

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА 1. ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС	10
1.1. Язык и политика.....	10
1.2. Массовая информация.....	18
1.3. Воздействующая функция языка СМИ.....	24
ГЛАВА 2. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В СФЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ	27
2.1. Технология формирования и поддержания имиджа официального представителя власти М. Захаровой.....	27
2.2. Языковое поведение Марии Захаровой	39
2.3. Невербальные особенности и приёмы реализации функции воздействия	52
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	61
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	63
ПРИЛОЖЕНИЕ.....	76

ВВЕДЕНИЕ

В современной лингвистике возрастает интерес к проблемам прагматики текста, изучению функций языковых средств в рамках современного политического дискурса. Это обуславливается повышенным вниманием общества к происходящим политическим событиям и процессам. Речь политических деятелей формирует точку зрения массовой аудитории на ту или иную проблему. Адресант ставит перед собой цель моделировать мировоззрение слушающих и воздействовать на аудиторию при помощи различных языковых средств. Изучение речи политических деятелей позволяет обнаружить особенности, которые характерны для дискурса политической культуры, а также соотнести её с актуальной политической картиной для определения истинных целей, преследуемых политиком. Для этого необходимо выявить и проанализировать языковые средства воздействия, которые помогают применять стратегии и методы привлечения внимания к политической проблеме и формировать доверие аудитории к выступающему.

Проблемы политического дискурса получили основательное научное осмысление, известны работы Н.Д. Арутюновой, А.Б. Бушева, С.Е. Кунцевич, И.Ю. Логиновой, Е.К. Павловой, Г.Г. Почепцова¹ и других

¹ Арутюнова, Н.Д. Дискурс [Текст] / Н.Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энцикл., 1990. – С. 136-137.

Баранов, А.Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): дис. ... д-ра филол. наук [Текст] / А.Н. Баранов. – М.: 1990 – С. 48.

Бушев, А.Б. Автоматизации политического дискурса [Текст] / А.Б. Бушев // Политический дискурс [Электронный ресурс] – 2002. – Режим доступа: http://center.fio.ru/method/resources/filippovma//english/pedsovet2002/avtom_diskyrs.doc. – Дата обращения: 10.10.2017.

Кунцевич, С.Е. Психологические аспекты политического дискурса [Текст] / С.Е. Кунцевич // Вестник Минского гос. лингвист. ун-та. Сер. 1, Филология. – 2005. – № 4 (20). – С. 37-50.

Логинова, И.Ю. Персуазивность как механизм воздействия в политическом дискурсе: программа политической партии и манифест [Текст] / И.Ю. Логинова // Интерпретация. Понимание. Перевод: сб. науч. ст. / Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов; отв. ред. В.Е. Чернявская. – СПб., 2005. – С. 240-248.

ученых. Так, Н.Д. Арутюнова, освещая проблемы дискурса в современном языкознании, отмечает необходимость учета культурологических, социальных и прагматических факторов. В работах ученого подчеркнуты специфичная структура и функции дискурса, которые отсутствуют в тексте [Арутюнова 1990: 136-137]. А.Б. Бушев и С.Е. Кунцевич рассматривают проблематику политического дискурса и политической коммуникации. Политический дискурс отличается от других видов дискурса социально-деятельностной ориентацией и спецификой процессов, протекающих в политической сфере [Бушев 2002; Кунцевич 2005: 40]. А.Н. Баранов считает, что интерес к изучению политических текстов объясняется проблемами изучения политического мышления, необходимостью осмысления политических текстов и текстов СМИ для анализа различных процессов, протекающих в обществе. Автором отмечаются попытки предотвращения манипуляций общественным сознанием при помощи политической коммуникации [Баранов 2001: 245].

В лингвистической литературе мы не находим общепринятого определения языка политики, например, Е.И. Шейгал и А.Н. Баранов рассуждают о политическом дискурсе, Т.В. Юдина пишет об общественно-политической речи, А.П. Чудинов использует понятие агитационно-политическая речь, П.Н. Денисов оперирует термином язык общественной мысли, О.И. Воробьева в своих рассуждениях опирается на термин политический язык. И.Ю. Логинова рассматривает политическую персуазивность и способы осуществления речевого убеждения.

Женский политический дискурс стал предметом научного изучения недавно. Исследователи А.П. Чудинов, И.С. Чудинова, О.А. Стрелкова,

Павлова, Е.К. Лексические проблемы глобального политического дискурса [Текст] / Е.К. Павлова // Вестник Московского ун-та. Сер. 19, Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2005. - № 2 – С. 98-112.

Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века [Текст] / Г.Г. Почепцов. – М.: «Рефл-бук», Калининград: «Ваклер», 2000. – 352 с.

Почепцов Г.Г. Теория коммуникации [Текст] / Г.Г. Почепцов. – М.: Ваклер, 2003. – 277 с.

Н.А. Завьялова, Н.А. Синеокая и другие предпринимают попытки описать черты мужской политической речи, рассматривают жанровые и речевые особенности женской политической речи.

В магистерской диссертации мы использовали иностранные источники². Ученые Martel, Thompson, Walker, Winter, VanDijk, Howe, Strauss в своих работах уделяют внимание повышению роли устных форм политической коммуникации, предпринимают попытки определить тенденции развития политического дискурса, как части существующих общественных отношений и факторе формирования данных отношений. Отмечены тенденции к смягчению женского стиля в политике, так как женщине стало легче вступить в политическую сферу жизни.

При анализе публичной речи следует учитывать определенные компоненты, которые влияют на восприятие информации. К таким компонентам можно отнести индивидуальные и культурные особенности говорящего, пол, возраст, политическую идеологию, проблематику описываемого события, а также политический фон и условия коммуникации. Степень научного осмысления проблемы политической коммуникации

²Martel M. Political campaign debates. – New-York. London: Longman, 1983. – 62-67 p.

Thompson W.N. Modern argumentation and debate: principle and practices. – New York: Harper and Row, 1971. – 255 p.

Van Dijk T.A. What is political discourse analysis? // Political linguistics / Ed. Jan Blommaert, Chris Bulcaen. Amsterdam, 1998. – 354 p.

Van Dijk, T.A. Ideology. A multidisciplinary study. London, 1998. – 236 p.

Walker S.G. The motivational foundations of political belief systems: a re-analysis of the operational code construct//International Studies Quarterly. 1983. Vol.27. – 180 p.

Winter D.G., Stewart A.J. Content analysis as a technique for assessing political leaders // A psychological examination of political leaders. New York, 1977. – 202 p.

Günthner S. Gattungen in der sozialen Praxis. Die Analyse kommunikativer Gattungen als Textsorten mündlicher Kommunikation // Deutsche Sprache. 1995. № 25/1. – P. 193-218.

Howe N., Strauss W. The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. – New York: Broadway Books, 1997.

Lacoff R. Language and Woman's Place. – New York: Harper and Row, 1975. – 269 p.

Oppermann K., Weber E. Frauensprache Mannersprache – Die verschiedenen Kommunikationsstile von Männern und Frauen. – Zurich: Orell Fussli, 1995. – 197 p.

West C., Zimmerman D. H. Small Insults: A Study of Interruptions in Conversations Between Unacquainted Persons // Language, Gender and Society. – Rowley: Newbury House, 1983. – P. 102-117.

позволяет сформулировать **актуальность** настоящего исследования, которая состоит в том, чтобы определить языковое и неязыковое поведение политика, позволяющее достичь положительных результатов в рамках политического дискурса.

В качестве **объекта** магистерской диссертации были привлечены тексты выступлений дипломата М. Захаровой. **Предметом** магистерской диссертации стал речевой воздействующий потенциал политических выступлений М. Захаровой.

