**Маник Светлана Андреевна,**

к.ф.н., доцент, доцент кафедры английской филологии

Ивановский государственный университет.

ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОГО ПРЕДВЫБОРНОГО МЕДИАДИСКУРСА ГЛАЗАМИ РОССИЙСКОГО СТУДЕНТА

(НА ПРИМЕРЕ КАМПАНИИ 2016 Г.)

Выступление посвящено рассмотрению характерных черт американского предвыборного дискурса, с одной стороны, как сложного дискурсивного образования, в котором проявляются институциональные, ритуальные и риторические признаки, с другой стороны, как продукт речевого творчества кандидата в президенты и его команды, обусловленный ситуацией общения и интенцией коммуниканта, в частности преднамеренном воздействии на избирателей посредством значительного набора лингвориторических средств.

В первой части дается определение предвыборного дискурса и обоснование обращения к американскому предвыборному дискурсу, а также проводится краткий обзор теоретических основ исследования на материале отечественной и зарубежной науки, в частности описываются институциональные, ритуальные и риторические признаки. Далее рассматриваются основные лингвистические приемы и особенности невербальной коммуникации, используемые кандидатами для оказания манипулятивного воздействия на аудиторию во время дебатов. В целом проанализированы записи трех теледебатов с общим числом звучания около 6 часов, а также публикации, в том числе фото и видео, англоязычных СМИ по теме предвыборной кампании 2016 (BBC News, USA Today, CNN News, The Telegraph и т.п.), поскольку современные медиа каналы являются отличным и быстрым источником распространения информации, донесения определенной точки зрения до конечной аудитории.

Поскольку выборы в США широко освещались в российских СМИ и в настоящее время вызывают оживленные обсуждения, настоящая тема была включена в курс занятий по Политическому английскому языку в Ивановском государственном университете. Вместе с тем была разработана онлайн анкета на сервисе Google Forms, распространенная через социальные сети, что позволило опросить более 100 человек в течение недели. Данная анкета дала возможность определить мнение студентов различных российских вузов относительно личности кандидатов, их успешности у изучаемой аудитории, лингвистического оформления идей и лозунгов предвыборной платформы в ходе дебатов, умения отвечать на вопросы модераторов или уходить от неудобных тем, а также применять средства невербальной коммуникации, в том числе для оскорбления оппонента. В результате сформулированы особенности предвыборной американской кампании 2016 года с точки зрения российского студента.