

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт филологии и языковой коммуникации  
Кафедра русского языка, литературы и речевой коммуникации  
45.03.01 Филология

УТВЕРЖДАЮ  
Заведующий кафедрой РЯЛиРК  
\_\_\_\_\_ И.В. Евсева  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 2016 г.

**БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА**

**РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ ПРЕЗИДЕНТА УКРАИНЫ  
П.А. ПОРОШЕНКО**

Выпускник

Т.А. Подобивская

Научный руководитель

д. филол. н., доц. Г.А. Копнина

Нормоконтролер

А.С. Белозор

Красноярск 2016

## РЕФЕРАТ

*Тема выпускной квалификационной работы:* «Речевой портрет П. А. Порошенко».

Объем работы – 74 страницы, список использованной литературы содержит 74 наименования.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ, ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ, МОДЕЛЬ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТА ПОЛИТИКА, КОММУНИКАТИВНАЯ СТРЕТЕГИЯ, КОММУНИКАТИВНАЯ ТАКТИКА, П. А. ПОРОШЕНКО.

*Актуальность* исследования определяется возрастающим интересом лингвистов к политической деятельности как особому виду речевой коммуникации, необходимостью развивать представления о речевом портрете современного политика.

*Цель исследования* – характеристика речевого портрета П. А. Порошено в лингвопрагматическом аспекте, а именно: описание особенностей лингвистического оформления коммуникативных стратегий и тактик, свойственных речи этого политика.

*Задачи:* 1) рассмотреть проблему определения понятия «речевой портрет» в аспекте соотношения со смежными понятиями; 2) представить классификации речевых портретов; 3) выявить и охарактеризовать на основе изучения научной литературы основные принципы речевого портретирования политического деятеля; 4) привести определение понятий коммуникативной стратегии и коммуникативной тактики; 5) выявить и описать коммуникативные стратегии и тактики, характерные для П. А. Порошенко; 6) выявить и описать специфику их языкового оформления.

*Основные выводы и результаты исследования*

1. Речевой портрет может пониматься как способ комплексного изучения языковой личности. Речевые портреты классифицируются: по типу объекта исследования; по типу материала; в зависимости от полноты характеристики языковой личности.
2. Речевое портретирование как метод отличается широкой вариативностью, поэтому модель составления речевого портрета выбирается в соответствии с целями исследованиями. Речевой портрет политика создается нами в лингвопрагматическом аспекте, а именно: через описание коммуникативных стратегий и тактик.
3. Доминантными в речевом портрете П. А. Порошенко можно назвать три коммуникативные стратегии: стратегию дискредитации, стратегию самопрезентации и стратегию формирования эмоционального настроения адресата.
4. Стратегия дискредитации в речевом портрете П. А. Порошенко представлена тактикой прямого обвинения, тактикой непрямого обвинения, тактикой угрозы, манипулятивной тактикой, тактикой «анализ-минус».
5. В рамках коммуникативной стратегии самопрезентации П. А. Порошенко использует тактику отождествления, тактику солидаризации, тактику дистанцирования.
6. Стратегия формирования эмоционального настроения адресата является одной из ведущих для П. А. Порошенко и характеризуется по сравнению с остальными стратегиями более богатым набором тактик и значительно более широким арсеналом используемых языковых средств.
7. В качестве реализаторов стратегии формирования эмоционального настроения адресата в речи политика выступают: тактика единения, тактика интерпретации, тактика обращения к эмоциям адресата, тактика учета ценностных ориентиров адресата, тактика указания на перспективу, тактика иллюстрирования, тактика обещания.
8. Синтаксический уровень репрезентации отличается сложным и выразительным сочетанием разнообразных конструкций и стилистических фигур: дистантного и контактного параллелизма, анафоры, хиазма, парцелляции, антитезы, бессоюзия, градации, риторического восклицания, обращения. Используется прием цитации, а также паузация как средство экспрессии.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>4</b>
<b>ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ .....</b>	<b>7</b>
1.1. Речевое портретирование как способ изучения языковой личности. 7	7
1.1.1. Понятие языковой личности и способы ее изучения .....	7
1.1.2. Речевой портрет в кругу смежных понятий .....	10
1.2. Классификации речевых портретов: краткий обзор .....	14
1.3. Модель речевого портретирования политического деятеля .....	16
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1 .....</b>	<b>19</b>
<b>ГЛАВА 2. РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ П.А. ПОРОШЕНКО И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИХ ОФОРМЛЕНИЯ .....</b>	<b>22</b>
2.1. Понятие коммуникативной стратегии и коммуникативной тактики ...	22
2.2. Коммуникативные стратегии в речи П.А. Порошенко .....	31
2.2.1. Стратегия дискредитации и реализующие ее тактики и приемы..	31
2.2.2. Стратегия самопрезентации и реализующие ее тактики и приемы..	42
2.2.3. Стратегия формирования эмоционального настроения адресата и реализующие ее тактики и приемы.....	52
<b>ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....</b>	<b>60</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>63</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....</b>	<b>67</b>

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время активное развитие получает такое направление, как политическая лингвистика. С одной стороны, данная дисциплина изучает политический дискурс в целом, определяющим свойством которой является не столько информационная функция, сколько воздействующая; с другой стороны, языковую личность политического деятеля, которая преимущественно рассматривается как явление динамическое, содержащее индивидуальные и надиндивидуальные черты. Другими словами, политик рассматривается и как уникальная языковая личность, и как субъект институционального дискурса, т. е. принадлежащий к определенной группе. Универсальной исследовательской категорией, позволяющей изучить языковую личность политика, является речевой портрет.

Возникновение речевого портретирования в политической лингвистике связано с именами зарубежных лингвистов, таких как Д. Вайс, Дж. А. Данн, С. Якобсон, Г. Лассвелл, J.C. Alexander, D.A. Hendricks, R.E. Denton Jr., J. Mattera, B. Rottinghaus и др. Однако сегодня данное направление активно развивается и в отечественной лингвистике, формируя существенный вклад в изучение языковой личности политика. Нельзя не отметить работы Е. В. Осетровой, Е. В. Фроловой, О. Н. Паршиной, А. П. Седых, Т. П. Тарасенко, Е. В. Шустровой, Т. В. Романовой и др.

Объектом лингвистических исследований уже были языковые личности В. В. Путина, Д. А. Медведева, Н. Ю. Белых, В. В. Жириновского, А. Б. Чубайса и др. Однако языковая личность президента Украины П. А. Порошенко, насколько нам известно, до сих пор не была предметом специального анализа. Таким образом, *актуальность* настоящей работы определяется неизученностью личности П. А. Порошенко в лингвистическом аспекте.

**Объект** исследования – языковая личность президента Украины П. А. Порошенко.

**Предмет** исследования – коммуникативные стратегии, тактики и лингвистические средства их реализации в речи П. А. Порошенко.

**Цель исследования** – представить речевой портрет П. А. Порошенко в лингвопрагматическом аспекте, а именно: описать особенности лингвистического оформления коммуникативных стратегий и тактик, свойственных речи этого политика.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих **задач**:

- 1) рассмотреть проблему определения понятия «речевой портрет» в аспекте соотношения со смежными понятиями;
- 2) представить классификации речевых портретов;
- 3) выявить и охарактеризовать на основе изучения научной литературы основные принципы речевого портретирования политического деятеля;
- 4) привести определение понятий коммуникативной стратегии и коммуникативной тактики;
- 5) выявить и описать коммуникативные стратегии и тактики, характерные для П. А. Порошенко;
- 6) выявить и описать специфику их языкового оформления.

**Материалом исследования** послужили расшифровки видео- и аудиозаписей публичных выступлений П. А. Порошенко и его ответов журналистам во время пресс-конференций, интервью в период с 2014 по 2016 гг. Общий объем текста речи 5 п.л.

**Методы** данного исследования определяются его целями, задачами, а также предметом. Использовался метод комплексного лингвистического описания, включающий приемы наблюдения, обобщения, интерпретации и классификации языковых фактов; приемы риторического анализа; контекстуальный анализ, позволяющий определить общий замысел речи; приемы общестилистического и культурно-речевого анализа, семантической и прагматической интерпретации.

**Теоретико-методологической базой исследования** явились фундаментальные труды в области теории языковой личности Бодуэна де Куртенэ, В. В. Виноградова, Ю. Н. Караулова, Л. П. Крысина, В. И. Карасика; работы в области политической лингвистики Е. В. Осетровой, О. Н. Паршиной, Е. И. Шейгал, О. Л. Михалевой, Г. Г. Почепцова, А. П. Чудинова; работы, посвященные речевому портретированию, М. В. Панова, Т. И. Ерофеевой, Е. А. Земской, М. В. Китайгородской, Т. М. Николаевой, К. Ф. Седова, В. Д. Черняк; исследования в области коммуникативных стратегий и тактик О. С. Иссерс, Д. Р. Акоповой, Е. В. Фроловой, Е. Н. Ширяева, Т. А. ван Дейка, В. З. Демьянкова, Е. В. Ключева и др.

**Научная новизна** исследования заключается в том, что в нем впервые предпринято описание речевого портрета политика П. А. Порошенко.

**Теоретическая значимость** работы обусловлена тем, что ее основные положения дополняют и развивают научные представления о языковой личности современного политика.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности применять полученные результаты для повышения эффективности политической коммуникации, использовать в практике работы политологов, специалистов по общественным связям, политтехнологов, занимающихся текстовой деятельностью.

**Структура работы.** Основная часть выпускной квалификационной работы состоит из двух глав.

Глава 1 «Теория речевого портретирования в современной лингвистике» посвящена рассмотрению основных подходов к изучению языковой личности, а также теоретическому обоснованию модели речевого портретирования, применяемой в диссертационном исследовании.

В главе 2 «Речевые стратегии и тактики П. А. Порошенко и лингвистические особенности их оформления» выявлены основные черты речевого портрета П. А. Порошенко: описаны и проанализированы

коммуникативные стратегии и тактики, применяемые политиком, а также лингвистические способы их оформления.

В Заключении подведены итоги исследования, обобщены характеристики речевого портрета политика П. А. Порошенко.

В список литературы включены источники, на которые имеются ссылки в тексте работы.

# ГЛАВА 1. ТЕОРИЯ РЕЧЕВОГО ПОРТРЕТИРОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

## **1.1. Речевое портретирование как способ изучения языковой личности**

### **1.1.1. Понятие языковой личности и аспекты ее изучения**

Термин «языковая личность» сегодня является одним из самых востребованных в лингвистических исследованиях, имеющих антропологическую направленность: в психолингвистике, лингвокультурологии, коммуникативной лингвистике, лингвоперсонологии и др. Данное понятие может быть определено как «совокупность черт, определяющих речевую деятельность индивида» [Рогова, 2014].

Впервые словосочетание «языковая личность» в отечественной лингвистике появилось в работе В. В. Виноградова «О художественной прозе» в 1930 г., однако исследователь не позиционирует его как научный термин и предметно не разрабатывает. Лишь в 1980-е гг. понятие языковой личности было введено в научный обиход Г. И. Богиним и Ю. Н. Карауловым. Первый из ученых в работе «Современная лингводидактика» определил языковую личность как того, «кто присваивает язык», т. е. того, «для кого язык есть речь» [Богин, 1980]. Ю. Н. Караулов в исследовании «Русский язык и языковая личность» дал определение, ставшее базовым и определившее развитие антропологической лингвистики на многие годы вперед: «совокупность (и результат реализации) способностей индивида к созданию и восприятию речевых произведений (текстов), различающихся а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности и в) определенной целевой направленностью» [Караулов, 2003: 245].

Важно отметить, что современная лингвистика опирается на представление о языковой личности как об иерархически организованной уровне-

вой структуре. При этом чаще всего лингвисты пользуются структурой, разработанной Ю. Н. Карауловым. Ученый выделил три уровня изучения языковой личности, каждый из которых складывается из специфических типовых элементов: а) единиц соответствующего уровня, б) отношений между ними и в) стереотипных их объединений, особых, свойственных каждому уровню комплексов.

Первый уровень, философским аспектом которого является язык, назван исследователем вербально-семантическим, подразумевающим владение лексикой и грамматикой языка. Его единицами являются отдельные слова, с грамматико-парадигматическими, семантико-синтаксическими и ассоциативными отношениями между собой, а стереотипами выступают модели словосочетаний и предложений. По мнению Ю. Н. Караулова, вербально-семантический уровень нейтрален для выявления языковой личности (не случайно автор называет его нулевым), поскольку элементы данного уровня принимаются как данность личностью, которая не в состоянии изменить собственно язык, носителем которого является.

Непосредственно индивидуальный выбор, предпочтение оказываются возможными для языковой личности только на последующих уровнях – втором и третьем. Второй структурный уровень охарактеризован Ю. Н. Карауловым как лингво-когнитивный (тезаурусный), философским аспектом которого является интеллект, а в качестве единиц которого выступают понятия (концепты), находящиеся в подчинительно-координационных отношениях и выстраивающиеся в упорядоченную систему – языковую картину мира. Стереотипами на этом уровне являются устойчивые стандартные связи между концептами, находящие выражение в генерализованных высказываниях, дефинициях, афоризмах, крылатых выражениях, пословицах и поговорках, из всего богатства и многообразия которых каждая языковая личность выбирает именно те, которые соответствуют устойчивым связям между понятиями в ее тезаурусе.

Третий уровень в структуре языковой личности – мотивационный (или прагматикон), философским аспектом которого является действительность. Как замечает Ю. Н. Караулов, данный уровень является наиболее индивидуальным, а потому, «менее ясным по своей структуре» [Караулов, 2003: 54]. Однако и для него могут быть выявлены элементы: единицами в данном случае могут считаться деятельностно-коммуникативные потребности, отношения – сферы общения, коммуникативные ситуации, коммуникативные роли, т. е. «коммуникативная сеть»; стереотипами – образы (символы) прецедентных текстов культуры.

Таким образом, можно утверждать, что в современной лингвистике основные аспекты исследования языковой личности соотносятся с изучением ее структурных уровней, прежде всего, со вторым и третьим – это анализ отдельных концептов и выявление общей языковой картины мира языковой личности и анализ коммуникации, коммуникативных ситуаций, коммуникативных ролей, коммуникативных стратегий и тактик языковой личности.

### **1.1.2. Речевой портрет в кругу смежных понятий**

В современной исследовательской литературе понятие «речевой портрет» характеризуется высокой степенью употребления, но при этом нередко не дифференцируется со смежными понятиями. Как следствие, возникает необходимость, прежде всего, дать определение ключевому понятию и прояснить ряд соположенных терминов.