Цель магистерской диссертации состоит в том, чтобы выявить лингвистические особенности политических сообщений М. Захаровой и определить характерные (языковые и внеязыковые) черты выступлений, свидетельствующие о высокой результативной деятельности официального представителя Министерства иностранных дел РФ.

Цель магистерской диссертации предполагает решение ряда **задач**:

- 1) рассмотрев различные научные подходы к определению политического дискурса в современной науке, определить основные признаки политического дискурса;
- 2) отметить лингвистические особенности политического дискурса;
- 3) проанализировать язык выступлений М. Захаровой;
- 4) описать черты имиджа М. Захаровой;
- 5) определить причины успешности и высокой результативности политических выступлений М. Захаровой.

Методы исследования. В диссертации использовались общетеоретические методы анализа и синтеза, обобщения; также методы наблюдения и сопоставительного анализа, в качестве основного метода в исследовании используется метод лингвистического описания.

Эмпирической базой для исследования послужили:

- фундаментальные работы Н.Д. Арутюновой «Предложение и его смысл: Логико-семантические проблемы» (М., 1976), М.М. Бахтина «Эстетика словесного творчества» (М., 1979), Ю.М. Лотмана «Внутри

мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история» (М., 1966), Г.Г. Почепцова «Теория коммуникации» (М., 2003) и др.;

– официальный и личный сайты М. Захаровой: <http://mariya-zaharova.ru>;

– выступления в период с 2016 по 2018 годы: сообщение о гибели российского посла в Турции от 19 декабря 2016 г., выступление для телеканала RussiaToday по вопросу введения новых санкций против РФ от 28 декабря 2016 г., отрывок из еженедельного брифинга от 16 марта 2018 г., фрагмент текста из брифинга от 28 декабря 2017 г., фрагмент текста из брифинга от 2 марта 2018 г., отрывок брифинга от 29 сентября 2016 г., выступление в прямом эфире на телепередачи «Воскресный вечер» с Владимиром Соловьевым от 3 сентября 2017 г.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Дипломатический дискурс представляет собой особую форму коммуникации. Изучение дипломатического дискурса (на материале выступлений М. Захаровой) позволяет понять, как цели и задачи внешней политики РФ воплощаются при помощи политической коммуникации и формируют образ страны в общественном сознании. Средства массовой информации в лице М. Захаровой выступают главным посредником между собственно политической информацией и массовой аудиторией; создают общий информационно-языковой (политический, экономический, военный, социальный и культурный) образ России в мировом масштабе.

2. Имидж как многокомпонентное явление играет важную роль в карьере представителя власти. Имидж формируется в соответствии с целевой установкой деятельности политика, при этом учитываются его индивидуальные черты, принимается во внимание особенности аудитории, на которую направлено воздействие политика.

3. М. Захарова владеет всеми приёмами политического дискурса, искусно использует в своей речи различные средства выразительности и воздействия. Это позволяет ей не только выражать официальную позицию РФ, привлекать внимание к тем или иным политическим проблемам, давать

прямую или образную оценку событиям, но и оказывать воздействие на слушателя. Паралингвистические средства поддерживают общий образ официального представителя МИД РФ и помогают добиваться доверия и уважения у аудитории разных стран.

Новизна исследования состоит в том, что впервые предметом научного рассмотрения стали выступления М. Захаровой, проанализированные с точки зрения воздействующего влияния на массовую аудиторию.

Теоретическая значимость магистерской диссертации определена тем, что в научной работе обобщены механизмы языковой организации политического дискурса, на материале выступлений политического представителя МИД РФ проведен лингвистический анализ текстов политического дискурса.

Практическая значимость магистерской диссертации состоит в том, что материалы и результаты исследования могут быть использованы при разработке теоретических курсов по риторике, социолингвистике, журналистики, а также в практике построения публичных выступлений и проведения анализа спорных текстов.

В структурном отношении магистерская диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложения.

Во введении обоснованы актуальность исследования, ее научная и практическая значимость, показана степень научной разработанности проблемы, сформулированы объект и предмет исследования, цель и задачи работы, описана методология, обозначена новизна исследования.

Первая глава магистерской диссертации отражает теоретическую базу работы, в этой части анализируются основные взгляды ученых, которые занимались решением проблем политического дискурса, определением понятий «политический дискурс», «язык и политика».

Вторая глава представляет собой практическое исследование, в ходе которого показаны языковые и неязыковые особенности и приёмы реализации функции воздействия в речи официальных представителей

власти; определены риторические особенности и приёмы аргументации, убеждения и воздействия, к которым прибегают представитель МИД РФ М. Захарова.

В заключении подводятся итоги исследования.

Библиографический список составляет 138 наименований.

В приложение включены тексты выступлений М. Захаровой.

Апробация научной работы. Результаты проведённого исследования были обсуждены на конференциях «Студенческие Дни науки в ТГУ» (г. Тольятти, 10-15 апреля 2017 г., 3-4 апреля 2018 г.).

Основные положения магистерской диссертации нашли своё отражение в научных статьях:

1. Дьяконова, Е.В. Средства эмоциональной выразительности в выступлениях М. Захаровой [Текст] / Е.В. Дьяконова // Студенческие Дни науки в ТГУ: сборник студенческих работ по материалам Научно-практической конференции 3-29 апреля 2017 г. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2017. – С. 342-343.

2. Дьяконова, Е.В. Имидж дипломата М. Захаровой [Текст] / Е.В. Дьяконова // Actual problems of communication: theory and practice [Актуальные проблемы коммуникации: теория и практика: сборник статей. Выпуск 1] – LosGatos, USA, 2018. – С. 5-6. – Режим доступа: <http://scipress.ru/books/actual-problems-of-communication-theory-and-practice-/aktualnye-problemy-kommunikatsii-teoriya-i-praktika.html>

За период прохождения производственных практик (2017-2018 гг.) по заказу правоохранительных органов было выполнено пять исследований спорных текстов на предмет выявления в них признаков экстремизма, вражды и национальной розни. Работа над магистерской диссертацией, исследования языковых средств и приемов воздействия позволили применить полученные знания в практике экспертной деятельности.

ГЛАВА 1. ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

1.1. Язык и политика

В современном языкознании информационная картина мира стала актуальной темой для многих исследований. В целом проблема определения, описания и структурирования картины мира поднималась в работах ученых В. Фон Гумбольдта, Р.И. Павлениса, Е.С. Кубряковой, Ю.Д. Апресяна, В.Н. Манакина, В. А. Пищальниковой, З.Д. Поповой, И.А. Стернина и др. Интерес к изучению данной проблемы объясняется важной ролью понятия языковой картины мира в когнитивной лингвистике: взаимоотношения языка и мира, языка и мышления, человека и мира.

Языковая картина мира определяется как исторически сложившаяся совокупность представлений о мире, отраженных в значении разных слов и выражений языка. Данная совокупность складывается в единую систему взглядов, которая является общей и обязательной для всех носителей языка, так как формирующие картину мира представления неявно включены в значения слов [Зализняк 2005: 46].

Следует отличать научную (концептуальную) картину мира от языковой (наивной) картины мира. Научные определения и языковые толкования часто не совпадают по объему и содержанию, концептуальная картина мира меняется одновременно с научным и социальным прогрессом, языковая же картина мира может долго сохранять пережиточные представления людей о реальности [Апресян 2006: 357].

Е.С. Кубрякова говорит о языковой картине мира как о структуре знаний о мире, подчеркивая когнитивный характер данного понятия [Кубрякова 2000: 336-337]. Языковая картина мира – это не отображение реальности, а интерпретация человеком окружающего его мира. «Язык – отнюдь не простое зеркало мира, а потому фиксирует не только воспринятое, но и осмысленное, осознанное, интерпретированное человеком» [Кубрякова 2000: 95].

