

СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ
В ПУБЛИЧНЫХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ ПОЛИТИКОВ:
ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ

Коммуникативные стратегии являются важным исследовательским инструментом при анализе политического дискурса. Стратегия самопрезентации, в частности, является ключевой в формировании общего образа политика. Кроме того, ее анализ может помочь в определении основных различий в том, как позиционируют себя политики-женщины и мужчины. Стратегия самопрезентации включает в себя тактики отождествления (демонстрация принадлежности какой-либо группе), солидаризации (стремление показать понимание проблем определенной группы) и оппозиционирования (четкое противопоставление *мы-они*). Цель данной работы – выявление особенностей реализации стратегии самопрезентации в текстах выступлений политиков – женщин и мужчин. Материалом исследования послужили 48 текстов выступлений 16 политиков: Х. Клинтон, Д. Трамп, В. Матвиенко, В. Путина и др.

Исследование показало, что в соотношении используемых тактик среди мужчин-политиков 69 % приходится на тактику отождествления, 8 % на солидаризацию, 22 % на тактику оппозиционирования. В то же время у женщин данное соотношение составляет 76 %–14 %–9 % соответственно.

Оценивая полученные результаты, следует в первую очередь обратить внимание на разницу в употребительности тактики оппозиционирования у женщин и мужчин. Данная особенность может свидетельствовать о нежелании женщин создавать конфликтные ситуации, что можно обосновать все еще достаточно шатким положением женщин в политической сфере и желанием избежать возможных рисков.

Также необходимо отметить, что процент использования тактик солидаризации и отождествления выше среди женщин-политиков. Это может являться следствием желания создать неконфликтный образ. Женщины стремятся продемонстрировать себя в позитивном ключе в большей степени, чем мужчины, стремясь выразить свое понимание, сочувствие и показать принадлежность к партии либо стране.

Таким образом, результаты исследования демонстрируют разное использование тактик стратегии самопрезентации среди мужчин и женщин, обусловленное конструируемым политиками образом. В отличие от мужчин, женщины стремятся к транслированию позитивного имиджа и большей демонстрации принадлежности к своей стране либо партии.