Отметим, что речевое портретирование родилось как социолингвистическое исследование в середине 60-х гг. XX в., благодаря М. В. Панову, разработавшему фонетические портреты ряда политических деятелей, писателей, ученых XVIII – XX вв. [Панов, 1990]. Впоследствии эта идея была развита другими лингвистами (Т. Г. Винокуром, Е. А. Земской, Т. И. Ерофеевой, М. В. Китайгородской, Н. Н. Розановой, Т. М. Николаевой и др.) и вылилась

в целом направление социолингвистического портретирования, предполагающего, что речь отдельной личности в большей или меньшей степени содержит типичные черты определенной социальной категории. В этой связи было введено Т. М. Николаевой и поддержано Л. П. Крысиным понятие «диагносцирующего пятна» – социально маркированного способа выбора и употребления языковых средств и особенности речевого поведения [Николаева, 1991; Крысин, 2004]. Соответственно, при таком подходе происходит отбор «диагносцирующих пятен» и создается коллективный речевой портрет с опорой на два класса характеристик: 1) особенности в наборе языковых средств и 2) особенности в речевом поведении. За последнее время появилось достаточно исследований, в которых предприняты попытки «нарисовать» речевые портреты представителей различных социальных групп: русской интеллигенции (Л. П. Крысин), носителя просторечия (В. Д. Черняк), бизнесмена (Т. А. Милёхина), «нового русского» (Е. Я. Шмелёва). Очевидно, что коллективный речевой портрет должен максимально абстрагироваться от индивидуальных различий и обладать высокой мерой обобщения.

Смежным по отношению к коллективному речевому портрету является понятие «лингвокультурный типаж», введенное в научный обиход В. И. Карасиком и понимаемое как типичный представитель определенной этносоциальной группы, узнаваемой по специфическим характеристикам вербального и невербального поведения и выводимой ценностной ориентацией. Как видно из определения, речевой портрет может описывать речевое поведение лингвокультурного типажа, т. е. являться способом его воссоздания.

Следует отметить, что результатом систематизации языкового материала может быть не только коллективный, но и индивидуальный речевой портрет, что убедительно доказано новой научной дисциплиной – лингвоперсонологией. Достаточно, например, назвать работы Е. В. Осетровой, Л. В. Ениной, Н. А. Купиной, Л. Г. Самогик и др. В частности, в сфере политической лингвистики превалирует индивидуальное речевое портретирова-

ние, поскольку мир политики предстает в сознании массового реципиента в лицах ее лидеров. Традиционно моделью описания при индивидуальном речевом портретировании служит модель языковой личности, предложенная Ю. Н. Карауловым, а в качестве «диагносцирующих пятен» выступают не общие для какого-либо объединения людей особенности, а индивидуальные особенности языковой личности.

Таким образом, можно сказать, что сегодня под речевым портретом понимают комплексную характеристику речи отдельной (индивидуальной) или коллективной языковой личности, включающей в себя детальное описание речевых особенностей на всех уровнях реализации языковой компетенции, с учетом специфики речевого поведения, особенностей личных (психологических) и профессиональных (социальных) параметров и т.п. [Мамаева, 2014].

Заметим, что в исследовательской литературе часто в качестве синонимичного к термину «речевой портрет» употребляется выражение «языковой портрет», однако, как отмечает, И. В. Иванцова, данные понятия несводимы одно к другому [Иванцова, 2008]. Под языковым портретированием ученый понимает реконструкцию языковой личности, предполагающую «воссоздание компонентов ее облика, сведений о которых нет у исследователя (будь то данные внеязыкового порядка или глубинные характеристики тезауруса и прагматикона)» [Иванцова, 2008: 39], в то время как речевое портретирование осуществляется путем непосредственного наблюдения доступных фактов. Языковой портрет составляется посредством изучения письменных текстов, а речевой – на основе изучения всех форм речи, часто с предпочтением ее устной разновидности. Как следствие, по мнению И. В. Иванцовой, языковой портрет характеризует языковые личности прошлого, а речевой – современников.

Итак, не вызывает сомнений, что речевое портретирование опирается прежде всего на факты, доступные непосредственному наблюдению. Значит, и это особенно актуально при составлении индивидуальных речевых портре-

тов политиков, достаточно часто исследователь имеет дело лишь с той стороной языковой личности, которая может быть названа внешней, открытой для всех окружающих. Такая сторона языковой личности сегодня соотносится с понятием речевого имиджа, определяемого как публичный речевой облик (образ) человека, который «создается и культивируется с целью воздействия на адресата» [Осетрова, 2014]. Необходимо иметь в виду, что не всегда речевой имидж является искусственным конструктом, он может быть и реальным: чем точнее совпадает публичный речевой образ с действительной языковой личностью, тем он естественнее и тем более соответствует непосредственно языковой личности полученный в ходе исследования речевой портрет. И, наоборот, чем сильнее расходится выбранный для публичной сферы речевой образ с неконтролируемым речевым поведением, тем более правомерно говорить о деформирующей истинную языковую личность имиджевой речевой маске, т. е. сознательном речевом перевоплощении говорящего субъекта. Неслучайно Г. Г. Матвеева понимает речевой портрет как «набор речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определенных намерений и стратегий воздействия на слушающего» [Матвеева, 1993: 14].

С данным положением связано также и то, что в последнее время речевой портрет все больше рассматривается как динамическое явление: Т. П. Тарасенко определяет его как «совокупность языковых и речевых характеристик коммуникативной личности или определенного социума в отдельно взятый период существования» [Тарасенко, 2007: 8]. Ясно, что языковая личность может менять речевой образ и выбирать такой его вариант, который наиболее отвечает задачам того или иного жизненного этапа. Так, О.И. Асташова в диссертационном исследовании создает два речевых портрета политика Н. Ю. Белых – оппозиционера и губернатора, выявляя те аспекты языковой личности, которые демонстрируют адаптивную модель речевого поведения политического деятеля [Асташова, 2013].

Обобщая, можно сделать вывод, что в современной лингвистике понятие речевого портрета часто толкуется исходя из целей и задач исследования, однако объект наблюдения при речевом портретировании остается неизменным – это языковая личность. В кругу смежных понятий речевой портрет трактуется как способ комплексного изучения индивидуальной или коллективной языковой личности. При его составлении исследователь имеет дело с фактами, доступными для наблюдения, часто с внешней, публичной стороной языковой личности.

## **1.2. Классификации речевых портретов: краткий обзор**

В качестве основных для классификации речевых портретов можно выбрать несколько признаков.

Во-первых, речевые портреты различаются по типу объекта исследования. Как уже было замечено, речевой портрет может быть коллективным и индивидуальным. Первый тип предполагает выявление типичных, общих речевых особенностей у совокупности лиц, объединенных по каким-либо общим признакам: профессиональным, гендерным, возрастным, территориальным и др. Второй тип речевого портрета характеризует индивидуальную языковую личность.

Кроме того, объект характеристики может быть реальным (реальная языковая личность) или вымышленным, например, речевые портреты литературных героев: в частности, существуют исследования языковых личностей Петра Верховенского из романа Достоевского «Бесы», Томаса Хадсона из романа Хемингуэя «Острова в океане» и др.

По уровню обобщения объекта исследования выделяют релевантные и среднестатистические речевые портреты. К первым относят речевые портреты отдельных социально значимых фигур, например В. В. Путина, а ко вторым – речевые портреты типичных представителей той или иной социальной

группы на примере исследования речи одного из ее представителей, например, одного из русских эмигрантов [Варламова, 2015].

Во-вторых, в основу классификации может быть положен тип материала, и в таком случае можно говорить о речевых портретах, составленных в результате изучения письменной речи; путем анализа звучащей речи или посредством исследования и письменной, и устной форм речи.

В-третьих, в зависимости от полноты характеристики языковой личности могут быть представлены полные или неполные речевые портреты. Следует иметь в виду, что языковая личность – это объемная содержательная структура, создать соответствующую модель которой – сложнейшая исследовательская задача, и в редких случаях можно говорить о действительно полном речевом портрете. Вследствие этого лингвисты часто обращаются к изучению какого-либо уровня языковой личности, и в таком случае создается суженный вариант речевого портрета – уровневый. В качестве примера можно привести знаменитую монографию М. В. Панова «История русского литературного произношения XVIII–XX вв.». Уровневым также является разработанный О. С. Иссерс коммуникативный портрет, в центр анализа выдвигаются индивидуальные характеристики речевого поведения. Разновидностью неполного речевого портрета можно считать такой, который часто определяют как «штрихи» или «фрагменты», имея в виду частичные характеристики наиболее ярких особенностей языковой личности не на одном, а на нескольких или всех уровнях ее структуры.

Следует отметить, что не существует какой-либо единой модели составления речевого портрета. Модель исследования выбирается в соответствии с целями, которые ставит перед собой лингвист, зависит от своеобразия материала исследования, определяется областью исследования (политическая лингвистика, социолингвистика и др.).

### 1.3. Модель речевого портретирования политического деятеля

Создание речевого портрета политика – актуальное направление лингвистики, во многом обусловленное тем, что политики имеют регулярный опыт публичных выступлений и сложившийся речевой имидж. При выборе рабочей модели для речевого портретирования лингвополитологи идут различными путями. Многие из них опираются на структуру, разработанную Ю. Н. Карауловым, анализируя три уровня языковой личности: вербально-семантический уровень; когнитивный уровень; прагматический уровень.

Ряд исследователей предлагает собственные модели речевого портрета политика. Так, например, О. И. Асташова, рассматривая речевой портрет политика как динамический феномен, обосновала выделение модели, соотносимой с естественной параметризацией человека: человек в отношении к миру (ментальный параметр), человек в отношении к другим людям (поведенческий параметр), человек в отношении к себе (индивидуально-речевой параметр) [Асташова, 2013]. Первый уровень речевого портрета назван исследователем лингвокогнитивным и связан с реконструкцией идеологической картины мира языковой личности политика. Второй уровень – коммуникативный, предполагающий исследование коммуникативных стратегий и тактик, применяемых политиком для воздействия на аудиторию, и изучение лингвистических средств их выражения. Третий уровень обозначен как индивидуально – речевой аспект, отражающий индивидуальные особенности речи.

В нашем исследовании в качестве рабочей мы принимаем модель создания речевого портрета политика, разработанную Е. В. Осетровой [Осетрова, 1999]. Исследователем предлагается рассмотрение двух планов портрета: содержательной и коммуникативной составляющих.

Содержательное основание – это информативная часть текстов, публикуемых политическим деятелем. Данная часть речевого портрета склады-

вается из определенных единиц, к которым исследователь относит следующие:

- концепты, или ключевые слова;
- модель настоящего;
- модель будущего;
- лозунги.

По наблюдениям Е. В. Осетровой, наиболее постоянные величины в содержательной составляющей речевого портрета политиков – это основные концепты (*власть, народ, реформы, благосостояние, экономика, кризис* и т.д.) и модель будущего с положительной оценкой. Модель настоящего реализуется политиками в зависимости от положения по отношению к действующей власти. Ее представители конструируют в целом позитивную модель настоящего (их тексты характеризуются оптимизмом и фактами о достигнутых результатах), тогда как оппозиционеры чаще выбирают негативную модальность при описании действительности.

Лозунги являются наиболее специфичной единицей содержательной составляющей речевого портрета политического деятеля. Их Е. В. Осетрова называет «языковым анфасом» политика, поскольку главная задача лозунга – сделать политика узнаваемым и отличным от оппонентов.

Как отмечает автор рассматриваемой модели, коммуникативная составляющая речевого портрета политика обладает, возможно, более важным значением, чем содержательная. Часто политика оценивают в большей степени по тому, как он говорит, т. е. по его коммуникативной компетенции.

Е. В. Осетрова отмечает, что модель речевой коммуникации политика специфична, поскольку имеет одновременно двух адресатов, к которым постоянно обращается политик: народ и оппонентов. Первый из них является приоритетным, второго, по выражению исследователя, можно назвать «навязанным адресатом». Однако для реконструкции речевого портрета публично-го деятеля важно учитывать присутствие в его текстах образов обоих указанных адресатов.

Кроме того, при изучении коммуникативной составляющей необходимо рассматривать 4 параметра собственных речевых характеристик политика. Во-первых, режим высказываний: монологичный или диалогичный. Именно второй вариант оценивается аудиторией как предпочтительный.

Во-вторых, учитывается выбранный тип речевого жанра. Отмечается, что для политической сферы наиболее характерны информативные и оценочные жанры, причем первый тип выбирают преимущественно действующие политики, а второй – те, кто претендуют на власть.

В-третьих, важен и такой параметр, как семантическая роль, в которой выступает политик в текстах, описывающих его деятельность. Это может быть роль агенса, имеющая семантику активного участника какого-либо действия; роль перцептива, или объекта воздействия; роль коагенса, т. е. лица, находящегося с другим, основным субъектом в отношениях совместного действия, кооперации.

В-четвертых, оцениваются коммуникативные удачи или неудачи политика, связанные с речевым поведением.

Также принципиально важно отметить, что речевой портрет политика создается не только им самим, но еще и корректируется извне: обществом в лице его представителей; СМИ в лице журналистов и прочих специалистов; оппонентами политика. Например, как правило, люди получают информацию о политиках в основном из СМИ, особенно в ситуации, когда у людей нет другого источника информации об указанных политиках. Следовательно, те оценки, образные определения, которые используются в масс-медиа и общественном мнении как элементы речевого портрета политиков, «отпечатываются» в сознании людей и становятся частью их представлений.

Таким образом, речевой портрет политика складывается из двух составляющих: содержательной и коммуникативной, однако наблюдать его возможно только опосредованно, через призму СМИ, оппонентов и общественного мнения.

В настоящем исследовании мы принимаем как основополагающий тезис Е. В. Осетровой о двух составляющих речевого портрета политика, сосредоточившись на коммуникативном уровне. При этом мы учитываем замечание О. С. Иссерс о том, что целесообразно стремиться описать языковую личность не статично, а «динамично – с точки зрения моделей речевого поведения, способов речевого маневрирования, приемов достижения коммуникативной цели» [Иссерс, 2000: 61]. При этом исследователи сходятся во мнении, что динамика языковой личности политика, проявляется, прежде всего, в аспекте речевых стратегий и тактик, приемов достижения коммуникативных целей. Таким образом, опираясь на положения о речевом портретировании Е. В. Осетровой и О. С. Иссерс, мы попытаемся создать речевой портрет политика в лингвопрагматическом аспекте, а именно: исследуем коммуникативный уровень речевого портрета политика через описание коммуникативных стратегий и тактик. Такая схема применяется, например, как создание фрагмента речевого портрета политика в коллективной монографии «Власть в русской языковой и этнической картине мира» [Власть..., 2004].

## **ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1**

Термин «языковая личность» сегодня является одним из самых востребованных в лингвистических исследованиях и может быть обозначен как совокупность (и результат реализации) способностей индивида к созданию и восприятию речевых произведений (текстов), различающихся а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности и в) определенной целевой направленностью.

Языковая личность имеет трехуровневую структуру и включает вербально-семантический уровень, лингвокогнитивный (тезаурусный) и мотивационный (или прагматикон). В современной лингвистике основные аспекты исследования языковой личности соотносятся с изучением ее структурных

уровней, прежде всего, со вторым и третьим – это анализ отдельных концептов и выявление общей языковой картины мира языковой личности, анализ коммуникации, коммуникативных ситуаций, коммуникативных ролей, коммуникативных стратегий и тактик языковой личности.