В условиях развития современного общества информация занимает основное место в нашей реальности. Отсюда вытекает, что информационная картина мира является социокультурной реальностью, так как информатизация затрагивает социальную деятельность человека, находит отражение в представлениях и знаниях человека. Одной из её форм выступает политическая деятельность [Каменская 1990: 64].

В настоящее время в условиях информационной войны, противоборства в информационном пространстве с целью достижения информационного, психологического и идеологического превосходства в политических, социальных и других сферах общества, информация и информационное воздействие стали играть определяющую роль в политической жизни стран [Манойло 2003: 164].

Политическая картина мира является одним из способов отображения политической реальности. Это субъективная картина мира, в которую включен сам субъект, его действия, знания, состояние и сознание этого субъекта. Политическое сознание граждан формируется властью, государством и его институтами [Гозман, Шестопап 1996: 128].

Каждому человеку необходимо обладать определенным набором знаний и представлений о политике для адекватного восприятия протекающих политических процессов. Эти знания и представления определяют его политическое поведение, которое под воздействием социо-политических факторов, таких как внешняя среда, потребности индивида или общества, социальные роли, стиль коммуникации, сами действия и поступки, представляет собой политический менталитет [Шестопап 2000: 130], т. е. политический менталитет – это способ восприятия и интерпретации политической действительности человеком или какой-либо группой.

Политические объекты, обладающие политическим менталитетом, играют основную роль в расстановке политических сил, поэтому в политической деятельности стало значимым управлять массами, т. е. манипулировать их политическим сознанием.

По определению Е.Л. Доценко, манипуляция – психологическое воздействие, при умелом исполнении которого, у человека появляются намерения, которые не совпадают с его актуально существующими запросами [Доценко 2003: 59]. Особенностью политической манипуляции является то, что помимо скрытности воздействия, само воздействие обезличено и рассчитано на широкие массы.

Главным источником политической информации являются средства массовой информации. СМИ оказывает влияние на мышление, мнение, степень осведомленности индивидуумов, при этом создавая ощущение соучастия. В итоге, основа поведения в обществе зиждется на оценке реальности, данной СМИ, которые используют метод убеждения [Андреев 2002: 123].

В результате манипуляций СМИ в сознании масс возникают стереотипы мышления. Стереотипы позволяют исказить реальность, открывая возможности для реконструирования реальности, для внедрения той или иной «выгодной» или «удобной» реальности в сознание масс [Цуладзе 1999: 98].

Не меньшее значение имеет имидж субъекта политики, политического деятеля. По мнению С. Пшизовой, создаваемый образ подменяет реального человека и отвечает требованиям, необходимым для выполнения тех или иных политических и властных функций, в том числе и функции манипулирования и воздействия [Пшизова 2000: 123].

Таким образом, составляющими политической реальности являются:

- субъекты и объекты политической деятельности;
- политическое сознание и поведение;
- политический менталитет;
- манипуляция сознанием и воздействие СМИ;
- стереотипы мышления;
- имидж политических субъектов.

Описанные выше явления не существуют сами по себе, так как они являются частью коммуникации, они существуют в рамках политического дискурса. Для понимания термина *политический дискурс*, необходимо рассмотреть понятие *дискурс*.

В отечественной лингвистике отсутствует единое определение понятие дискурс в связи с принадлежностью данного термина к нескольким гуманитарным наукам. В лингвистическом энциклопедическом словаре дается следующее определение понятию дискурс:

«Дискурс (от франц. *discours* – речь) – связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, «погружённая в жизнь». Поэтому термин «дискурс», в отличие от термина «текст», не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» [Арутюнова 1990: 136-137].

Исходя из определения, логичным является выделение различных типов дискурса: бытовой, юридический, педагогический, деловой, политический и др. Проблемой типологии дискурса занимались многие ученые, например, Л. Филлипс, М. Йоргенсен, Н. Фэркло [VanDijk 1998: 122-123].

В нашем исследовании мы рассмотрим дипломатический дискурс как разновидность политического дискурса. Политический дискурс представляет собой особый вид дискурса с точки зрения его институциональной принадлежности. Для определения границы понятия политического дискурса остановимся на понятии политика.

Анализ научной литературы показал, что данное понятие многозначно, и может использоваться в широком и узком значении. В широком смысле политика используется для обозначения программы действий, различных

видов деятельности человека по руководству кем или чем-либо. В данном значении может использоваться как совокупность действий и мер, направленных на достижение целей.

В узком значении политика связана с понятием и функциями государства: политика – общественные и государственные вопросы и события [Ожегов 1996: 489].

В современной энциклопедии политика описывается как сфера деятельности, связанная с отношениями между группами, классами, нациями, различными социальными группами. Основой политики является «проблема завоевания, удержания и использования государственной власти». Также следует отметить, что политика самостоятельно и влияет на экономику и другие сферы современного общества. По словам В.С. Тарасова политика связана с осуществлением власти внутри государства и между государствами. «Политика как особая форма социальной деятельности возникает вместе с государством и той иерархической системой власти, которая призвана обеспечить в обществе гражданский порядок на основе четкого разграничения отношений господства и подчинения» [Тарасов 1990: 12].

Из вышеизложенных определений можно обозначить значение политического дискурса. Также, как и термин политика, политический дискурс имеет широкое и узкое значение. В узком смысле политический дискурс – это дискурс, реализуемый в профессиональной деятельности политиков, существующий в виде правительственных и государственных документов, дебатов и речей политиков [Дейк 1989: 205].

В широком смысле политический дискурс на основе содержания и адресанта рассматривается учеными Э.В. Будаевым, В.И. Карасиком, Е.С. Кубряковой, А.П. Чудиновым.³

³ Указанные ученые рассматривают политический дискурс как:

Политический дискурс, согласно Е.И. Шейгал, имеет два измерения: реальное и виртуальное. Виртуальное измерение дискурса представляет собой знаковое пространство, включающее вербальные и невербальные знаки, ограниченное миром политики, набор речевых и языковых моделей поведения и высказываний, характерные для политической сферы. Под реальным измерением понимается актуальная речевая деятельность со всеми аспектами «живой» коммуникации: лингвистические, паралингвистические, экстралингвистические факторы эмоциональность, а также и реакции, возникающие в ходе политической коммуникации [Шейгал 2004: 96].

Как и сам дискурс, политический язык и речь обладают рядом отличительных особенностей.

Политический язык – это особая подсистема языка, которая служит целями политической коммуникации: пропаганда, эмотивное воздействие на объекты политической реальности, побуждение их к политическим действиям, принятие и обоснование социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе [Чудинов 2003: 178].

Политический дискурс играет важную роль в современном обществе, так как большую часть политической информации аудитория получает из выступлений политических деятелей. Сегодня политику необходимо не только воздействовать на сознание и чувства аудитории, но и завоевать ее доверие. Поэтому политическое выступление стало эффективным средством достижения цели политика.

-
- институциональный политический дискурс, к которому относятся тексты политической коммуникации: документы, речи, дебаты, публичные выступления, интервью политических деятелей;
 - медийный политический дискурс: тексты политической тематики, созданные журналистами, распространяемые через прессу, телевидение, радио, интернет;
 - тексты, созданные непрофессиональными политиками, но участвующие в политической коммуникации. Например, письма и обращения к политикам или государственным учреждениям.
 - политическая проза и поэзия;
 - научные тексты, посвященные политике [Чудинов 2003: 156-157, Кубрякова 2000: 388].

