

СТРАТЕГИЯ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Стратегия самопрезентации – это осознанный или неосознанный процесс предъявления я-информации, осуществляемый постоянно в межличностном взаимодействии с помощью вербальных, паравербальных и невербальных средств, целью которого является создание положительного либо отрицательного образа адресанта (субъекта самопрезентации).

Как любая коммуникативная стратегия, стратегия самопрезентации реализуется посредством ряда тактик. Например, О. Н. Паршина описала следующие тактики реализации данной стратегии: тактика отождествления, тактика солидаризации, тактика создания «своего круга», тактика дистанцирования, тактика нейтрализации негативного представления о себе, тактика гипертрофирования «я-темы», тактика акцентирования положительной информации, тактика эпатирования, тактика насмешки.

Проанализировав предвыборные речи Д. Трампа, было выявлено, что он отдает предпочтение следующим тактикам: тактика насмешки (25 %), тактика гипертрофирования «я-темы» (22 %), тактика дистанцирования (18 %).

Тактика насмешки реализуется при помощи высмеивания конкурентов и выставления их в негативном свете. Д. Трамп зачастую использует язвительные инвективы в отношении своих оппонентов: *There was a young man, boot edge edge. They say edge, edge. He's got a great chance, says he'll be great, he'll be great.*

Тактика гипертрофирования «я-темы» базируется на желании кандидата на пост президента США представить себя в самом выгодном свете, описать свои личностные качества, достоинства и таланты: *I ran against the system, and I'm probably better off running against the system. I ran against the donors. I'm my own donor. I'm largely funding my campaign.*

Тактика дистанцирования основывается на использовании в речи коммуникативной категории чуждости при помощи оппозиции «свой – чужие»: *Well, first of all, Secretary Clinton doesn't want to use a couple of words, and that's law and order.... We have to bring back law and order.*

Вследствие того, что в политическом дискурсе выступающие нередко имеют о своей аудитории лишь статистическую информацию, лично обе стороны процесса коммуникации незнакомы, может возникать недопонимание со стороны адресата. Так как основной целью политического дискурса является воздействие на интеллектуальную, волевою и эмоциональную сферы адресата, для эффективной самопрезентации необходимо учитывать контекст и адаптировать свои стратегии и тактики под определенную аудиторию. Только так можно достичь желаемого результата и создать положительный образ в глазах других людей.