Понятие речевого портрета имеет различные трактовки, в зависимости от целей и задач исследования, однако объект наблюдения при речевом портретировании остается неизменным – это языковая личность. В кругу смежных понятий речевой портрет трактуется как способ комплексного изучения индивидуальной или коллективной языковой личности.

Речевые портреты классифицируются 1) по типу объекта исследования (коллективный и индивидуальный, портрет реальной или вымышленной личности, релевантный или среднестатистический); 2) по типу материала (основанный на изучении письменной или устной речи); 3) в зависимости от полноты характеристики языковой личности (полные или неполные речевые портреты; уровневые; фрагментарные).

Речевое портретирование как метод отличается широкой вариативностью, поэтому единой модели составления речевого портрета не существует, она выбирается в соответствии с целями исследованиями.

Исходным тезисом в создании речевого портрета политического деятеля может послужить модель Е. В. Осетровой, включающая две составляющие: содержательную и коммуникативную. Содержательное основание – это информативная часть текстов, публикуемых политическим деятелем. Коммуникативная составляющая показывает предпочтения исследуемой личности в разных аспектах политической коммуникации.

В настоящем исследовании мы рассматриваем языковую личность политика как динамический феномен, который может быть описан с точки зрения моделей речевого поведения, способов речевого маневрирования, приемов достижения коммуникативной цели. Таким образом, мы пытаемся создать речевой портрет политика в лингвопрагматическом аспекте, а именно:

исследуем коммуникативный уровень модели речевого портрета через описание коммуникативных стратегий и тактик.

## **ГЛАВА 2. РЕЧЕВЫЕ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ П. А. ПОРОШЕНКО И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИХ ОФОРМЛЕНИЯ**

### **2.1. Понятие коммуникативной стратегии и коммуникативной тактики**

Изучение коммуникативных стратегий и тактик исходит из положения о том, что вербальная коммуникация подразумевает речевое воздействие, т. е. является целенаправленной и мотивированной. Как отмечает Р. М. Блакар, в любом речевом акте коммуниканты преследуют неречевые цели, которые, в конечном счете, регулируют деятельность собеседника [Блакар, 2003]. Таким образом, речевое воздействие в общем смысле представляет собой оптимальное использование языковых средств и речевых механизмов для достижения целей общения. В рамках теории речевого воздействия базовыми являются термины «коммуникативный мотив» и «коммуникативная цель». По верному замечанию О. С. Иссерс, коммуникативные мотивы соотносимы с типичными мотивами человеческого поведения, тогда как коммуникативная цель определяется как специальная речевая функция, «предназначенность речевого произведения для выполнения определенных задач» [Иссерс, 2008: 22]. Считается, что даже бытовой диалог является достаточно структурированным. Однако следует учитывать, что степень осознанности коммуникативных мотивов и целей может быть различной и зависит от многих факторов. О стратегии речевого поведения можно говорить тогда, когда осознанно ставится целью достижение определенных долговременных результатов.

В самом общем виде понятие стратегии трактуется как план достижения целей. Сегодня в полной мере можно говорить о том, что коммуникативные стратегии являются объектом исследования ученых и формируют самостоятельное направление в лингвистике, связанное с именами таких исследо-

вателей, как Е. Н. Ширяев, Т. А. ван Дейк, В. З. Демьянков, О. С. Иссерс, Е. В. Ключев, Г. Г. Почепцов, О. Н. Паршина, Р. Ратмайр, Т. Ройтер и др.

Непосредственно понятие «коммуникативная стратегия» в исследовательской литературе неоднократно уточнялось, переосмысливалось и претерпело некоторую эволюцию в определении. Ясно, что основополагающей категорией в понимании данного термина была и остается коммуникативная цель. Первые попытки трактовки понятия характеризовались стремлением дать определение через указание типа, вида коммуникативной цели. Так, например, Т. А. ван Дейк с позиций когнитивной лингвистики определил коммуникативную стратегию как комплексное речевое воздействие, направленное на изменение модели мира адресата [Дейк, 1989]. Однако такой подход получил критику со стороны некоторых исследователей, в частности, Т. В. Черницыной, изучавшей коммуникативные стратегии похвалы и порицания и не нашедшей четкой соотнесенности последних с коррекцией картины мира собеседника [Черницына, 2015].

Ряд подходов к определению коммуникативной стратегии (И. И. Гулакова, М. Р. Желтухина и др.) связан с пониманием коммуникативной цели как стремления разрешить конфликт, а, значит, определения коммуникативной стратегии как средства управления конфликтом.

В дальнейшем трактовка рассматриваемого термина осуществлялась путем обобщения и теоретизации. Основополагающим моментом в этом процессе стало сосредоточение внимания не на цели общения, а собственно на совокупности определенных действий, направленных на достижение коммуникативной цели. В частности, Е. В. Ключев определил коммуникативную стратегию как совокупность теоретических ходов, направленных на достижение коммуникативной цели [Ключев, 2002], Е. Г. Борисова – как способы организации речевого поведения в соответствии с интенцией коммуниканта [Борисова, 2006].

В качестве рабочего мы примем определение коммуникативной стратегии, восходящее к трудам О. С. Иссерс и формулируемое следующим обра-

зом: коммуникативная стратегия представляет собой комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели, формируемой в процессе речевой деятельности под воздействием мотива, который, в свою очередь, обусловлен соответствующей потребностью [Иссерс, 2008]. Заметим, что данное определение, на наш взгляд, не противоречит предлагаемому ему в противовес в некоторых исследованиях пониманию коммуникативной стратегии как общей направленности речи, поскольку так называемая «общая линия речевого поведения» как раз может быть осмыслена через совокупность речевых действий [Сковородников, 2004: 5].

Не вызывает сомнений, коммуникативная стратегия складывается из конкретных речевых действий, ходов, которые соотносятся с понятием коммуникативных тактик как иерархически более мелким уровнем планирования речевого поведения. Можно сказать, что коммуникативные тактики – это способы реализации коммуникативной стратегии. Данное понимание коммуникативных тактик находит отражение в работах Е. В. Фроловой, Е. П. Черногрудовой (практические ходов в процессе речевого взаимодействия), Г. А. Копниной (речевое действие, которое соответствует определенному этапу в реализации той или иной стратегии) и др. В качестве тактических способов выступают языковые средства различных уровней.

Сегодня коммуникативные стратегии и тактики активно исследуются через разные научные подходы, чем вызвано многообразие предлагаемых в научной литературе классификаций. Поскольку основополагающей категорией в коммуникативном стратегическом планировании является коммуникативная цель, то большинство классификаций дифференцируют стратегии и тактики именно по этому признаку. Так, И. Н. Борисова выделяет три вида стратегий: регулятивную, целью которой является вызвать изменения в контексте ситуации; диктальную, назначением которой является информирование собеседника; модальную, определяющую передачу эмоций и чувств [Борисова, 1996]. В работе А. К. Михальской выделяются стратегия близости, стратегия отдаления и стратегия отказа от выбора, при реализации которой

говорящий предоставляет право партнеру решать ситуацию и выбирать тип коммуникативного поведения [Михальская, 1998]. Н. Н. Кириллова, опираясь на известные постулаты Г. П. Грайса, предлагает различать кооперативные и некооперативные (или конфронтационные) стратегии [Кириллова, 2012].

О. С. Иссерс в монографии «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» дифференцирует коммуникативные стратегии с функциональной точки зрения и выделяет основные (когнитивные) и вспомогательные (прагматические, диалоговые, риторические) стратегии [Иссерс, 2008]. Основной можно назвать стратегию, которая на данном этапе коммуникативного взаимодействия является с точки зрения иерархии мотивов и целей наиболее значимой. В большинстве случаев к основным стратегиям относятся те, которые непосредственно связаны с воздействием на адресата, его модель мира, систему ценностей, его поведение (как физическое, так и интеллектуальное). Вспомогательные стратегии способствуют эффективной организации диалогового взаимодействия, оптимальному воздействию на адресата. В связи с этим можно обнаружить стратегию самопрезентации, статусные и ролевые стратегии, эмоционально настраивающие стратегии и другие.

Необходимо учитывать, что сложно говорить о создании единой классификации коммуникативных стратегий и тактик, поскольку человеческая речь ситуативна и обусловлена множеством факторов, а в основе коммуникативных стратегий лежат мотивы, потребности и установки коммуникантов. Именно поэтому многочисленны и разнообразны в научной литературе классификации коммуникативных стратегий и тактик в зависимости от типа исследуемого дискурса. В частности, В. Ю. Андреева описывает стратегии и тактики коммуникативного саботажа, Г. А. Савин – православной проповеди, Э. В. Акаева – медицинского дискурса, А. В. Ланских – реалити-шоу, О. Н. Тютюнова – судебного дискурса и т. д.

В рамках же нашей работы сущностный интерес представляют коммуникативные стратегии и тактики политического дискурса. Разработкой данной проблемы занимаются такие исследователи, как О. С. Иссерс,

О. Л. Михалева, О. Н. Паршина, С. Б. Верещагина, Е. В. Рублева и др. Все они отмечают, что своеобразие коммуникативных стратегий и тактик данной сферы обусловлено особенностями политический дискурса, который во многом характеризуется стремлением политика завоевать и удержать власть. Следовательно, как отмечает Д. Р. Аكوпова, политический дискурс относится к персуазивному (убеждающему) дискурсу и характеризуется манипулятивной спецификой, т. е. стремлением оказать речевое воздействие на адресата с целью регуляции его деятельности в пользу адресанта [Акопова, 2013]. Иными словами, основное предназначение политического дискурса состоит в том, чтобы побудить граждан принять определенные, выгодные для политика, действия или оценки. При подобной коммуникации человек сознательно продуцирует высказывания, направленные на то, чтобы вызвать определенную реакцию у реципиента.

В научной литературе неоднократно предпринимались попытки классификации непосредственно политических коммуникативных стратегий и тактик. Так, например, А. А. Филинский различает стратегии реификации (конструирование образа врага), делегитимизации (разрушение образа оппонента) и амальгамирования («мы» – дискурс) [Филинский, 2002].

Е. И. Шейгал выделяет стратегию вуалирования (затушевывания нежелательной информации); стратегию мистификации (сокрытие истины, сознательное введение в заблуждение); стратегию анонимности (деперсонализации) как прием снятия ответственности [Шейгал, 2000].

На данный момент основополагающими классификациями политических коммуникативных стратегий и тактик среди исследователей считаются классификации О. Л. Михалевой и О. Н. Паршиной, которые мы принимаем за базовые в настоящей работе.

Итак, О. Л. Михалева предложила выделять три базовых вида стратегий: на понижение, на повышение и театральность [Михалева, 2002]. Коммуникативной целью при использовании *стратегии на понижение* является

дискредитация оппонента политика. При этом используются тактики, скрыто или явно выражающие негативное отношение к предмету коммуникации:

1) *Тактика анализ – «минус»*, предполагающая описание предмета, построенное таким образом, при котором сам предмет воспринимался бы реципиентом негативно, однако автор напрямую не заявлял бы о своем недовольстве. Важную роль здесь играет использование лексических средств, имплицитно выражающих отношение говорящего.

2) *Тактика обвинения* – приписывание кому-либо какой-либо вины, пусть даже бездоказательно и голословно. Часто используются также лексические средства с негативным оценочным значением.

3) *Тактика безличного обвинения* - обвинение, при котором открыто не называются виновники осуждаемых действий или поступков. Нередко языковым средством в данном случае служат грамматические конструкции и лексические единицы с очень широким значением, т. е. потенциально включающие в себя широкий круг участников.

4) *Тактика обличения* – указание на конкретную вину кого-либо с привлечением аргументов и фактов.

5) *Тактика оскорбления* – нанесение обиды, унижение, уязвление кого-либо. Отличается явной эмоциональной окраской и соответствующими языковыми средствами.

6) *Тактика угрозы* – заключается в запугивании оппонента, предрекании ему наказания в будущем.

***Стратегии на повышение*** свойственно стремление говорящего представить себя в максимально выгодном свете, повысить свою значимость в глазах аудитории, придать весомость собственной фигуре. Достигаются поставленные цели посредством следующих тактик:

1) *Тактика анализ-«плюс»* – предполагает имплицитное выражение положительного отношения говорящего к описываемой ситуации.

2) *Тактика презентации* – представление кого-либо лица в привлекательном виде.

3) *Тактика самопрезентации* – представление себя в привлекательном свете.

4) *Тактика отвода критики* – приведение аргументов, фактов, позволяющих объяснить, оправдать какие-либо действия и поступки.

5) *Тактика самооправдания* – отрицание негативных суждений о самом себе.

Факт присутствия в политическом дискурсе аудитории, которую говорящий учитывает постоянно, позволяет делать политическую коммуникацию зрелищной, что предопределяет использование политиками *стратегии театральности*, характеризующейся набором следующих тактик.

1) *Тактика побуждения* – призыв к какому-либо действию, убеждение в правильности своей точки зрения. Характерно использование в данном случае «мы»-инклюзивного.

2) *Тактика кооперации* – такой способ обращения к адресату, когда говорящий апеллирует к его идеям и ценностям.

3) *Тактика размежевания* – заключается в отмеживании политика от негативных явлений, характеризуется выстраиванием оппозиции «свои – чужие».

4) *Тактика информирования* – приведение данных и фактов, не сопровождаемое выражением отношения говорящего.

5) *Тактика обещания* – обещание сделать что-либо. Типичным способом реализации является использование глаголов совершенного вида в будущем времени.

6) *Тактика прогнозирования* – предсказание, суждение о дальнейшем течении различных событий.

7) *Тактика предупреждения* – предостережение, предваряющее извещение о возможных событиях, действиях, ситуациях и т.п.

8) *Тактика иронизирования* – осуществление воздействия за счет контраста между сказанным и подразумеваемым.

9) *Тактика провокации* – подстрекательство кого-либо к таким действиям, которые могут повлечь за собой тяжелые для него последствия.

Еще одной детальной классификацией коммуникативных стратегий и тактик политического дискурса является классификация, предлагаемая в монографии О. Н. Паршиной «Российская политическая речь: Теория и практика» [Паршина, 2007]. Ключевой в политическом дискурсе ученый считает *стратегию самопрезентации*, которая реализуется при помощи тактики отождествления с какой-либо группой; тактики солидаризации, призванной изобразить общность взглядов аудитории и политики; тактики дистанцирования от кого-либо или чего-либо. Второй стратегией в данной классификации является *стратегия удержания власти*. Одной из ее разновидностей считается информационно-интерпретационная стратегия, характеризующаяся тактиками признания существования проблемы; акцентирования положительной информации; разъяснения; комментирования; рассмотрения информации под новым углом; указания на путь решения проблемы. Второй разновидностью стратегии удержания власти является стратегия формирования эмоционального настроения адресата, а ее тактиками – тактика объединения аудитории; обращения к эмоциям адресата; учета ценностных ориентиров. Следующей стратегией, выделяемой О. Н. Паршиной, является *стратегия убеждения*, подразделяющаяся на аргументативную стратегию, предполагающую убеждение собеседника при помощи аргументов, агитационную, цель которой – побудить адресата к совершению определенных действий. Наиболее распространенными тактиками первой стратегии, по мнению О.Н. Паршиной, являются: тактика контрастивного (сопоставительного) анализа; тактика иллюстрирования; тактика указания на перспективу; тактика обоснованных оценок. Для реализации агитационной стратегии, используются такие тактики, как тактика обещания и тактика призыва. Заключительная группа стратегий – это *стратегии борьбы за власть*, включающие в себя стратегию дискредитации и нападения, манипулятивную стратегию и стратегию самозащиты. Для первой из них характерны тактика обвинения, тактика иллюст-

рирования отрицательного, тактика навешивания ярлыков, умаляющих сравнений, тактика не прямых оскорблений. Для второй – тактика оправдания, тактика оспаривания, тактика критики. Для третьей – тактика демагогии и тактика манипуляции.