Политическая речь имеет специфические черты и отличается от других видов коммуникации. Политическая речь отражает события общественно-политической жизни, отражает борьбу за власть, влияет на интеллектуальную и эмоциональную сферу аудитории, влияет на сознание и формирование оценки у аудитории. Политическая речь зачастую изобилует политическими клише или цитатами из официальных документов. Также политическая речь идеологически окрашена, то есть опирается на определенную идеологию. Но, по нашему мнению, главной особенностью политической речи является наличие комментариев, разъяснений и оценок говорящего. Именно эта особенность отражает личность говорящего и отличает его от других выступающих [Шейгал 2004: 187].

Дипломатический дискурс представляет собой форму политической коммуникации, но, к сожалению, мало изучен в современной лингвистике. Сегодня дипломатический дискурс изучается в разных областях знаний: юриспруденции, экономике, политологии, дипломатии, переводоведении. В данных сферах дипломатический дискурс рассматривается в аспектах международного права, социологии международных отношений, международных экономических отношений, в аспектах практики и теории перевода и т.д.

Лингвистические исследования направлены на изучение социолингвистических факторов дипломатического дискурса и выявление его языковых и конститутивных особенностей. «Дипломатия – принципиальная деятельность глав государств, правительств и специальных органов внешних сношений по осуществлению целей и задач внешней политики государства, а также по защите прав и интересов государства за границей» [Дипломатический словарь 1971: 479]. Аналогичные определения данного термина встречаются и в других словарях⁴.

⁴См.: Oxford English Dictionary 2004; Macmillan English Dictionary 2006; Словарь иностранных слов 1988.

Из определений следует, что дипломатический дискурс представлен двумя категориями: высшими государственными лицами и профессиональными дипломатами. Не менее специфичен адресат дипломатического дискурса. В одном случае адресатом может выступать массовая аудитория (Мы рассмотрим данное явление подробнее во второй главе, на примере представителя МИД РФ М.В. Захаровой, которая освещает дипломатические события и решения в СМИ). Данный вид дипломатического дискурса представляет собой большой интерес, так как дипломатическая коммуникация носит закрытый характер, так как в других случаях адресат может быть ограничен узким кругом лиц, например, дипломаты, участвующие в переговорах.

Публичная форма дипломатического дискурса имеет много сходств с политической коммуникацией. В качестве основных компонентов отмечают следующие: 1) поставленная цель – это борьба за власть, 2) участники коммуникации – это политические деятели, которые обладают правом участия во внутренних и внешних политических процессах, 3) участники коммуникации прекрасно владеют ораторским искусством [Яппарова 2016: 165-170].

При этом имеются факторы, отличающие оба дискурса друг от друга: 1) участником политического дискурса выступает профессиональный дипломат, политик, журналист, 2) язык дипломатического общения определен содержанием переговоров, адресатом, жанром и регламентом, 3) обязательным условием выступает соблюдение протокола (это неотъемлемое правило любых международных переговоров [Яппарова 2016: 165-170]. По этим чертам дипломатический дискурс не тождественен политическому дискурсу.

Таким образом, дипломатический дискурс следует рассматривать как особую форму коммуникации, ее особенность отражается в многообразных связях дипломатической коммуникации и социума. Изучение дипломатического дискурса позволяет понять, как цели и задачи внешней

политики передаются через данный вид коммуникации и формируют образ внешней политики в общественном сознании. Особую роль в успешности данного вида коммуникации играет уровень развития коммуникативной компетентности языковой личности.

В данном параграфе мы рассмотрели понятия языковой и политической картины мира в аспекте современного развития нашего общества, рассмотрели понятия дискурса, политического и дипломатического дискурса, раскрыли некоторые особенности политической коммуникации.

1.2. Массовая информация

С появлением новых технологий роль массовой коммуникации возрастает. Массовая коммуникация – это распространение информации среди большого количества аудиторий с помощью технических средств [Алексеев 1983: 348].

Похожее определение мы находим в «Кратком словаре по социологии»: «процесс распространения социальной информации (внегенетической, семантической, фиксируемой в знаках) с помощью технических средств (печать, радио, телевидение, видеозапись, кино) на численно большие и рассредоточенные аудитории» [Краткий словарь по социологии, 1989: 148-149].

В коммуникативистике понятие «массовая коммуникация» трактуется не только как процесс связи, но и передачи информации через масс-медиа. Этот процесс имеет следующие особенности: 1) массовость аудитории; 2) её гетерогенность; 3) использование сверхскоростных и репродуктивных средств связи; 4) быстрое распространение сообщений; 5) относительно небольшая потребительская стоимость информации [Иванов 2013: 42].

Аудитории массовой коммуникации анонимны, рассредоточены, но объединяются по интересам. Особенность массовой коммуникации – опосредованность. Роль посредника – медиа – очень значима. Вид

посредника определяет формат и содержание сообщения. Массовая коммуникация имеет публичный характер и объединяет рассредоточенный массы вокруг определенных идей, политических взглядов, ценностей или моделей потребления. Аудитория является не только объектом воздействия, но и участником коммуникации [Науменко 2003: 20].

Массовая коммуникация осуществляется в рамках всего общества, является важным условием развития и организации общества. Массовая коммуникация социально обусловлена, потому что взаимодействия людей на основе массовой коммуникации обеспечивает социальные действия. Массовые коммуникации осуществляют социальный контроль, способствуют общественному прогрессу, учитывая спрос и предложения общества. Поэтому массовую коммуникацию можно рассматривать в системе социальных отношений и как отдельный вид данных отношений [Павленок 2000: 145].

Массовая коммуникация многоканальна. Для передачи информации используются визуальный, аудитивный, аудитивно-визуальный канал, устная и письменная коммуникация. С помощью современных технологий возможна интерактивная коммуникация с массами. Так как коммуникация массовая, участники общения не отдельные индивиды, а собирательные субъекты: народ, страна, правительство и пр. Даже отдельные личности несут имиджевые мифологемы: президент, лидер партии, медиа-магнат и пр.

По определению Закона РФ «О средствах массовой информации» от 27 декабря 1991 г. (редакция от 25.11.2017) массовая информация – это информация «предназначенная для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы». Массовая информация является частью социальной информации. Социальная информация – это информация, возникающая в процессе освоения мира людьми, т. е. это вся совокупность знаковых сообщений: знаний, сведений и данных, которые формируются и воспроизводятся в обществе и используются индивидами, группами, организациями, различными

социальными институтами для регулирования социального взаимодействия, общественных отношений и процессов [Павленок 2000: 164].

Определено, что массовая информация представлена тремя формами: 1) пассивную информацию создают тексты, которые находятся в библиотечных фондах, сюда относятся фонотеки, видеотеки, фильмотеки, музеи и т.д.; 2) устная, спонтанно возникающая информация представлена слухами, анекдотами, сплетнями и др., также формами фольклора; 3) динамичная информация в виде регулярных сообщений. Сюда входят тексты, написанные профессионалами [Зелинский 2008: 175].

В соответствии с этими потребностями сложилась следующая структура массовых информационных потоков:

- 1) тексты, которые отвечают на духовные запросы и искания людей, ведут к формированию массового сознания;
- 2) тексты, которые сообщают об изменениях в жизни общества;
- 3) тексты, которые знакомят аудиторию с мнением власти, политиков, деятелей науки и искусства, отдельных граждан;
- 4) тексты, которые сообщают о властных решениях;
- 5) тексты, которые имеют цель оказать помощь в решении жизненных проблем (справочные, рекламные, эпистолярные материалы);
- 6) тексты, которые знакомят людей с некоторыми знаниями, нормами и ценностями;
- 7) тексты, имеющие развлекательный характер [Володина 2003: 17].

Для передачи информации в массы развивались средства массовой информации (далее СМИ). К началу XXI века СМИ стали воздействовать на массовое сознание как никогда активно из-за легкой доступности информации, появления Интернета. Язык СМИ влияет на все сферы жизни современного общества, особенно социально-экономическую и культурную. Массовое сознание стало объектом манипулирования [Бурдьё 2002: 23].

