Russian Federation.
1132247054@pfur.ru