Следует отметить, что, во-первых, коммуникативные тактики могут сочетаться и дополнять друг друга, во-вторых, предложенный список не является окончательным и может быть продолжен. При непосредственном анализе материала возможно привлечение и использование других классификаций, если они помогают полнее отобразить наблюдаемую картину.

Охарактеризуем в общем виде те языковые средства, которые являются типичными реализациями коммуникативных тактик политического дискурса. На лексическом уровне нередко наблюдается использование оценочной, стилистически и экспрессивно окрашенной лексики, что определяется целями создания положительного или отрицательного имиджа того или иного субъекта или объекта. На синтаксическом уровне часто используются также экспрессивные приемы: повторы различных видов, в частности, синтаксический параллелизм, риторические вопросы, восклицания, что позволяет вовлечь аудиторию в текст. Важнейшим средством политических коммуникативных тактик на стилистическом уровне является использование метафоры, оказывающей сильное эмоциональное воздействие на реципиента, подключая ассоциативное мышление. В качестве средств косвенной оценки используются также сравнения, аллюзии, эвфемизмы и другие стилистические средства.

Подводя итоги, отметим, что коммуникативная стратегия понимается нами как комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели, формируемой в процессе речевой деятельности под воздействием мотива, который, в свою очередь, обусловлен соответствующей потребностью. Следовательно, коммуникативные тактики – как конкретные речевые действия, способы реализации коммуникативной стратегии. Политический дискурс относится к персуазивному (убеждающему) дискурсу и ха-

рактируется манипулятивной спецификой, что отражается на своеобразии политических коммуникативных стратегий и тактик. Наиболее разработанными на данный момент являются классификации стратегий и тактик политического дискурса, предложенные в работах О.Н. Паршиной и О. Л. Михалевой. Однако список стратегий и тактик является открытым и может быть уточнен и дополнен при непосредственном анализе политических текстов.

## 2.2. Коммуникативные стратегии в речи П. А. Порошенко

### 2.2.1. Стратегия дискредитации

Одной из коммуникативных стратегий, к которой прибегает П. А. Порошенко, является стратегия дискредитации (в терминах О. Н. Паршиной), или стратегия на понижение (в терминах О. Л. Михалевой). Данная стратегия относится к разряду конфликтогенных и применяется, когда перед политиком стоят цели выразить негативное отношение к предмету коммуникации и характеризуется репертуаром соответствующих тактик.

Наиболее типичной тактикой для П. А. Порошенко в рамках стратегии дискредитации является **тактика обвинения**. Для политика характерно использование двух разновидностей данной тактики – прямого обвинения и безличного обвинения. Рассмотрим пример прямого обвинения:

*Мы полностью выполняем Минские соглашения. Мы полностью сотрудничаем с ОБСЕ. А вот Россия не выполняет – в двенадцать-пятнадцать раз больше, чем мы. Россия обстреливает, не допускает инспекторов ОБСЕ. А в том единственном случае, про который вы говорите, мы за сорок минут урегулировали весь вопрос и отвели все установки на правильное расстояние. Так что мы сотрудничаем изо всех сил, не то что Россия* (интервью немецкому журналисту DW Тиму Себастиану, 17 ноября

2015 г. URL: <http://112.ua/mnenie/polnyy-perevod-intervyu-petra-poroshenko-dw-272767.html>).

Речь П. А. Порошенко характеризуется приписыванием вины России, которую Украина воспринимает как внешнеполитического противника. Причем объект дискредитации в данном случае выражен открыто. Президент Украины представляет Россию в крайне негативном свете, однако делает это голословно, не аргументированно, рассчитывая привлечь внимание аудитории эмоциональностью высказывания. Это достигается при помощи ряда лингвистических средств, направленных на реализацию сквозной антитезы данной реплики, заключающейся в противопоставлении «хорошей» Украины и «плохой» России. На уровне лексики используются отрицательные конструкции с частицей «не», когда речь идет о России, вследствие чего выстраиваются антонимичные ряды: *мы полностью выполняем - Россия не выполняет, не допускает; мы сотрудничаем изо всех сил, не то что Россия*. Яркую контрастность придает и использование лексики со значением высокой степени признака (полностью выполняем, сотрудничаем изо всех сил), что призвано усилить эффект обвинения России на фоне «примерного поведения» Украины. Наблюдается также целенаправленное применение лексем с противоположной оценочной коннотацией: *мы сотрудничаем – Россия обстреливает*.

На синтаксическом уровне тактика обвинения реализуется за счет использования приемов параллелизма и градации. Повторяющиеся параллельные синтаксические конструкции не только привлекают к себе внимание аудитории, вновь и вновь выдвигая обвинения в адрес России, но и выполняет суггестивную функцию, т. е. функцию убеждающего воздействия. Такую же функцию выполняет и прием градации, передающий все нарастающее обвинение: *А вот Россия не выполняет... Россия обстреливает, не допускает инспекторов ОБСЕ*.

Таким образом, в приведенном примере отмечается использование П. А. Порошенко тактики открытого обвинения посредством стилистическо-

го приема противопоставления, реализуемого на лексическом и синтаксическом уровнях. Отметим также, что в данном случае стратегия дискредитации соседствует со стратегией самопрезентации, о которой речь пойдет ниже.

Как было указано ранее, коммуникативные тактики часто сочетаются друг с другом в одном тексте. Для анализируемого высказывания характерна также **манипулятивная тактика**, описанная в классификации О. Н. Паршиной. В данном случае она заключается в подмене понятий: Россия не является стороной Минских соглашений, поэтому не может выполнять или не выполнять их, однако П. А. Порошенко, стремясь дискредитировать оппонента, манипулятивно предъявляет обвинение: *Мы полностью выполняем Минские соглашения. А вот Россия не выполняет.*

Можно привести и другие примеры использования манипулятивной тактики президентом Украины. В частности, в нижеследующем примере она реализуется посредством нарушения аргументации:

*Никто в ЕС не смирился. В Крыму не летают самолеты, туда не инвестируют деньги, это незаконно аннексированная территория* (интервью немецкому журналисту DW Тиму Себастиану, 17 ноября 2015 г. URL: <http://112.ua/mnenie/polnyu-perevod-intervyu-petra-poroshenko-dw-272767.html>).

Из приведенных аргументов (не летают самолеты, не вкладывают деньги) невозможно сделать однозначный вывод о том, что Крым – аннексированная территория.

Отметим, что объектом дискредитации в заявлениях П. А. Порошенко нередко выступает непосредственно президент России – В. В. Путин. Рассмотрим пример:

*Владимир Путин пойдет так далеко, насколько мы ему это позволим. Он хочет всю Европу...*

*Аннексировав Крым и напав на восток Украины, Владимир Путин вдребезги разбил систему международной безопасности. Возможно ли, что он нападет на Финляндию? Да. И Финляндия прекрасно это осознает.*

*Возможно ли, что он нападет на страны Прибалтики? Конечно. Возможно ли, что он будет совершать агрессивные действия в черноморском пространстве? Да (интервью RFI, 3 августа 2015. URL: <https://russian.rt.com/inotv/2015-08-03/Poroshenko-Putin-zahvatit-vsyu-Evropu>).*

Данное высказывание П. А. Порошенко характеризуется тактикой обвинения и имеет коммуникативной целью опорочить фигуру оппонента. Речь отличается высокой эмоциональностью, призванной представить В. В. Путина в негативном образе агрессора без использования какой-либо реальной фактической основы. На лексическом уровне это достигается путем употребления слов семантического поля «агрессия», лексем с резко отрицательной окраской, оценочных эпитетов с отрицательным компонентом значения: *аннексировав, напав, вдребезги разбил, нападет, агрессивные действия*. Особую роль играют глаголы и глагольные формы: последовательное употребление форм прошедшего, настоящего и будущего времени создает динамичную картину действия, призванную заставить аудиторию поверить в активные захватнические действия В. В. Путина, убедить в реальности нависшей угрозы. На синтаксическом уровне усиление воздействия достигается за счет параллельных конструкций в виде вопросов и следующих за ними утвердительных ответов. Наиболее ярким стилистическим приемом, реализующим тактику открытого обвинения в рамках стратегии дискредитации в рассматриваемом примере, является гипербола. П. А. Порошенко намеренно сильно преувеличивает политические аппетиты своего оппонента, приписывая В. В. Путину желание захватить «всю Европу», «напасть» на Финляндию и страны Прибалтики. Подобная гипербола соотносится с демагогическими приемами, которые О. Н. Паршина рассматривает как часть стратегии дискредитации и связывает с оперированием недоказанными, сильно преувеличенными фактами [Паршина, 2007].

Кроме того, в анализируемом примере тактика открытого обвинения сочетается с *тактикой угрозы*, которая, однако, имеет свою специфику, поскольку направлена не непосредственно в адрес оппонента, а в адрес третьей

стороны – стран Европы – и исходит не от субъекта коммуникации, а приписывается объекту коммуникации, что вновь «работает» на представление В. В. Путина в образе агрессора в контексте стратегии дискредитации.

Отметим особо, что для П. А. Порошенко при реализации тактики обвинения характерно использование приема навешивания ярлыков, что лингвистически выражается в использовании политических пейоративов. В частности, президент Украины преследует цель навесить на образы России и В. В. Путина ярлыки агрессора и очень часто использует именно эту номинацию для обозначения указанных объектов дискредитации:

Тим Себастиан: *И как вы это видите? Россия ничего вам не отдаст.*

П. А. Порошенко: *Агрессор должен быть наказан* (интервью DW, 17 ноября 2015 г. URL: <http://112.ua/mnenie/polnyu-perevod-intervyu-petra-poroshenko-dw-272767.html>).

*Санкции будут побуждать страну-агрессора к полному выполнению Минских соглашений* (Обращение по случаю решений Европейского Союза о безвизовом режиме с Украиной и продлении секторальных санкций в отношении Российской Федерации, 18 декабря 2015. URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-z-nagodirishen-yevropejskogo-36519>).

*Вы заплатите ту цену, которую должен заплатить агрессор* (заявление в адрес России на Мюнхенской конференции по безопасности 13 февраля 2016, URL: <http://www.unian.net/politics/1265385-poroshenko-rossiya-zaplatit-tu-tsenu-kotoruyu-doljen-zaplatit-agressor.html>).

Заметим, что в последнем примере применяется также *тактика угрозы* в адрес оппонента.

Используется П. А. Порошенко как средство реализации тактики обвинения и такой стилистический прием, как метафора:

*Имперская мания величия - очень опасный диагноз. Болеют ей одни, а за лечение платят другие, причем платят своими жизнями. И именно поэтому сейчас весь мир – с Украиной, и Россия оказалась в полной изоляции*

(заявление во время торжественного собрания в центральном доме офицеров ВСУ 15 февраля 2016. URL: <http://ru.tsn.ua/politika/poroshenko-ugrozhaet-rossii-cenoy-kotoruyu-dolzhen-zaplatit-agressor-579832.html>).

В данном тексте действия России метафорически осмысливаются оратором как опасная болезнь. Роль этого приема заключается во влиянии на сознание аудитории через косвенную номинацию. Метафора придает описываемой ситуации драматизм, формирует у реципиента резко отрицательное мнение об объекте коммуникации, вызывает в сознании представления о патологических, нездоровых, а, значит, неприемлемых для общества действиях со стороны России.

В ряду других типичной и излюбленной в арсенале П. А. Порошенко является *тактика безличного (безобъектного) обвинения*, характеризующаяся тем, что обвиняемый открыто не называется. Рассмотрим пример:

*Я ненавижу то, что некоторые лидеры стремятся к усилению диалога с РФ, несмотря на все то, что произошло в моей стране* (заявление на Мюнхенской конференции по безопасности 13 февраля 2016. URL: [http://www.eurointegration.com.ua/rus/news/2016/02/13/7044815/view\\_print/](http://www.eurointegration.com.ua/rus/news/2016/02/13/7044815/view_print/)).

П. А. Порошенко в данном случае не называет конкретных фамилий, заменяя их расплывчатой формулировкой «некоторые лидеры», предоставляя реципиентам широкие возможности для интерпретации. Между тем обвинение характеризуется высокой степенью экспрессивности за счет употребления лексемы «ненавидеть», обладающей резко отрицательной и эмоциональной коннотацией, соотносимой с чувством сильной вражды, злобы.

Следующий пример также демонстрирует применение тактики безличного (безобъектного) обвинения, однако с другим репертуаром языковых приемов и средств:

*Ситуация с Крымом – это типичный **аниллюс**, аннексия суверенной украинской территории.*

*А если признать аннексию и смириться с ней – это будет нарушение и полное разрушение системы международной безопасности. **Поощрение***

*агрессора, как в 1938 году. Представьте, что в 38-м году кто-то говорит: “Поймите, Австрия навсегда останется частью Германии”. Это невозможно* (URL: <http://112.ua/mnenie/polnyu-perevod-intervyu-petra-poroshenko-dw-272767.html>).

Оба высказывания были произнесены П. А. Порошенко в интервью телеканалу DW 17 ноября 2015 г. Оба характеризуются тем, что объект обвинения прямо не называется. В первой реплике для реализации избранной тактики политик прибегает к приему аллюзии, используя слово «*анишлюс*», которое обозначает конкретное историческое явление – политику насильственного присоединения Австрии к Германии, проводившуюся после 1-ой мировой войны. Употребление слова «*анишлюс*» можно расценивать и как использование политического пейоратива – номинации с отрицательной экспрессивно-оценочной коннотацией.

Журналист, проводивший беседу с П. А. Порошенко, продолжал настаивать на том, что Крым вряд ли вернется в состав Украины. Вероятно, это побудило политика продолжить применение тактики безличного (безобъектного) обвинения, но уже использовать стилистический прием сравнения, более открыто формирующий параллель между присоединением Австрии в 1938 г. к фашистской Германии и современным присоединением Крыма к России. И вновь объект обвинения прямо не называется, используется косвенная номинация через, вероятно, уже закрепленный в сознании определенной аудитории ярлык «агрессор».