С одной стороны, СМИ – это коммерческие организации, старающиеся увеличить свою прибыль. Поэтому они преподносят любую актуальную информацию как сенсацию, скандал [Тоффлер 2002: 42].

С другой стороны, власть может являться манипулятором через СМИ, чтобы сформировать определенное мнение в обществе, побудить к действию, повысить свой авторитет или снизить авторитет оппонентов [Кубрякова 2008: 57].

Преобразование коммуникативно-содержательной стороны информации и эмоциональное воздействие – основные методы влияния на общественное сознание. Рассмотрим эти методы подробнее.

Искажение информации – это один из приемов преобразования коммуникативно-содержательной стороны информации и заключается в передаче лжи или смещением понятия по семантическому полю. Так как СМИ обладает авторитетом, в общественном сознании возникают искаженные факты, которые будут являться частью реальности. С.Г. Кара-Мурза пишет: «...включение прямой лжи практикуется СМИ все в больших масштабах как прием недорогой, но эффективный в решении срочных задач. При этом наглая ложь оказывается предпочтительной, потому что она разрушает всякую возможность диалога» [Кара-Мурза 2005: 301].

Утаивание информации заключается с избирательной подачей материала или сокрытием какой-то информации. Также СМИ могут «заглушать» информацию потоком другой информации. Этот прием мы могли наблюдать в декабре 2017 года, когда тысячи людей вышли на улицы столицы на митинг, организованный А. Навальным, но ни один телеканал не освещал это событие.

Одним из самых эффективным приемом воздействия является манипулирование со временем и местом подачи информации. У СМИ получают информацию очень оперативно, у них есть возможность первыми донести информацию до масс или удержать ее до «подходящего» момента.

Время и место обнародования информации влияют на оценку событий в массах [Цуладзе 1999:89].

Перегрузка адресатов сведениями, отобранными по определенному критерию направлена на то, чтобы у адресатов возникло мнение, что информация им не нужна или даже опасна, поэтому адресат от нее отказывается [Каландаров 1998:27-28].

Разные каналы, в том числе и разных стран, подают информацию с выгодной для них стороны. Российские новостные каналы подчеркивали свободу выбора на референдуме в Крыму. Украинские СМИ говорили о том, что у них отсутствует право выбора, и их заставляют участвовать в референдуме. Российские СМИ на месте событий находили людей для интервью, которые были рады присоединению Крыма к России и заявляли, что таких большинство. Украинские СМИ делали наоборот. Референдум состоялся в 2014 году, а противостояние СМИ происходит до сих пор.

В газете New York Herald от 9 ноября 1874 года напечатали пугающую мистификацию, которая вызвала массовую истерию читателей. Репортер Т.Б. Коннери, обеспокоенный слабыми мерами безопасности в зоопарке Централ Парк, сочинил историю о том, что его обитатели оказались на свободе. «Число искалеченных, растоптанных и травмированных людей достигает двухсот, около шестидесяти из которых, по предварительным данным, находятся в тяжелом состоянии, а трое из них едва ли доживут до утра», – писал журналист. «Двенадцать хищников все еще остаются на свободе. Место, где они скрываются, точно не установлено...». В последнем абзаце объяснялось, что это сообщение было «чистейшей выдумкой», но до конца дочитал не каждый читатель. Некоторые вышли на улицы с оружием в руках для отстрела сбежавших хищников. Этот пример демонстрирует как ложное событие влияет на общество [Брайант, Томпсон 2004: 48].

Первое, на что воздействуют СМИ – это эмоции человека. Эмоциональное воздействие является сильным и эффективным, потому что сначала мы воспринимаем информацию, включаются наши эмоции, и только

потом наш разум [Науменко 2003:20]. К эмоциональным методом воздействиям относится сенсационность, метод запугивания, медиа насилие, метод фрагментации, упрощение, повторение. Рассмотрим некоторые из них подробнее.

Метод сенсационности заключается в привлечении общественного внимания к какому-либо событию в такой степени, что несложно утаить какую-либо информацию или ослабить реакцию на другое событие [Котов 2003: 17].

Медиа насилие представляет собой воздействие с помощью шокирующих, часто жестоких и кровавых событий [Паршин 2000: 87]. Аудитории предлагается ситуация с заведомо неблагоприятными исходами. При этом СМИ один из вариантов описывает так красочно, что второй вариант уже не кажется таким ужасным. В этом заключается метод запугивания [Пушкарева 2002: 312].

Метод фрагментации заключается в разделении информации на отдельные фрагменты, в результате аудитории не удастся сформировать связной и полноценной действительности картины событий [Березин 1990: 67].

С помощью упрощения СМИ внушают общественности, что событие или факт являются данностью. Аудитория получает информацию в лаконичной форме, что не вызывает подозрений в ложности факта или события [Сорокина 2002:45].

С помощью повторения можно акцентировать внимание на информации, можно создать впечатление, что это информация важная. Мы думаем так: если об этом постоянно говорят, значит, это важно [Федорова 1991:49].

Также СМИ используют эвфемизмы и дисфемизмы для избегания нетактичных выражений или наоборот; приемы овеществления и олицетворения для приписывания ответственности одушевленному или неодушевленному субъекту для создания определенного эффекта. Сравните:

Ракета из-за неисправности сбилась с курса и поразила незаданную цель; Командующий отдал приказ открыть огонь по мирному населению. Прочитав первое предложение, у нас возникает ощущение, что произошедшее событие является случайностью, и, возможно, команда в этой ошибке не виновата. Второе предложение рисует образ жестокого, бесчувственного командующего [Почепцов 2002: 337].

Излюбленный прием СМИ – введение эксперта. *По словам губернатора, по мнению Роскомнадзора и т.д.* Введение мнения эксперта придает тексту большую авторитетность и достоверность [Панасюк 2001:202].

В данном параграфе мы рассмотрели понятие массовой информации, её особенности и потенциал воздействия на широкие массы. Рассмотрели способы и формы влияния СМИ на массовое сознание.

1.3. Воздействующая функция языка СМИ

Язык СМИ – особый язык социального взаимодействия, который имеет особенные формы выражения, структурирующие наше восприятие, создающие особые виды восприятия действительности, которые могут дополняться документальностью, реальностью или вымыслом и даже иметь виртуальный характер [Паршин 2000:109].

Язык СМИ неоднороден, так как он имеет два уровня: вербальный и аудиовизуальный. Язык СМИ как средство информационно-психологического воздействия совершенствуется вместе с развитием Интернет-технологий. Информационное воздействие языка СМИ на общество велико, ведь СМИ присутствуют во всех сферах жизни общества. Воздействие СМИ может носить и положительный, и отрицательный характер в зависимости от цели. Функции СМИ по-разному реализуются в различных общественно-политических системах. СМИ выступают как инструмент политической борьбы, как элемент рынка, как субъект

правоотношений, как носитель культурных ценностей и результат творческой деятельности [Левин 1998: 176].

Основными функциями языка СМИ являются информативная, воздействующая и эмоциональная. В связи с популяризацией свободных жанров телепередач повышается роль эмоциональной функции. Стиль телерекламы меняется, появляются новые передачи разговорного жанра, многие передачи сразу идут в прямом эфире без редактирования. Эмоциональность больше присутствует в развлекательных передачах [Макаревич 2003: 289].

СМИ информирует о событиях в обществе и мире, данная функция реализуется в новостных материалах. СМИ оказывает влияние на мышление человека, на его мировосприятие и на сегодняшнюю культуру, потому что СМИ информирует нас о состоянии мира, СМИ заполняет наш досуг [Прохоров 1988: 98].

В исследованиях американских лингвистов в рамках данной функции выделяются две частные функции: 1) удовлетворить потребности общества в экономической и политической информации, т.к. такая информация влияет на жизнь каждого члена общества; 2) удовлетворить частную, при этом актуальную, информативную потребность на данный момент времени [Прохоров 1988: 126].

СМИ – это особый язык информационного воздействия, располагающий специфическими средствами и символами для создания в массовом сознании определенной картины мира. Язык СМИ создает стереотипы, которые формируют общественное сознание [Липпман 2004: 56].

СМИ регулирует общественное мнение через оценку и критику. СМИ дают юридическую и моральную оценку событиям. Конечно, возможность давать критику и оценивать есть не только у СМИ, но именно у них нет ограниченности объекта. Критика и оценка СМИ основывается на авторитете общественного мнения [Кубрякова 2003: 20].

Ученые связывают использование информации с манипулированием, так как информирование людей носит массовый характер, при этом осуществляется функция ориентации. Эта функция связана с функцией регулирования общественного мнения [Качалов 2006: 23].

Функция воздействия формирует модель поведения, привычки людей на основе духовных и материальных ценностей, политических взглядов, которые заданы государством и отражаются в СМИ. С помощью СМИ манипуляторная функция регулирует политические процессы, поддерживает политическую систему государства, так как главным источником новостей выступает политическая ситуация в стране [Прохоров 1988: 50].

Таким образом, СМИ формируют общее информационно-языковое и общее культурное пространство, служат концептуализации действительности. С помощью своих технических средств СМИ создает идеологизированный аудиовизуальный мир и особый аудиовизуальный мир, воздействию которого подвергается каждый из нас [Манойло 2003: 208].

Обзор источников позволил сделать выводы. СМИ выступает главным информационным источником в мировом пространстве. Массовая коммуникация имеет публичный характер, опосредована, объединяет рассредоточенные массы вокруг определённых идей, политических взглядов, ценностей или моделей потребления. Массовая коммуникация является важным условием развития и организации общества. Массовая коммуникация социально обусловлена, потому что взаимодействия людей на основе массовой коммуникации обеспечивает социальные действия. Массовые коммуникации осуществляют социальный контроль, способствуют общественному прогрессу, учитывая спрос и предложения общества. С помощью современных технологий возможна интерактивная коммуникация с массами и многоканальность передачи информации. Преобразование коммуникативно-содержательной стороны информации и эмоциональное воздействие – основные методы влияния на общественное сознание посредством массовой коммуникации. Посредством СМИ политик имеет

возможность формировать политическую картину мира в сознании целевой аудитории. Дипломатический дискурс представляет собой форму политической коммуникации.

ГЛАВА 2. РЕЧЕВОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ В СФЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

2.1. Технология формирования и поддержания имиджа официального представителя власти М. Захаровой

Во второй главе мы рассмотрим особенности публичных выступлений официального представителя МИД РФ М.В. Захаровой с точки зрения вербальной и невербальной коммуникации.

Понятие имиджа пришло в политику из сферы бизнеса. Под имиджем политика понимают тщательно разработанный образ, который исполняет роль посредника между носителем образа и аудиторией [Качалов 2006: 17].

Учёные выделяют следующие функции персонального имиджа в политике: 1) экзистенциальная формирует восприятие образа политика в индивидуальном, групповом и массовом сознании людей; 2) социокультурная функция отвечает за соотношение имиджа с определёнными категориями поля имидже в разных обществах и культурах; 3) функция обобщения физических и психических характеристик носителя имиджа; 4) аттитюдная функция формирует установку; 5) отношенчески-детерминирующая функция определяет отношение масс к носителю имиджа [Кольев 2003: 233-235].

Имидж играет важную роль в медиапространстве. От имиджа зависит, будет ли лицо авторитетным или нет. В формировании политического имиджа выделяют три фактора.

К первому фактору относятся реальные особенности политика: внешние черты, такие как внешность, одежда, обувь, причёска, макияж (у женщин), привлекательность, возраст, здоровье, мимика, манеры, жесты, темперамент, наличие или отсутствие харизмы, ораторское мастерство; заявления политика; политическая позиция, поведение политика, демонстрирующие лидерские качества, компетентность, интеллектуальные способности, социальные характеристики человека, такие, как самооценка,

сила воли, политическая позиция и статус, а также другие черты, вызывающие симпатию у людей; биография, раскрывающая яркие и достойные этапы жизненного пути кандидата. К компонентам имиджа относятся индивидуально-психологические характеристики, особенности восприятия действительности, отношение к другим людям (общительность или замкнутость, тактичность или грубость и т.д.) [Орлова 2010: 19].

Ко второму фактору относятся способы и формы получения информации о политике. Информация не должна быть противоречива при получении по различным каналам связи: межличностное взаимодействие, сообщения PR-служб и СМИ [Котов 2003: 20].

К третьему фактору специалисты относят особенности аудитории в конкретной социальной ситуации развития общества. Здесь рассматриваются социокультурные, психологические особенности аудитории, наравне с менталитетом и актуальной политической ситуацией в стране и мире [Кошелюк 2004:153-154].

Технология формирования имиджа политического деятеля основывается на целевой установке, учёте индивидуальных черт политика, понимании особенностей группы людей, на которую направлено воздействие имиджа [Лисовский 2000:119]. Для создания эффективного имиджа необходимо учитывать ряд особенностей, необходимо поддержание целостного имиджа, его конкурентоспособности и популярности среди масс. Для повышения эффективности управления политическим имиджем, команда имиджмейкеров ориентируется на обратную связь, реакции аудитории на то или иное проявление имиджа и оперативно корректирует имидж политика [Маклюэн 2003: 358].

Важной составляющей в формировании имиджа является составление психологического портрета личности политика для вынесения на первый план положительных черт политика и деактуализации негативных. Для исследования личности политических деятелей используют контент-анализ текстов их выступлений, письменных текстов, личных документов и

биографии, составление психологических профилей, интервью и др. [Максимов 2003: 198].

Между имиджем мужчин и женщин существует большая разница. В сознании носителей языка и культур мужественность и женственность ассоциируются с определёнными картинами мира и стереотипами. Гендерные стереотипы оказывают влияние на образ медиаперсоны [Гринберг 2005:118]. Патриархальные взгляды, которых придерживаются средства массовой информации, создают трудности при формировании политического имиджа женщины [Oppermann, Weber 1995: 102].

Удачный имидж зависит от понимания требований, установок и потребностей аудитории [Ольшанский 2003: 154].

Значительную роль в имидже политика играют:

- *артистизм*, который помогает благоприятно воздействовать на психику людей;
- *хобби* характеризует политика, с одной стороны, как оригинальную личность, а с другой, сокращает дистанцию между ним и аудиторией;
- *спортивность политика* – показатель здорового образа жизни, поддержания физической формы [Ольшанский 2003: 315].

Качественный имидж женщины-политика должен быть целостным с яркими индивидуальными чертами и проработанными аспектами имиджа: внешний (одежда, внешний вид, походка, вредные привычки состояние здоровья, темперамент), психологический (характер, речевые характеристики морально-этические особенности, отношение к мужчинам), профессиональный (опыт, политические взгляды, компетентность, способности лидера) [Матвейчев 2003:87-89]. При формировании имиджа женщины важно акцентировать внимание на профессионализме, а не на гендерной принадлежности. В какой-то мере необходимо, чтобы имидж женщины-политика соответствовал предпочтениям и ожиданиям аудитории для того, чтобы политическая личность обладала успехом и популярностью у аудитории [Почепцов 2002: 402-403].