Иллюстрацией использования тактики непрямого обвинения может служить и предвыборная программа П. А. Порошенко, когда кандидат на пост президента Украины находился в состоянии борьбы за власть внутри своей страны. Данный пример интересен тем, что в нем отсутствует даже косвенная номинация объектов обвинения, они лишь подразумеваются как авторы политических программ, которым политик дает отрицательную оценку, обвиняя оппонентов в пустых, не выполненных обещаниях. Тактика не-

прямого обвинения в рассматриваемом случае реализуется при помощи стилистических приемов метафоры, аллюзии, антитезы, гиперболы:

*Все политические программы, которые вы до сих пор читали, были о манне небесной, но она так и не выпала* (URL: <http://election.com.ua/poroshenko2014pp/>).

Обещания политических оппонентов метафорически обозначаются библейским фразеологизмом «манна небесная», который означает невероятные блага, полученные неожиданно, как бы «упавшие с неба». Использование этого выражения призвано активизировать в сознании реципиента библейский эпизод и вызвать ассоциации между народом и истощенными странниками, сильно нуждающимися в пище, т. е. в тех благах, которые обещали политики в предвыборных программах. Антитеза, заключающаяся в противопоставлении библейской «манны небесной», дарованной людям, и той «манны», которая так и «не выпала» нуждающемуся в ней украинскому народу, должна заставлять аудиторию чувствовать себя обманутой. Гипербола заключается в использовании выражения «все программы». Местоимение *все* - лексическая единица с очень широким значением, т. е. потенциально включающая в себя широкий круг участников, что создает для аудитории возможность различной интерпретации. При этом каждый из тех, кто был бы отнесен к этой группе, предстает в негативном свете. Таким образом достигается необходимый эффект дискредитации оппонентов через не прямое обвинение их в том, что они не сдержали своих обещаний перед народом.

Неопределенное местоимение *кто-то*, употребляемое в нижеследующем примере, также делает обвинение непрямым. Критика президента направлена в адрес региональных украинских политиков, которые не называются поименно. Данная тактика, вероятно, была выбрана президентом, т. к. позволила избежать прямых, открытых личных оскорблений, но при этом позволила высказаться резко негативно и экспрессивно за счет использования соответствующей лексики: *встать в позу, циничную и опасную, эгоистичные политиканы, не видят дальше 25 октября:*

*Кто-то, вместо того, чтобы занять ответственную позицию, стал в позу - красивую, но циничную и опасную для страны. Кто-то - повели себя не как государственные деятели, а как эгоистичные политиканы, которые не видят дальше 25 октября, когда выборы в местные органы власти* (Обращение относительно голосования в Верховной Раде, 31 августа 2015. URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennya-prezidenta-shodogolosuvannya-u-verhovnij-radi-zm-35891>).

Одной из тактик осуществления дискредитирующей стратегии является *тактика оскорбления*, которая, однако, в современном политическом дискурсе используется не так уж часто, поскольку имеет высокий индекс конфликтности. Данная тактика в наиболее агрессивном проявлении не свойственна и для П. А. Порошенко, политика с высоким статусом, однако в его выступлениях встречается определенное намерение оскорбить противника:

*Наконец, хотел бы прокомментировать последние события на Донбассе, попытку боевиков спровоцировать эскалацию конфликта. Она совсем неудивительным образом совпала с угрозами разрешить использование российских войск в Украине, то есть задним числом легитимизировать то, что в Украине уже происходит круглый год. Разве что верховное российское командование потеряло связь с собственной армией и не знает, что она оставила территорию Российской Федерации и «заблудилась» в стенах Донбасса. Из российского военного арсенала там есть уже все, разве что кроме подводных лодок* (Вступительное слово президента на пресс-конференции 5 июня 2015 года. URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/vstupne-slovo-prezidenta-na-pres-konferenciyi-5-chervnyu-201-35413>).

Как отмечает О. С. Иссерс, в качестве коммуникативной задачи тактики оскорбления выступает «унижение и осмеяние партнера»<sup>1</sup>. В данном высказывании используется стилистический прием иронии, высмеивающий «верховное российское командование» и армию как некомпетентные струк-

---

<sup>1</sup> Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск, 1999.

туры. Ирония заключается и в метафоре (армия «заблудилась»), формирующей негативное представление о российской армии, и в гиперболе (*Из российского военного арсенала там есть уже все, разве что кроме подводных лодок*), также нацеленной на негативное изображение оппонента.

**Тактика «анализ-минус»** – одна из тактик дискредитирующей стратегии – также используется П. А. Порошенко для достижения коммуникативных целей. Данная тактика представляет собой основанное на фактах рассмотрение ситуации, ее анализ, предполагающий выражение отрицательного отношения к описываемому, а также к людям, их действиям и поступкам. Примером может служить высказывание президента Украины о ситуации на местах в преддверии региональных выборов, целью которого являлась дискредитация региональных политиков, занявших должности при прежней власти, воспринимаемой президентом в качестве оппозиционной:

*В Киеве бушуют бури, происходят революции, меняются президенты, правительства, парламенты. К сожалению, на местах – болотная гладь. Часто при реальной власти десятилетиями стоят одни и те же люди; время от времени меняются партийные флаги, но эти люди не расстаются с креслами. Так что удивляться, что народ не замечает изменений, если они действительно пока носят поверхностный характер?* (Вступительное слово на пресс-конференции 5 июня 2015 года. URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/vstupne-slovo-prezidenta-na-pres-konferenciyi-5-cherhvnyya-201-35413>).

Как видно, в речи создается негативный образ застоя, соотносимый с властью на местах. Яркая образность вновь достигается за счет использования метафоры: *болотная гладь*. Интересно, что в примере можно обнаружить интертекстуальные связи. Неизвестно, было ли это осознанным приемом, но у подготовленного реципиента возникнут ассоциации со строками Н. А. Некрасова, воспроизводящими соответствующую картину, а, следовательно, в сознании сформируется необходимый образ:

*Впереди, под навесом туманным,*

*Открывалась болотная гладь:*

*Ни жилья, ни травы, ни кусточка,*

*Всё мертво – только ветер свистит («Опять она, родная сторона...»).*

Участвует в создании необходимого эффекта и соответствующая лексика со значением застойности, отсутствия перемен: *десятилетиями, одни и те же, не расстаются*. Кроме того, применяется прием антитезы: Киев (центр) противопоставляется периферии как изменения застою. Антитеза реализуется, во-первых, на уровне лексики: *бури, революции – гладь*. Во-вторых, на уровне синтаксиса. Динамическая, длинная конструкция с параллелизмом и перечислением: *В Киеве бушуют бури, происходят революции, меняются президенты, правительства, парламенты* – противопоставлена краткой, простой конструкции с эллипсисом: *На местах – болотная гладь*. Завершает высказывание такая стилистическая фигура, как риторический вопрос, обладающий сильным эмоциональным воздействием:

*Так что удивляться, что народ не замечает изменений, если они действительно пока носят поверхностный характер?* Слово *поверхностный* с отрицательной оценочной коннотацией добавляет в образ региональных политиков характеристики неполноценности, несостоятельности. Таким образом, целый комплекс языковых средств используется президентом Украины для реализации тактики *«анализ – минус»*.

В заключение отметим, что П. А. Порошенко достаточно активно использует коммуникативную стратегию дискредитации, целью которой является в представлении в негативном свете политических оппонентов – как внутри страны, так и на международной арене. В качестве коммуникативных предметов могут выступать как политические фигуры, так и политические структуры. Среди тактик, применяемых П. А. Порошенко для реализации описанной стратегии, наблюдаются: тактика прямого обвинения, заключающаяся в приписывании вины конкретному объекту; тактика непрямого обвинения, при использовании которой обвиняемый объект прямо не называется;

тактика угрозы, связанная с запугиванием кого-либо; манипулятивная тактика, выражающаяся в подмене понятий и псевдоаргументации; тактика оскорбления, которая, однако, применяется редко, и оскорбление при этом маскируется иронией; тактика «анализ–минус», представляющая собой основанное на фактах рассмотрение ситуации с выражением к ней отрицательного отношения. Для реализации указанных коммуникативных тактик президент Украины использует разнообразные языковые средства: лексику с оценочной и эмотивной коннотацией, в качестве косвенной номинации - политические пейоративы, ярлыки; параллельные конструкции, риторические вопросы как средства экспрессивного синтаксиса; стилистические приемы метафоры, сравнения, аллюзии, антитезы, гиперболы.

### 2.2.2. Стратегия самопрезентации

Без всякого сомнения, одной из главных задач политического лидера является задача создать такой собственный образ, который «понравился» бы электорату. А поскольку имидж политического лидера во многом формируется с помощью языковых средств и речевых умений, важнейшим способом его создания является коммуникативная стратегия самопрезентации, которая свойственна и речевому поведению П. А. Порошенко.

Основной коммуникативной целью для политика при реализации стратегии самопрезентации является определенная самоподача. Ведущей тактикой в репертуаре П. А. Порошенко при этом выступает *тактика отождествления* себя с кем-либо или с чем-либо. В первую очередь П. А. Порошенко стремится отождествить себя с народом Украины. Рассмотрим пример из предвыборной программы политика:

*Евромайдан* восстал... Причина же в том, что у **народа** лопнуло терпение. На площади и улицы вышли **люди**, которые не захотели и дальше так жить, как жили до сих пор. «Так жить нельзя», – сказали они. Корен-

*ных изменений требует как страна в целом, так и каждый гражданин в отдельности. Но мы не сможем изменить Украину, если не изменимся сами, не поменяем свое отношение к собственной жизни и к жизни целого государства. В том, что страна в таком кризисе – есть доля ответственности каждого. Пора дать четкий ответ, что значит для нас «жить по-новому»? (URL: <http://election.com.ua/poroshenko2014pp/>).*

В данном случае реализация тактики отождествления разворачивается последовательно. Политик начинает высказывание повествованием от третьего лица, обозначая предмет, о котором идет речь, лексемами *народ, люди, евромайдан* и создавая портреты как *страны в целом*, так и *гражданина в отдельности* в революционной тональности, подчеркивая высокую степень необходимости перемен. Для этого используется прием повтора: слова семантического поля «изменения» повторяются 4 раза: *изменений, изменить, изменимся, поменяем*; эпитеты: *коренные перемены*; метафора – *лопнуло терпение*; в целом лексика с соответствующим значением и коннотацией: *восстать, кризис, не захотели и т.д.* Во второй части текста политик переходит на повествование от первого лица во множественном числе при помощи местоимения *мы* («мы-инклюзивное»), таким способом отождествляя себя непосредственно с тем образом, который был нарисован им самим в начале текста, - с народом, требующим перемен. П. А. Порошенко позиционирует свою личность как часть *страны* и как отдельного *гражданина*, стремящегося к коренным изменениям. Заканчивается высказывание постановкой вопроса, содержащего два основных компонента того образа, с которым отождествляет себя политик в данном случае: *для нас* (мы – народ) и *жить по-новому* (народ, требующий перемен): *Пора дать четкий ответ, что значит для нас «жить по-новому»?*

Тактика отождествления с народом является одной из ведущих в стратегии самопрезентации П. А. Порошенко и чаще всего реализуется через использование местоимения *мы* в сочетании с номинацией *украинцы*:

*Мы, украинцы, желаем быть свободными. Поэтому, попытки порабощения, внешнего или внутреннего, получают от нас **достойный отпор**, что доказано **Майданом и борьбой против российской агрессии** (URL: <http://election.com.ua/poroshenko2014pp/>).*

Как уже было замечено, П. А. Порошенко наряду с подобным позиционированием стремится создать определенный образ той части украинцев, на которую он как политик опирается. Можно сказать, что, во-первых, П. А. Порошенко отождествляет себя с Украиной в целом, во-вторых, с «майданной» частью населения. Именно поэтому как и в первом приведенном примере, так и во втором «мы-инклюзивное» сопровождается словами, выражающими политические идеалы президента и его сторонников: *свободные украинцы, достойный отпор, Майдан, борьба*. Кроме того, в данном случае тактика отождествления соседствует с *тактикой дистанцирования*, призванной сформировать в тексте оппозицию «свои - чужие», идентифицируя автора высказывания со «своими»: *мы, украинцы, – против – российской агрессии*.

Отметим, однако, что в зависимости от коммуникативной ситуации П. А. Порошенко может отождествлять себя и с другими образами. В частности, наблюдается стремление позиционировать себя не только как политика, но и как экономиста. Это происходит, когда П. А. Порошенко, соответственно, обращается к вопросам экономики страны:

*Имею и собственный опыт в экономике как хозяйственник, который в свое время создал немало рабочих мест. Хорошо знаю, как приумножить наше национальное богатство и наполнить бюджет* (из предвыборной программы, (URL: <http://election.com.ua/poroshenko2014pp/>).

В данном случае отмечается прямая самопрезентация: *Имею и собственный опыт в экономике как хозяйственник*. Говоря об имеющемся экономическом опыте, П. А. Порошенко стремится перенести это качество и на образ политика, выстраивая причинно-следственную логику высказывания (я – хозяйственник, следовательно, знаю как), переходя от образа предпринима-

теля к образу политика, хорошо разбирающегося в экономике, используя для этого лексику с позитивной оценочной коннотацией: *хорошо знаю, приумножить богатство, наполнить бюджет.*

В следующем примере также наблюдается стремление П. А. Порошенко подать себя как экономиста, однако при помощи других средств:

*В понедельник во время визита на Тернопольщину я посетил крупное предприятие с немецкими инвестициями, где работают почти 4 тысячи людей, и после анализа ситуации с финансовым балансом в результате предложенных налоговых изменений и уменьшения нагрузки на заработную плату владельцы пообещали поднять заработную плату минимум на 10%. Я призываю отечественных инвесторов поддержать этот начин* (речь на пресс-конференции 14 января 2016, URL: <http://112.ua/mnenie/rech-poroshenko-na-press-konferencii-polnyu-tekst-285052.html>).

Как видно, в данном случае «мы-инклюзивное» сменяется личным местоимением в единственном числе – я. Задача политика заключается в презентации собственной личности, обладающей хозяйственно-экономическими знаниями и умениями. Непосредственно отождествление реализуется в тексте через описание ситуации и действий, характерных для экономической деятельности: *анализ ситуации с финансовым балансом, предложение налоговых изменений и уменьшения нагрузки на заработную плату, поднятие заработной платы.* Заметим, что из текста не следует со всей очевидностью, что именно П. А. Порошенко принимал участие в анализе ситуации и вносил необходимые предложения. Синтаксическая конструкция, субъектом действия в которой является автор текста, употреблена в начале высказывания: *я посетил крупное предприятие.* Далее П. А. Порошенко переходит на повествование о третьих лицах – о владельцах предприятия, которые выполнили определенные действия после экономического анализа ситуации. Однако, поскольку распространенное обстоятельство времени *после анализа ситуации с финансовым балансом в результате предложенных налоговых изменений и*

уменьшения нагрузки на заработную плату следует в тексте непосредственно за выражением **я посетил крупное предприятие**, складывается впечатление, что и экономический анализ также был проведен П. А. Порошенко. Замыкает высказывание также синтаксическая конструкция, субъектом действия в которой является автор текста: *Я призываю отечественных инвесторов поддержать этот почин*, - что создает кольцевую композицию текста и закрепляет представление о П. А. Порошенко как о субъекте всех описанных действий. Кроме того, указание конкретного результата деятельности (*поднятие заработной платы минимум на 10%*), адресное обращение к *инвесторам* дополнительно формируют имидж «человека дела», профессионала.

Типичной характеристикой речевого портрета П. А. Порошенко как президента Украины является использование тактики отождествления для выражения символической принадлежности страны к Европе, Евросоюзу и позиционирования себя как политика с европейскими ценностями. Например:

*Я единственный президент в истории Украины, у которого такие прозрачные деловые соглашения. Я действую очень по-европейски* (интервью немецкому журналисту DW Тиму Себастиану, 17 ноября 2015 г. URL: <http://112.ua/mnenie/polnyu-perevod-intervyu-petra-poroshenko-dw-272767.html>).

Итак, очевидно, что в данном случае наблюдается усиление «я-темы» через двойное употребление соответствующего местоимения. П. А. Порошенко преподносит себя как европейского политика через идентификацию по такому признаку, как открытость информации о президенте для общества, чему способствует использование метафоры *прозрачные деловые соглашения*. Политик стремится актуализировать собственную уникальность, используя прием гиперболы и называя себя *единственным в истории* президентом Украины с подобными характеристиками. Прием анафоры (двойное «я» в начале предложений) усиливает эмоциональность высказывания. Фразовое ударение падает на конец высказывания, где содержится глав-

ный идентифицирующий признак личности политика в данном контексте: *Я действую очень по-европейски.*

Интересным примером реализации тактики отождествления является следующее высказывание П. А. Порошенко:

*Меня как-то спросили: чем вы мечтаете заняться после завершения вашего президентского срока? Я ответил, что мечтаю быть членом Европейского парламента* (выступление в Колумбийском университете в Нью-Йорке, 30.09.2015. URL: <http://korrespondent.net/ukraine/politics/3569833-poroshenko-posle-prezydentstva-khochet-stat-chlenom-evroparlamenta-ot-ukraynu>).

В данном случае высказывание строится как рассказ об одной из возможных ролей политика. Позиционирование этой роли как мечты усиливает эмоциональный фон речи, подчеркивает особую ценность и значимость такого позиционирования для оратора. При этом указанная роль не выглядит чем-то несбыточным, поскольку в высказывании очерчивается возможное время этого события: *после завершения президентского срока*. Все это формирует у адресата впечатление о наличии у политика уже в данный момент тех свойств и качеств, которые необходимы для будущей роли, и подчеркивает особую значимость соответствующих ценностей для него, а, значит, формирует и желаемую для оратора символическую принадлежность к европейской политике.

Рассмотрим пример, в котором «я-тема» сменяется использованием «мы-инклюзивного» для отождествления Украины в целом с европейским государством:

П. А. Порошенко: *Все нарушения с нашей стороны расследуются в присутствии представителей международных организаций, а с той стороны границы – нет. Мы – цивилизованное европейское государство, которое держит свои обещания, а они – бандиты и террористы.*

Тим Себастиан: *То есть вы отрицаете обвинения в нарушении прав человека?*

П. А. Порошенко: *Мы не отрицаем, мы расследуем. Я просто говорю, что мы отличаемся от них. Мы сотрудничаем с международными организациями, мы открыты для расследований. Это очень по-европейски* (интервью DW, 17 ноября 2015 г. URL: <http://112.ua/mnenie/polnyu-perevod-intervyu-petra-poroshenko-dw-272767.html>).

Как видно, в данном примере тактика отождествления с Европой сопровождается тактикой дистанцирования от России, что в целом формирует стратегию самопрезентации. Сложные синтаксические конструкции с противительным союзом *а* используются для реализации оппозиции «мы – они». Отмежевываясь от «неевропейских», «нецивилизованных» методов России, П. А. Порошенко противопоставляет им иные методы Украины, по этому признаку проводя отождествление и идентифицируя Украину как *цивилизованное европейское государство*. Кроме того, вновь открытость становится еще одной характеристикой, через которую П. А. Порошенко пытается связать европейские ценности и Украину: сотрудничество с международными организациями, открытость для расследований расцениваются политиком как признак того, что его страна действует *очень по-европейски*. Нельзя не отметить использование наречия степени *очень* в оценке данного качества, как и в одном из предыдущих примеров, что свидетельствует о желании выразить сильную связь между Европой и Украиной.

Иногда П. А. Порошенко сочетает тактику отождествления с *тактикой солидаризации*, которая очень близка к первой, но отличается от нее стремлением создать впечатление общности взглядов, интересов, устремлений говорящего и непосредственно той аудитории, которой адресовано сообщение. Характерно, что в данном случае политик может не ставить целью непременно отождествление себя с реципиентами, важнее донести следующую мысль: «я с вами, я понимаю / разделяю вашу проблему». Ярким примером реализации тактики солидаризации в речи президента Украины может стать его обращение к жителям Донбасса:

*Дорогие наши братья и сестры, сограждане!*

*Многие из вас уже успели ощутить на себе "прелести" правления террористов. Они, помимо мародерства и издевательств над мирными гражданами, привели и без того кризисную экономику региона на грань полной катастрофы. Но мы ни при каких обстоятельствах не оставим вас в беде.*

...

*С чем я как Президент приеду к вам в самое ближайшее время? С миром. С проектом децентрализации власти. С гарантией свободного использования в Вашем регионе русского языка. С твердым намерением не делить украинцев на правильных и неправильных. С уважительным отношением к специфике регионов* (инаугурационная речь, 07 июня 2014 URL: <http://news.bigmir.net/ukraine/822312-Inauguracionnaya-rech-Poroshenko-polnii-tekst>).

Во-первых, действенным приемом выражения солидарности с жителями региона Донбасс стало использование П. А. Порошенко в данной части инаугурационной речи русского языка – родного для большинства населения восточной части страны. Таким образом президент подчеркнул, что он понимает, насколько важен вопрос статуса русского языка для жителей Донбасса. Во-вторых, речь начинается риторическим обращением-восклицанием – экспрессивный синтаксис, а также лексика с положительной оценочной коннотацией (*дорогие*) создают необходимый эмоциональный настрой; слова со значением связи, отношений между людьми – родственной, переосмысленной метафорически (*братья и сестры*), и государственной (*сограждане*) – выражают единение с адресатом – как официальное (в границах одной страны), так и неофициальное (человеческое взаимопонимание, сочувствие). В-третьих, при помощи лексики с сильной степенью негативной оценки и эмоциональной окраской президент рисует мрачную картину: *террористы, мародерство, издевательства, полная катастрофа*, - таким образом давая понять, что знаком со сложным положением населения региона, понимает, в каких трудных условиях оказались люди, и выражает готовность прийти на

помощь: *Но мы ни при каких обстоятельствах не оставим вас в беде.* Безапелляционность обещания усиливает ощущение поддержки, исходящей от президента в адрес населения. В-четвертых, при помощи глагола движения в будущем времени (*приеду*) и употребления прилагательного в превосходной степени в качестве определения к обстоятельству времени (*в самое ближайшее время*) не только на смысловом, но и на лексико-грамматическом уровне передается ощущение движения, скорой встречи президента и жителей региона. В-пятых, используя синтаксическую конструкцию вопрос – ответ, президент имитирует диалог, передает настроенность на сотрудничество, на двусторонние отношения, в которых он слышит население Донбасса и отвечает на самые животрепещущие вопросы. В-шестых, П. А. Порошенко намеренно расчленяет фразу, применяя прием парцелляции, с целью усиления выразительности, экспрессивности именно на том отрезке текста, где повествует о том, с какими решениями он придет к жителям Донбасса, подчеркивая таким образом значимость каждого намерения. В-седьмых, лексика этой части текста выражает положительный фон отношения президента к региону: *мир, уважение, свободный*, – и весомость слов политика: *гарантия, твердое намерение*. В-восьмых, солидаризация заключается и в том, что в речи президент создает впечатление имплицитного согласия на особый статус региона: *мы не оставим вас в беде; я приеду к вам; в Вашем регионе.*

Помимо тактик отождествления и солидаризации, стратегия самопрезентации может реализовываться и при помощи тактики дистанцирования, которая уже упоминалась и которой, однако, П. А. Порошенко пользуется нечасто. Одним из немногочисленных примеров является обращение президента Украины относительно выборов в органы местного самоуправления:

*Но самое главное: реванша антиукраинских сил не произошло. И все это благодаря вашей мудрости, уважаемые украинцы!*

*Политические силы, которые входят в правящую коалицию, получили достойный результат. Совокупная поддержка **проевропейских, проукраинских сил** значительно превышает поддержку **той партии, которая ведет свою родословную от Партии регионов Януковича** и является ее правопреемником* (30 октября 2015 г. URL: <http://rian.com.ua/politics/20151030/376114841.html>).

Сущность дистанцирования – «отдаление», «отстраненность» от оппонента, адресата или объекта высказывания. В данном случае текст строится на следующей оппозиции: проукраинские силы, с которыми себя отождествляет П. А. Порошенко, и антиукраинские силы, в частности, силы *той партии, которая ведет свою родословную от Партии регионов Януковича* и от которой политик дистанцируется. Данная тактика репрезентируется не столько на лексико-грамматическом уровне, сколько на уровне структурной организации текста.

Обобщая, отметим, что одной из коммуникативных стратегий П. А. Порошенко является стратегия самопрезентации, суть которой заключается в самоподаче оратора, косвенной демонстрации каких-либо качеств его личности для формирования определенного впечатления о нем самом и его целях. В рамках данной стратегии П. А. Порошенко использует, во-первых, тактику отождествления, призванную продемонстрировать символическую принадлежность политика к определенной социальной, статусной или политической группе. Чаще всего в речи П. А. Порошенко отождествляет себя с народом Украины в целом и, в частности, с той его частью, которую называет «майданной». Кроме того, политик подает себя как экономиста, хозяйственника, а также пытается связать с образами европейского политика и европейского государства свою личность и свою страну. Во-вторых, П. А. Порошенко применяет тактику солидаризации, когда перед ним стоит задача создать впечатление общности взглядов, интересов, устремлений непосредственно с той аудиторией, которой адресовано сообщение. В-третьих, иногда политик использует тактику дистанцирования, если необходимо вы-

разить «отдаление», «отстраненность» от оппонента, адресата или объекта высказывания путем реализации в тексте оппозиции «свои – чужие». Среди лингвистических средств, при помощи которых в речи П. А. Порошенко репрезентируются тактики стратегии самопрезентации, можно отметить особую структурную, синтаксическую организацию текстов, риторические обращения и вопросы, повествование с использованием «мы-инклюзивного», введение «я-темы», приемы анафоры и парцелляции, гиперболу, метафору, соответствующую коммуникативным задачам лексику, фразовое ударение.

### **2.2.3. Стратегия формирования эмоционального настроения адресата**

Стратегия формирования эмоционального настроения адресата является одной из ведущих в коммуникативном поведении П. А. Порошенко, что объясняется, вероятно, сложным экономическо–политическим положением в стране и, как следствие, необходимостью со стороны президента создать определенный эмоциональный настрой у населения.

Наиболее ярким примером воплощения указанной стратегии может послужить речь президента Украины, произнесенная по случаю Дня Соборности 22 января 2016 г. Данное выступление, оформленное в канонах торжественной риторики, демонстрирует использование комплекса речевых тактик, направленных на достижение коммуникативной цели.

**Тактика единения** обусловлена задачей объединить, сплотить аудиторию как народ. На лексическом уровне это выражается, прежде всего, в выборе ключевых слов. В указанной речи президента Украины таким ключевым словом – концептом стала лексема *соборность*. Например:

*Дорогие соотечественники!*

*Поздравляю вас с **Днем Соборности**, с, возможно, одним из самых важных праздников для нас сейчас.*

*Соборность* – это неделимое целое из всех украинских земель, которые когда-то принадлежали к разным империям, а теперь объединены в независимое европейское Украинское государство.

*Соборность* – это большая крепкая семья для всех граждан Украины (URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-z-nagodi-dnya-sobornosti-ukra-36643>).

*Соборность*, согласно словарю С. И. Ожегова, понимается как духовная общность многих совместно живущих людей. Идея о духовной общности украинцев в тексте П. А. Порошенко репрезентируется, во-первых, в виде базовой лексемы, которая употребляется президентом 7 раз, а также при помощи лексико–семантических вариантов концепта *соборность*: *единство, консолидация, мы, вместе, общий, одна земля*. Кроме того, для реализации в тексте обращения идеи соборности наблюдается использование П. А. Порошенко *тактики интерпретации*, направленной на разъяснение того содержания, которое президент вкладывает в понятие соборности, а, следовательно, и на формирование у аудитории таких же представлений. Языковым воплощением данной тактики становится употребление распространенных биноминативных предложений, демонстрирующих, что под соборностью в интерпретации президента Украины следует понимать:

- *неделимое целое из всех украинских земель;*
- *большая крепкая семья для всех граждан Украины;*
- *унитарное устройство государства;*
- *когда ... правые и левые, консерваторы и либералы, космополиты и националисты ... становятся бок о бок ради Украины.*

Как видно, в речи П. А. Порошенко аудитории предлагается такое содержание концепта *соборность*, при котором в него включается не только духовное единение, но и государственная неделимость. В первом случае характерна метафорическая интерпретация: духовная общность передается через образ *крепкой семьи* и граждан, стоящих *бок о бок*. Во втором случае наблюдается прямая интерпретация: унитарное государство и целостность зе-

мель. Кроме того, в выступлении П. А. Порошенко позиционирует День Соборности как *возможно, один из самых важных праздников для нас сейчас*, подчеркивая таким образом первостепенность данной идеи для слушающих.

Коммуникативная тактика единения усиливается в речи П. А. Порошенко *тактикой обращения к эмоциям адресата*, что согласовывается с выбранной стратегией. На лексическом уровне это проявляется в отборе слов, имеющих соответствующую функционально-стилевую окраску: слова *соборность, единение* имеют в словаре С. И. Ожегова помету *высокое*; слов с оценочной и эмотивной коннотацией: *крепкая (семья), патриотизм, радоваться и скорбеть (вместе радуемся и скорбим), любить, Родина, колоссальный (колоссальные испытания), праздник, хорошо, слава* и др.

На синтаксическом уровне и тактика единения, и тактика обращения к эмоциям адресата, репрезентируется в выступлении П. А. Порошенко богатым набором приемов и средств. Отметим многократное использование синтаксического параллелизма, как, например, на следующем участке высказывания:

*Мы говорим на украинском, русском, крымскотатарском и других языках, но консолидирует нас единственный государственный, – украинский. Мы ходим в разные церкви, но Бог у нас один. И земля наша одна на всех* (URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennyya-prezidenta-ukrayiniz-nagodi-dnya-sobornosti-ukra-36643>).

В данном случае сложносочиненные предложения с противительным союзом *но* передают смысл возмещения существующих различий внутри нации (разные языки, разные религии) теми общими признаками, которые объединяют народ (единственный государственный язык, один Бог). Параллелизм конструкций усиливает смысловую значимость и эмоциональность сказанного. Фразовое ударение падает в последнем предложении данной части текста на слова *одна на всех*, подводящие итог мысли.