Мария Владимировна Захарова – российский дипломат, директор Департамента информации и печати Министерства иностранных дел РФ с 10 августа 2015 года, имеет ранг Чрезвычайного и Полномочного Посланника 1 класса, кандидат исторических наук⁵. Она первая женщина, занимающая этот пост. Регулярно проводит брифинги с участием средств массовой информации, отвечает на вопросы представителей популярных изданий и телеканалов. Дипломатический ранг – советник первого класса. Член Совета по внешней оборонной политике России. Получила множество государственных наград. Одна из них Почётная грамота Президента Российской Федерации.



Рисунок 1. Директор Департамента информации и печати Министерства иностранных дел Российской Федерации⁶

Мария Владимировна родилась в семье дипломата и искусствоведа, детство провела в Китае, где работал ее отец. Она окончила факультет международной журналистики МГИМО, с 1998 года начала свою успешную карьеру: сначала как сотрудник редакции журнала «Дипломатический вестник» МИД России, позже перешла на работу в Департамент информации и печати МИДа, в котором была руководителем отдела с 2003 года с перерывом 2005–2008 годы. В этот период Мария Захарова работала пресс-секретарем Постоянного представительства Российской Федерации при ООН

⁵ Электронный ресурс Википедия
https://ru.wikipedia.org/wiki/Захарова,_Мария_Владимировна (дата обращения 22.11.2017)

⁶ Источник фотографии: <http://www.council.gov.ru/> (дата обращения 12.04.2018)

В Нью-Йорке, затем с 2011 по 2015 годы была заместителем руководителя Департамента информации и печати, занималась подготовкой и проведением брифингов своего предшественника, Александра Казимировича Лукашевича, информационной поддержкой зарубежных визитов Сергея Лаврова и поддержкой официальных аккаунтов в социальных сетях.

Мария Захарова является активным пользователем социальных сетей, владеет русским, английским и китайским языками. Она замужем и у нее есть дочь Марьяна. Также Мария Владимировна пишет стихи и песни. Регулярно занимается спортом.



Рисунок 2. Мария Захарова для журнала Tatler⁷

Основной рост известности Марии Захаровой произошел в августе 2015 года после своего назначения на директора Департамента информации и печати МИД РФ и статус Официального представителя МИД РФ. Регулярные брифинги и выступления в телепередачах, официальные заявления в средствах массовой информации подхлестнули интерес к ней среди граждан интересующихся внешней политикой России, проблемами во

⁷Источник фотографии: <https://www.tatler.ru/geroi/nikakogo-rayu-na-zemle-net-pokamu-ne-nachnem-ego-sozdavat-mariya-zaharova> (дата обращения 29.04.2018)

взаимоотношениях со странами ближнего и дальнего зарубежья, а также террористической угрозой со стороны ИГИЛ.

В 2016 году телерадиовещательная организация ВВС внесла Марию Захарову в список 100 самых влиятельных женщин. Она первая женщина в департаменте, получившая место в данном списке. Немецкое издание Stern назвало Захарову чудо-оружием Путина, итальянская газета Panorama написала статью про Захарову. В статье была размещена фотография Марии Владимировны с телом супергероини американских комиксов Чудо-женщины.



Рисунок 3. Мария Захарова в образе Чудо-женщины в итальянской газете Panorama⁸

В прессе Марию Захарову часто называли «нашим ответом Псаки», «Псаки по-русски, или наша Маша»⁹, имея в виду бывшего официального представителя Государственного департамента США. Возможно, именно это повлияло на популярность Марии Владимировны, потому что Дженнифер

⁸Источник фотографии: <http://newsland.com/community/4797/content/mariia-zakharova-kak-proekt-anti-psaki/3660789> (дата обращения 11.04.2018)

⁹Источник информации: https://www.gazeta.ru/politics/photo/psaki_porusski.shtml?updated (дата обращения 29.04.2018)

Псаки воплощала образ неподготовленного, непрофессионального и неосведомлённого политика.



Рисунок 4. Мария Захарова (слева) и Дженнифер Псаки¹⁰

Имидж – это один из компонентов личности человека, но он играет значительную роль. Когда человек вступает во взаимодействие с другими людьми, его внешность – это первое, что оценивает аудитория, затем о нем начинают судить по его словам и поступкам. Имиджмейкеры создают имидж для политиков и дипломатов на долгий срок. У М. Захаровой деловой имидж. Как отмечает И.А. Стернин, деловой имидж нацелен на формирование делового доверия [Стернин 2012: 85].

Одежда – это средство знаково-символического представления жизненных и профессиональных ролей. Для политика это отражение профессионального статуса, который предписывает одеваться согласно протоколу, этикету, дресс-коду и в соответствии с ролью. Одежда помогает подчеркнуть личные качества политика через этический символизм, который находит отражение в строгих и официальных костюмах [Панасюк 2001: 98-99].

¹⁰ Источник фотографии: <http://ruspravda.info/Masha--nash-otvet-Psaki-7649.html> (дата обращения 29.04.2018)

В одежде М. Захарова предпочитает элегантный официальный стиль. Обычно это платья или строгие костюмы с юбками черного цвета (юбки могут быть ярких цветов: ярко-синий, красный, фиолетовый, бордовый, цвет фуксия). Носит каблуки. Не любит лишних деталей в одежде и украшениях.



Рисунок 5. Мария Захарова на разных мероприятиях¹¹

Причёска политического деятеля является не только средством самовыражения, но и способом создания имиджа. Несмотря на то, что в целом причёска не является значимым элементом имиджа, считается, что замысловатая или тщательная причёска женщины-политика вызывает негативное отношение, так как добавляет искусственности и чрезмерной подготовленности [Панасюк 2001: 71].

В начале карьеры М. Захарова собирала волосы в простые небрежные пучки, отдельные пряди выбивались из общей причёски, затем она подстриглась под каре. Далее дипломат сменила имидж: стала яркой блондинкой, появилась пушистая чёлка, после смены имиджа политик носит волосы распущенными. Психологически тёмные волосы женщины

¹¹Источник фотографии: <http://tass.ru/politika/4831766> (дата обращения 29.04.2018)

ассоциируются с властью, светлые волосы помогают увеличить её общественную популярность [Деркач 2006: 202].



Рисунок 6. Разные образы Марии Захаровой¹²

Макияж М. Захаровой обычно не очень аккуратен, даже небрежен; в образе акцент сделан на глазах и яркой помаде темно-бордовых и красных оттенков. Такие акценты на контрасте с цветом волос позволяют увидеть не женщину-блондинку, а достаточно уверенного в себе политика, интеллектуала и бойца.

Трудно объективно оценить физическую привлекательность человека, но этот фактор имеет значение при создании успешного образа. Физически привлекательные люди воспринимаются как более темпераментные, интересные, сильные, общительные и дружелюбные. Но привлекательность и красота политика не взаимосвязаны. Даже некрасивый политик может обладать определёнными чертами и харизмой, которые будут делать его привлекательным в глазах других людей [Орлова 2008: 48].