Сложное, выразительное сочетание синтаксических конструкций и стилистических приемов, «работающих» на акцентирование идеи соборности

и формирование эмоционального настроения аудитории, можно наблюдать в нижеследующем примере:

*У нас – общее прошлое, и проблемы – одинаковые. И мы вместе радуемся, и вместе скорбим. У нас общий враг, и цель – общая. Любим свою Родину и свое будущее видим только вместе* (URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennyya-prezidenta-ukrayini-z-nagodidnya-sobornosti-ukra-36643>).

Во-первых, на данном отрезке выступления наблюдается дистантный синтаксический параллелизм, т. е. конструкции одинаковой синтаксической структуры, разделенные другим участком текста: *У нас – общее прошлое, и проблемы – одинаковые* и *У нас общий враг, и цель – общая*. Дистантное расположение структур усиливает и логические, и эмоциональные акценты по ходу текста, дополняемые анафорой.

Во-вторых, отмечается контактный параллелизм, в пределах одного предложения, также в сочетании с лексической анафорой: *И мы вместе радуемся, и вместе скорбим*.

В-третьих, создает сильное эмоциональное впечатление от текста и способствует формированию смысловых акцентов многократно примененный на небольшом участке выступления прием хиазма, т. е. повтор двух компонентов с инверсией по схеме «ab-ba»: *У нас – общее прошлое, и проблемы – одинаковые. И мы вместе радуемся, и вместе скорбим. У нас общий враг, и цель – общая. Любим свою Родину и свое будущее видим только вместе*.

В-четвертых, необходимо отметить интонационную выразительность в рассматриваемом примере, которая достигается особой паузацией, на письме отраженной постановкой тире. Паузы предваряют наиболее важные участки высказывания.

Кроме того, для достижения поставленной коммуникативной цели указанные тактики репрезентируются в выступлении П. А. Порошенко при помощи бессоюзия и парцелляции.

*Только сильное национальное войско может быть гарантом **соборности, независимости, целостности**. Теперь у нас есть именно такая армия, которой гордятся соотечественники и которую уважает даже враг... **Уважает, потому что боится*** (URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennyya-prezidenta-ukrayini-z-nagodidnya-sobornosti-ukra-36643>).

Сущность приема бессоюзия заключается в опущении союзов для нагнетания экспрессии, динамизма, насыщенности. В данном случае в качестве однородных членов выступают наиболее важные в контексте обращения смысловые акценты: *соборность, независимость, целостность*. Парцелляция служит той же цели, и парцеллятом в данном отрывке является дополнительное разъяснение, уточнение к базовой части, причем с повторением ключевого слова: *Уважает, потому что боится*.

В нижеследующем примере синтаксический параллелизм сопровождается приемами повтора и антитезы. С одной стороны, подчеркивается единство объекта рассмотрения, с другой, адресатам предлагается ощутить контраст между тем, что было в стране и что стало. Комплексное использование стилистических фигур приносит необходимый экспрессивный эффект:

*В прошлом январе еще стоял вопрос: **как выжить**. Теперь стоит вопрос: **как стать успешной страной*** (URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennyya-prezidenta-ukrayini-z-nagodidnya-sobornosti-ukra-36643>).

Прием градации также является способом реализации рассматриваемых коммуникативных тактик, используемых П. А. Порошенко для проведения стратегии формирования эмоционального настроения адресата:

*Всех, кто укрепляет страну в тылу, кто просто любит свою Украину, я призываю к **единству, единству и еще раз единству!***

*И с тех пор каждый день конкретными делами говорим **решительное, громкое и многомиллионное «да» соборной, свободной, неделимой Ук-***

*раине* (URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-z-nagodi-dnya-sobornosti-ukra-36643>).

Прибегает П. А. Порошенко и к такому риторическому приему, как цитирование: «*Существование нации – это ежедневный **плебисцит***», – говорил известный французский философ Эрнест Ренан. И мы, украинцы, почти двадцать пять лет назад именно *на референдуме поддержали восстановление **независимости*** (URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-z-nagodi-dnya-sobornosti-ukra-36643>).

Поскольку плебисцитом называют референдум по вопросам, имеющим судьбоносный характер для нации, то употребление цитаты в данном контексте призвано усилить мысль о том, что независимость страны – это всенародное решение, принятое сообща, что соответствует идее соборности.

Способствует формированию чувства единства и возвышенного эмоционального настроения и риторическое обращение *Дорогие соотечественники!*, повторенное во время выступления 3 раза, и риторические восклицания, например такое, какое завершает выступление: *Слава Украине, соборной, единой, неделимой Украине!*

Помимо рассмотренных выше, в рамках стратегии формирования эмоционального настроения адресата П. А. Порошенко прибегает и к *тактике учета ценностных ориентиров адресата*, заключающейся в апелляции к ценностной системе, существующей в данном обществе. Судя по речи президента, главными государственными ценностями для украинского народа сегодня являются патриотизм и целостность страны:

*Мы все как один прикипаем к экранам, когда играет наша сборная по футболу. Никогда не забуду того всплеска украинского патриотизма, который – я видел собственными глазами – демонстрировал сине-желтый Донецк во время Евро-2012* (URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-z-nagodi-dnya-sobornosti-ukra-36643>).

П. А. Порошенко апеллирует к ситуации, в которой всю страну охватило чувство патриотизма и вводит в текст «мы–инклюзивное» для усиления

чувства общности. Кроме того, президент перечисляет в тексте и другие исторические события – как говорится в речи, события *Украинской революции 1917-21 годов*, – которые призваны вызвать чувство патриотизма и гордости: *времена, когда украинский народ поставил на повестку дня свое право на независимую жизнь; когда мы определили свое место на политической карте Европы; когда возникла Центральная Рада, появились Гетманат и Директория; когда была провозглашена независимая Украинская Народная Республика и заключен Акт воссоединения.*

Экспликация ценностной системы осуществляется через использование словосочетаний существительных с прилагательными, в которых основной смысловой акцент сделан на прилагательном. Атрибутивное поле в речи президента представлено сочетаниями: *сине–желтый Донецк; независимая жизнь; независимая Украинская Народная Республика; свое место на политической карте Европы; соборная, единая, неделимая Украина; неделимое целое.*

Отметим, что тактика учета ценностных ориентиров адресата в выступлении президента сочетается с ***тактикой указания на перспективу***, которая направлена на то, чтобы выражать стратегические цели, позиции и намерения говорящего. В соответствии с выбранной коммуникативной стратегией указание на перспективу в данном случае является не аргументированным, а декларативным, с сильным эмоциональным посылом:

*Эти цвета вместе с трезубом вернутся на свое законное и естественное место в Донецке и Луганске, в Симферополе и Севастополе.*

...

*В этом году реформы начнут приносить результаты.*

*Все у нас получится. И все будет хорошо. Я всех вас еще раз поздравляю с праздником*

(URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-z-nagodi-dnya-sobornosti-ukra-36643>).

Для усиления убеждающего и эмоционального воздействия политик использует прилагательные, наречия, существительные и глаголы в будущем времени с положительным созидательным значением, выделенные в примере.

**Тактика иллюстрирования**, также применяемая П. А. Порошенко, проявляется в использовании фактов и примеров, в данном случае в приведении примера из истории Украины, когда была *потеряна независимость* – одна из главных ценностей, к которым апеллирует президент:

*Тогда ненависть к Украине оказалась общим знаменателем как для красной, так и для белой России. А вот нехватка нашего внутреннего единства перед московской угрозой обернулась потерей независимости* (URL: <http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennyya-prezidenta-ukrayini-z-nagodidnya-sobornosti-ukra-36643>).

В риторике иллюстрация считается одним из средств воздействия: в данном случае пример из истории призван вызвать чувство патриотизма и сформировать настроенность общества на борьбу за государственные ценности.

Дальнейшее развитие речи **П. А. Порошенко** основано на применении **тактики обещания**, которая также в рамках выбранной стратегии лишена конкретики, но наполнена экспрессивным содержанием:

*Как Президент не допущу повторения ошибок прошлого.*

В следующем примере обещание выражено имплицитно, облечено в форму намерения, однако в сочетании с тактикой учета ценностных ориентиров адресата соответствует целям стратегии. Подразумеваемое обещание вернуть Крым и Донбасс призвано воодушевить патриотически настроенную аудиторию:

*Такие сложнейшие задачи, как возвращение Украины на Донбасс и деокупация Крыма, планирую решать в первую очередь политико-дипломатическим и международно-правовым путем, укрепляя одновременно обороноспособность государства и наши Вооруженные Силы*(URL:

<http://www.president.gov.ua/ru/news/zvernennyya-prezidenta-ukrayini-z-nagodiny-sobornosti-ukra-36643>).

В заключение необходимо сказать, что стратегия формирования эмоционального настроя адресата является одной из ведущих для П. А. Порошенко и характеризуется по сравнению с остальными стратегиями более богатым набором тактик и значительно более широким арсеналом используемых языковых средств. В качестве реализаторов стратегии формирования эмоционального настроя адресата в речи политика выступают: тактика единения, обусловленная задачей объединить, сплотить аудиторию как народ; тактика интерпретации, направленная на разъяснение ключевых национальных идей; тактика обращения к эмоциям адресата, непосредственно формирующая необходимый настрой; тактика учета ценностных ориентиров адресата, заключающаяся в апелляции к ценностям общества; тактика указания на перспективу, тактика иллюстрирования, тактика обещания, выполняющие в рамках данной стратегии вспомогательные функции. Лексический уровень репрезентации указанных тактик характеризуется употреблением ключевого слова – концепта *соборность* и его лексико-семантических вариантов, использованием слов высокого стиля и соответствующей оценочной и эмотивной окраски, употреблением метафоры. Синтаксический уровень репрезентации отличается сложным и выразительным сочетанием разнообразных конструкций и стилистических фигур: дистантного и контактного параллелизма, анафоры, хиазма, парцелляции, антитезы, бессоюзия, градации, риторического восклицания, обращения. Используется прием цитации, а также паузация как средство экспрессии. Комплексное применение средств выразительности усиливает логические и эмоциональные акценты речи.

## **ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2**

Коммуникативная стратегия в исследовательской литературе определяется как комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуни-

кативной цели, формируемой в процессе речевой деятельности под воздействием мотива, который, в свою очередь, обусловлен соответствующей потребностью. Коммуникативные тактики – это конкретные речевые действия, способы реализации коммуникативной стратегии.

Доминантными для языковой личности П. А. Порошенко можно назвать три коммуникативные стратегии: стратегию дискредитации, стратегию самопрезентации и стратегию формирования эмоционального настроения адресата.

Коммуникативной целью политика в рамках стратегии дискредитации является представление в негативном свете политических оппонентов – как внутри страны, так и на международной арене. Стратегия дискредитации в речевом портрете П. А. Порошенко представлена тактикой прямого обвинения, тактикой непрямого обвинения, тактикой угрозы, манипулятивной тактикой, тактикой «анализ-минус». Для реализации указанных коммуникативных тактик президент Украины использует следующие языковые средства: лексику с оценочной и эмотивной коннотацией, в качестве косвенной номинации – политические пейоративы, ярлыки; параллельные конструкции, риторические вопросы как средства экспрессивного синтаксиса; стилистические приемы метафоры, сравнения, аллюзии, антитезы, гиперболы.

Коммуникативной целью, которую преследует П. А. Порошенко при использовании стратегии самопрезентации, является демонстрация каких-либо качеств для формирования определенного впечатления о нем самом или о стране в целом. В рамках данной стратегии П. А. Порошенко использует тактику отождествления, тактику солидаризации, тактику дистанцирования. Среди лингвистических средств, при помощи которых политиком реализуются тактики стратегии самопрезентации, можно отметить особую структурную, синтаксическую организацию текстов, риторические обращения и вопросы, повествование с использованием «мы-инклюзивного», введение «я-темы», приемы анафоры и парцелляции, гиперболу, метафору, соответствующую коммуникативным задачам лексику, фразовое ударение.

Стратегия формирования эмоционального настроения адресата является одной из ведущих для П. А. Порошенко и характеризуется по сравнению с остальными стратегиями более богатым набором тактик и значительно более широким арсеналом используемых языковых средств. В качестве реализаторов данной стратегии в речи политика выступают: тактика единения, тактика интерпретации, тактика обращения к эмоциям адресата, тактика учета ценностных ориентиров адресата, тактика указания на перспективу, тактика иллюстрирования, тактика обещания. Лексический уровень репрезентации указанных тактик характеризуется употреблением ключевого слова – концепта *соборность* и его лексико-семантических вариантов, использованием слов высокого стиля и соответствующей оценочной и эмотивной окраски, употреблением метафоры. Синтаксический уровень репрезентации отличается сложным и выразительным сочетанием разнообразных конструкций и стилистических фигур: дистантного и контактного параллелизма, анафоры, хиазма, парцелляции, антитезы, бессоюзия, градации, риторического восклицания, обращения. Используется прием цитации, а также паузация как средство экспрессии.

Комплексное применение средств выразительности в контексте стратегии формирования эмоционального настроения адресата усиливает логические и экспрессивные акценты в речи П. А. Порошенко.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Настоящее исследование было посвящено изучению речевого портрета политика П. А. Порошенко в лингвопрагматическом аспекте. В результате сделаны следующие выводы.

Термин «языковая личность» сегодня является одним из самых востребованных в лингвистических исследованиях и может быть обозначен как совокупность (и результат реализации) способностей индивида к созданию и восприятию речевых произведений (текстов), различающихся а) степенью структурно-языковой сложности, б) глубиной и точностью отражения действительности и в) определенной целевой направленностью. Структура языковой личности трехуровневая и включает вербально-семантический уровень, лингво-когнитивный (тезаурусный) и мотивационный (или прагматикон).

В современной лингвистике основные аспекты исследования языковой личности соотносятся с изучением ее структурных уровней, прежде всего, со вторым и третьим – это анализ отдельных концептов и выявление общей языковой картины мира языковой личности и анализ коммуникации, коммуникативных ситуаций, коммуникативных ролей, коммуникативных стратегий и тактик языковой личности.

Понятие речевого портрета имеет различные трактовки, в зависимости от целей и задач исследования, однако объект наблюдения при речевом портретировании остается неизменным – это языковая личность. В кругу смежных понятий речевой портрет трактуется как способ комплексного изучения индивидуальной или коллективной языковой личности.

Речевые портреты классифицируются: по типу объекта исследования (коллективный и индивидуальный, портрет реальной или вымышленной личности, релевантный или среднестатистический); по типу материала (основанный на изучении письменной или устной речи); в зависимости от пол-

ноты характеристики языковой личности (полные или неполные речевые портреты; уровневые; фрагментарные).

Речевое портретирование как метод отличается широкой вариативностью, поэтому единой модели составления речевого портрета не существует, она выбирается в соответствии с целями исследованиями.

Языковая личность политика может быть представлена как динамический феномен, который возможно описать с точки зрения моделей речевого поведения, способов речевого маневрирования, приемов достижения коммуникативной цели.

Таким образом, речевой портрет политика может быть создан в лингвопрагматическом аспекте, а именно: исследован коммуникативный уровень модели речевого портрета через описание коммуникативных стратегий и тактик.

Коммуникативная стратегия в исследовательской литературе определяется как комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели, формируемой в процессе речевой деятельности под воздействием мотива, который, в свою очередь, обусловлен соответствующей потребностью. Коммуникативные тактики – это конкретные речевые действия, способы реализации коммуникативной стратегии.

Доминантными в речевом портрете П. А. Порошенко можно назвать три коммуникативные стратегии: стратегию дискредитации, стратегию самопрезентации и стратегию формирования эмоционального настроения адресата.

Коммуникативной целью политика в рамках стратегии дискредитации является представление в негативном свете политических оппонентов – как внутри страны, так и на международной арене.

Стратегия дискредитации в речевом портрете П. А. Порошенко представлена тактикой прямого обвинения, тактикой непрямого обвинения, тактикой угрозы, манипулятивной тактикой, тактикой «анализ-минус».

Для реализации указанных коммуникативных тактик президент Украины использует следующие языковые средства: лексику с оценочной и эмо-

тивной коннотацией, в качестве косвенной номинации - политические пейоративы, ярлыки; параллельные конструкции, риторические вопросы как средства экспрессивного синтаксиса; стилистические приемы метафоры, сравнения, аллюзии, антитезы, гиперболы.

Коммуникативной целью, которую преследует П. А. Порошенко при использовании стратегии самопрезентации, является демонстрация каких-либо качеств для формирования определенного впечатления о нем самом или о стране в целом.

В рамках данной стратегии П. А. Порошенко использует тактику отождествления, тактику солидаризации, тактику дистанцирования.

Среди лингвистических средств, при помощи которых политиком реализуются тактики стратегии самопрезентации, можно отметить особую структурную, синтаксическую организацию текстов, риторические обращения и вопросы, повествование с использованием «мы-инклюзивного», введение «я-темы», приемы анафоры и парцелляции, гиперболу, метафору, соответствующую коммуникативным задачам лексику, фразовое ударение.

Стратегия формирования эмоционального настроения адресата является одной из ведущих для П. А. Порошенко и характеризуется по сравнению с остальными стратегиями более богатым набором тактик и значительно более широким арсеналом используемых языковых средств.

В качестве реализаторов данной стратегии в речи политика выступают: тактика единения, тактика интерпретации, тактика обращения к эмоциям адресата, тактика учета ценностных ориентиров адресата, тактика указания на перспективу, тактика иллюстрирования, тактика обещания.

Лексический уровень репрезентации указанных тактик характеризуется употреблением ключевого слова – концепта *соборность* и его лексико-семантических вариантов, использованием слов высокого стиля и соответствующей оценочной и эмотивной окраски, употреблением метафоры.

Синтаксический уровень репрезентации отличается сложным и выразительным сочетанием разнообразных конструкций и стилистических фигур:

дистантного и контактного параллелизма, анафоры, хиазма, парцелляции, антитезы, бессоюзия, градации, риторического восклицания, обращения. Используются прием цитации, а также паузация как средство экспрессии.

Как было отмечено в первой главе нашей работы, создание полного речевого портрета языковой личности – это сложная, многоаспектная, объемная задача, поэтому настоящее исследование имеет перспективы: речевой портрет П. А. Порошенко может быть дополнен изучением других уровней языковой личности политика.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акаева Э. В. Коммуникативные стратегии профессионального медицинского дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Омск, 2007. 22 с.
2. Акопова Д. Р. Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2013. № 6 (1). С. 403 – 409.
3. Алексеева А.А. Политические портеты В.В. Путина и Д.А. Медведева (на материале современной прессы и ассоциативного эксперимента) // Политическая лингвистика. №3 (41), 2012. С. 64 – 80.
4. Андреева В. Ю. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.10. Курск, 2009. 22 с.
5. Асташова О.И. Речевой портрет политика как динамический феномен: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 2013. 23 с.
6. Бакумова Е.В. Ролевая структура политического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Волгоград, 2002. 21 с.
7. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Психология влияния: хрестоматия / сост. А. В. Морозов. СПб, 2001. С. 42 – 66.
8. Богин Г.И. Современная лингводидактика. Калинин, 1980. 61 с.
9. Борисова Е. Г. Управление вниманием и пониманием: предварительные действия говорящего // Материалы II Международной конференции по когнитивной науке 9-13 июня 2006 года. СПб., 2006. С. 218 – 219.
10. Борисова И. Н. Русский разговорный диалог: структура и динамика. М.: УРСС, 2005. 317 с.
11. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге // Русская разговорная речь как явление городской культуры. Екатеринбург, 1996. С. 21 – 18.

12. Варламова О.Н. Речевой портрет матери в лингвокультуре: к реализации научного проекта // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 4–3 (64). С. 184 – 188.
13. Власть в русской языковой и этнической картине мира / отв. ред. И.Е. Ким, Е.В. Осетрова. Москва: Знак, 2004. 408 с.
14. Гаврилова М.В. Когнитивные и риторические основы президентской речи: (на материале выступлений В.В. Путина и Б.Н. Ельцина). СПб.: Филологический фак. СПбГУ, 2004. 294 с.
15. Гулакова И. И. Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.01. Орел, 2004. 152 с.
16. Дейк ван Т. А. Язык, познание, коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
17. Дорожкина Т.Н. Речевой имидж политического лидера // Социальные исследования, 1997, № 8. С. 41 – 49.
18. Енина Л. В. Речевой портрет губернатора Э. Росселя: советская составляющая // Советское прошлое и культура настоящего: монография: в 2 т. / отв. ред. Н. А. Купина, О. А. Михайлова. Екатеринбург, 2009. Т. 2. С. 120 – 131.
19. Желтухина М. Р. Комическое в политическом дискурсе конца XX века. Русские и немецкие политики. Волгоград: ВФ МУПК, 2000. 264 с.
20. Иванцова Е. В. Проблемы формирования методологических основ персонологии // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 3. С. 27 – 43.
21. Иванцова Е.В. О термине «языковая личность»: истоки, проблемы, перспективы использования // Вестник Томского государственного университета. 2010. № 4 (12). С. 24 – 32.
22. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: УРСС, 2008. 284 с.

23. Иссерс О. С. Коммуникативный портрет языковой личности (на материале писем Сергея Довлатова) // Активные языковые процессы конца XX века: Тез. докл. междунар. конф.: IV Шмелевские чтения. М., 2000. С. 61 – 63.
24. Капанадзе Л.А. Грамматика гласности: Устная речь Михаила Горбачева // Капанадзе Л.А. Голоса и смыслы: избранные работы по русскому языку. М., 2005. С.329 – 332.
25. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Москва: Гнозис, 2004. 389 с.
26. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 2003. 261 с.
27. Караулов Ю.Н. Структура языковой личности и место литературы в языковом сознании // Русская литература в формировании современной языковой личности: мат-лы конгресса (Санкт-Петербург, 24–27.10.2007). В 2 ч. Ч. 1. СПб., 2007. С. 286 – 293.
28. Ким И.Е. Контроль и причастность в сфере человека и их отражение в языке // Проблемы исторического языкознания и ментальности: Сб. науч. статей / Краснояр. гос. ун-т. Красноярск, 1999. Вып. 3: Современное русское общественное сознание в зеркале вербализации. С. 68 – 82.
29. Кириллова Н. Н. Коммуникативные стратегии и тактики с позиций нравственных категорий // Вестник НГТУ. Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии. 2012. № 1. С. 26 – 33.
30. Китайгородская М.В., Розанова Н.Н. Русский речевой портрет: Фонохрестоматия. М.: Ирбис, 1995. 114 с.
31. Клюев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого общения. М.: Рипол Классик, 2002. 315 с.
32. Кочеткова Т. В. Языковая личность носителя элитарной речевой культуры: автореф. дисс. ... докт. филол. наук: 10.02.00. Саратов, 1999. 54 с.
33. Красных В. В. «Свой» среди «чужих»: миф или реальность? М.: Гнозис, 2003. 375 с.

34. Крысин Л. П. Современный русский интеллигент: попытка речевого портрета // Крысин Л.П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. М., 2004. С. 510 – 525.
35. Купина Н. А. Речевой портрет современного уральского политика // Политический дискурс в России: материалы 10 Всерос. юбил. семинара. М., 2007. 160 с.
36. Ланских А. В. Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 2008. 183 с.
37. Лейко И. М. Параметры описания речевого портрета языковой личности // Язык и социальная динамика: мат-лы всеросс. науч.-практ. конф. с междунар. участием / Сибир. аэрокосм. ун-т. Красноярск, 2012. С. 414 – 420.
38. Лютикова В. Д. Языковая личность: Идиолект и диалект: автореф. дис... докт филол. наук: 10.02.01. Екатеринбург, 2000. 42 с.
39. Мамаева С. В. Речевой портрет коллективной языковой личности школьников 5–7 классов: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Лесосибирск, 2007. 22 с.
40. Мамаева С. В. Речевой портрет [Электронный ресурс] // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): Словарь-справочник. Сибирский федеральный университет / Под редакцией А. П. Сковородникова. Красноярск, 2014. С. 542 – 543. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24549811> (дата обращения: 06.05.2016)
41. Милёхина Т.А. Речевой портрет бизнесмена // Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация. М., 2003. С. 515 – 526.
42. Милёхина Т. А. Речевой портрет одного из предпринимателей города Саратова // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. 2006. С. 166 – 178.
43. Михалева О. Л. Политический дискурс: способы реализации агональности // Построение гражданского общества: Материалы международно-

го гуманитарного конгресса. Ч. 3: Русский язык: его современное состояние и проблемы преподавания. Иркутск, 2002. С. 96 – 105.

44. Михальская А. К. Педагогическая риторика: история и теория М.: Академия, 1998. 432 с.

45. Мишланов В. А., Нецветаева Н. С. Коммуникативные стратегии и тактики в современном политическом дискурсе // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2009. Вып. 6. С. 5 – 13.

46. Николаева Т. М. «Социолингвистический портрет» и методы его описания // Русский язык и современность. Проблемы и перспективы развития русистики. Доклады Всесоюзной научной конференции. Часть 2. М., 1991. С. 73–75.

47. Ножкина Э.М. Интервью с М. Галкиным: (организация, словоупотребление, поведение) // Проблемы речевой коммуникации: Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. М.А. Кормилицыной, О.Б. Сиротининой. Саратов, 2006. С. 178 – 187.

48. Осетрова Е. В. Губернатор Красноярского края: наброски к речевому портрету // Российский лингвистический ежегодник. Красноярск, 2007. Вып. 2 (9). С. 124 – 138.

49. Осетрова Е. В. Манифестация факта в русском высказывании, или Событие выражения: монография / Сибирский федеральный университет. Красноярск, 2012. 275 с.

50. Осетрова Е. В. Речевой имидж: учеб. пособие. Красноярск: СФУ, 2012. 104 с.

51. Осетрова Е. В. Речевой имидж [Электронный ресурс] // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): Словарь-справочник. Сибирский федеральный университет / Под редакцией А. П. Сковородникова. Красноярск, 2014. С. 540 – 542. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24549810> (дата обращения: 06.05.2016)

52. Осетрова Е. В. Речевой портрет политического деятеля // Лингвистический ежегодник Сибири / Под ред. Т.М. Григорьевой. 1999. № 1. С. 58 – 66.
53. Панов М. В. История русского литературного произношения VIII–XIX вв. М.: Наука, 1990. 453 с.
54. Паршина О. Н. Российская политическая речь: Теория и практика. М.: УРСС, 2007. 227 с.
55. Переверзев Е.В., Кожемякин Е.А. Политический дискурс: многопараметральная модель // Вестник ВГУ. Сер.: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2008. № 2. С. 74 – 79.
56. Прохоров Ю.Е. Коммуникативное пространство речевой личности // Виноградовские чтения: когнитивные и культурологические подходы к языковой семантике. М., 1999. С. 40 – 45.
57. Рогова К. А. Языковая личность [Электронный ресурс] // Эффективное речевое общение (базовые компетенции): Словарь-справочник. Сибирский федеральный университет / Под редакцией А. П. Сковородникова. Красноярск, 2014. С. 794 – 795. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=24550227> (дата обращения: 06.05.2016)
58. Савин Г. А. Коммуникативные стратегии и тактики в речевом жанре современной православной проповеди: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. М., 2009. 188 с.
59. Самотик Л. Г. Словарь языка Александра Лебеда. Красноярск: Амальгама, 2004. 328 с.
60. Седов К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. М.: Лабиринт, 2004. 320 с.
61. Седов К. Ф. Структура устного дискурса и становление языковой личности: Грамматический и прагматический аспекты.: автореф. дис... докт филол. наук: 10.02.01, Саратов, 1998. 111 с.
62. Седов К. Ф. К основаниям лингвистики индивидуальных различий (о принципах речевого портретирования) // Проблемы речевой коммуникации:

Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. М. А. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. Саратов, 2007. Вып. 7. С. 6 – 29.

63. Сковородников А. П. О необходимости разграничения понятий «риторический прием», «стилистическая фигура», «речевая тактика», «речевой жанр» в практике терминологической лексикографии // Риторика. Лингвистика. Вып. 5: сб. Статей. Смоленск, 2004. С. 5 – 15.

64. Тарасенко Т. П. Языковая личность старшеклассника в аспекте ее речевых реализаций (на материале данных ассоциативного эксперимента и социолекта школьников Краснодара): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Краснодар, 2007. 25 с.

65. Тютюнова О. Н. Коммуникативные стратегии и тактики судебного дискурса: на материале немецких и русских телевизионных передач: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Волгоград, 2008. 22 с.

66. Филинский А.А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999 – 2000 г.г.: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19. Тверь, 2002. 23 с.

67. Фролова Е. В. Коммуникативные стратегии формирования имиджа регионального лидера в электронных СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01. Омск, 2007. 24 с.

68. Черницына Т. В. Коммуникативные стратегии похвалы и порицания в прозе В. М. Шукшина. Волгоград: ВолгГТУ, 2015. 114 с.

69. Черняк В.Д. Речевой портрет носителя просторечия // Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация. М., 2003. С. 497 – 514.

70. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. М.: Флинта, 2006. 254 с.

71. Шарифуллин Б. Я. Речевой портрет современного студента: первое приближение // Лингвистический ежегодник Сибири / Под ред. Т. М. Григорьевой; Краснояр. гос. ун-т. Красноярск, 2005. Вып. 7. С. 108 – 114.

72. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. Волгоград: Перемена, 2000. 367 с.

73. Шмелева Е. Я. Речевой портрет «нового русского» как героя анекдота и литературного персонажа // Современный русский язык: Социальная и функциональная дифференциация. М., 2003. С. 527 – 534.

74. Шмелева Т. В. Субъективные аспекты русского высказывания: дис. в виде науч. докл. ... докт. филол. наук: 10.02.01. Москва, 1995. 35 с.