¹²Источник фотографии: <http://finansum.ru/138052-zaharova-nazvala-goluboy-mechtoy-zapada-lishenie-rf-chempionata-mira-pofutbolu.html> (дата обращения 11.04.2018)

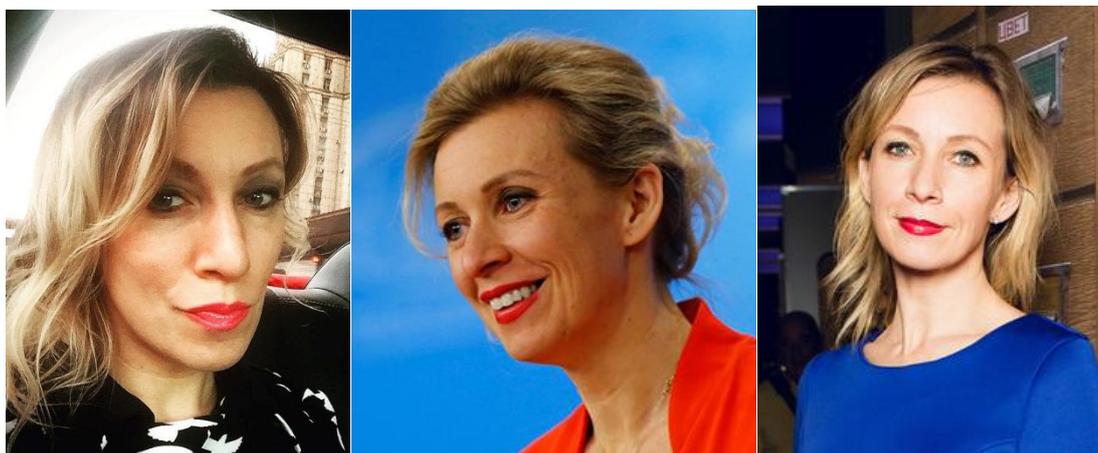


Рисунок 7. Макияж Марии Захаровой¹³

В студии М. Захарова во время выступлений смотрит на аудиторию, если это брифинг, или на собеседника во время интервью, что говорит важности сообщаемой информации и уверенности. Дипломата отличает прямая осанка, что также свидетельствует о решительности, прямолинейности и добавляет ей привлекательности [Пиз 2006: 154].

В образе наблюдается диссонанс: элегантная стильная одежда противоречит небрежности в макияже и причёске. Это может объясняться тем, что PR-специалисты М. Захаровой хотели сбалансировать её образ: с одной стороны, она принесла неофициальность в департамент, т.е. она близка к аудитории, этому соответствует небрежность в причёске и макияже. Создается образ занятой бизнес-вуман, которой некогда поправить макияж и причёску, но с другой стороны, PR-специалисты не забывают, что это Министерство иностранных дел, встречи официальные и должен соблюдаться дресс-код данных мероприятий.

¹³ Источник фотографии: <https://raikovstudio.ru/zakharova-mariya-vladimirovna-mid-biografiya.html> (дата обращения 11.04.2018)



Рисунок 8. Мария Захарова на брифинге. Сентябрь 2015 года¹⁴

М. Захарова – это яркая, боевая, образованная, с острым языком и уверенная в себе профессионал. Она сразу произвела фурор среди западных СМИ. С ее приходом на пост представителя МИД официоз сменился на неформальность, порой со спорными заявлениями в социальных сетях. Немецкая газета Handelsblatt отмечала, что с назначением М. Захаровой прежде весьма официальное ведомство приняло на вооружение новый, более острый языковой стиль, распространившийся не только на пресс-департамент, но также и на министра К. Лаврова. Её манеру речи можно охарактеризовать агрессивной. Часто ее заявления вызывали резонанс в СМИ. Многие журналисты упрекают ее в не дипломатичности. В марте 2016 года определённый общественный резонанс вызвала переписка в стихах между Марией Захаровой и писателем и поэтом Дмитрием Быковым.

В некоторых интервью можно отметить её жёсткость и волевой характер. В ряде случаев она предстает перед аудиторией немного хамоватым оратором, который позволяет себе отпускать колкие и

¹⁴ Источник фото: <http://www.tvc.ru/news/show/id/76708> (дата обращения 11.04.2018)

остроумные шутки. Дипломат М. Захарова имеет намеренно противоречивый образ: с одной стороны, красивая и ухоженная дама, умеющая хорошо говорить; эрудированная с прекрасным образованием и знанием иностранных языков, подтянутая, со спортивным телосложением (в социальных сетях часто выкладывает фото из спортивного зала), с другой стороны, политик предстает в образе сильной и властной женщины, которая может быть крайне резкой и даже грубоватой.

В последнее время образ Марии Захаровой стал мягче и женственней, преобладают пастельные тона в одежде, макияж стал менее агрессивным, и причёска аккуратней.



Рисунок 9. Мария Захарова¹⁵

Внешний вид является важным компонентом политического имиджа, который позволяет воздействовать на массовое сознание, поддерживая тот или иной образ носителя. Поэтому публичные персоны уделяют внимание всем составляющим для создания и поддержания эффективного имиджа, который будет служить их репутации и помогать воссоздавать в памяти свой образ как политика.

¹⁵ Источник фото: <http://www.tvc.ru/news/show/id/116579> (дата обращения 29.04.18)

2.2. Языковое поведение Марии Захаровой

Для анализа выступлений Марии Захаровой мы использовали метод контент-анализа. Эффективная исследовательская техника, позволяющая выявить характер показа или информирования о конкретных проблемах, особенностях формирования образа тех или иных стран, регионов.

Для анализа были отобраны тексты в период с 2016 по 2018 года, разной тематики. Были выбраны отрывки из еженедельных брифингов, также прямые трансляции и записанные интервью для того, чтобы продемонстрировать выступления официального представителя МИД РФ при разных условиях коммуникации.

Жанр публичных выступлений Марии Захаровой – информационное сообщение. Характерной чертой данного жанра является краткость и информативность, сообщение должно содержать конкретную информацию с примерами и раскрывать одну небольшую тему [Стернин 2008: 66-67]. Еженедельные брифинги М. Захаровой длятся около двух часов, но каждый брифинг состоит из обозревания различных проблем, на сообщения по каждой теме отведено около 10 минут. В случае, когда возникает необходимость дать срочное телевизионное сообщение, время выступления составляет меньше минуты. Время интервью и телепередач может варьироваться, в среднем, при участии М. Захаровой оно составляет около часа.

В ораторской речи всегда присутствует обратная связь, с помощью которой выступающий имеет возможность улавливать отношение к сказанному и по необходимости подстраивать своё выступление. Особенностью информационного публичного выступления является устная форма общения, поэтому оратору необходимо строить высказывания таким образом, чтобы содержание выступления легко усваивалось аудиторией.

Важную роль в публичной устной речи играют не только языковые, но и паралингвистические средства [Юшкова 2016: 63-64].

Дипломатическая речь, представленная речью на международной конференции, речью в процессе дипломатического акта и др., является официальным выступлением представителя определённого государства с целью достижения взаимопонимания между государствами [Яппарова 2016: 165].

Рассмотрим особенности речевого поведения Марии Захаровой. Для анализа выбран устный текст публичных выступлений М. Захаровой: сообщение о гибели российского посла в Турции от 19 декабря 2016 года, выступление для телеканала Russia Today по вопросу введения новых санкций против РФ от 28 декабря 2016 года, отрывок из еженедельного брифинга от 16 марта 2017 года, отрывок из брифинга от 28 декабря 2017 года, отрывок брифинга от 2 марта 2018 года, отрывок брифинга от 29 сентября 2016 года, выступление в прямом эфире на телепередачи «Воскресный вечер» с Владимиром Соловьевым от 3 сентября 2017 года¹⁶.

И.А. Стернин пишет, что речевое воздействие определяется как «воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели» [Стернин 2012: 45]. Выделяют два вида речевого воздействия – вербальный и невербальный. При вербальном воздействии языковые средства являются инструментом влияния, успешность воздействия зависит от их подбора, расположения, интонации, содержания мысли. Невербальное воздействие – это воздействие при помощи жестов, мимики, поведения во время речи, внешности говорящего и др. [Стернин 2012: 47].

Во время речевого акта реализация имиджа политика проходит с целью убеждения, внушения и личного воздействия на аудиторию. То есть именно речь позволяет политику-оратору воздействовать на массовое сознание

¹⁶ Тексты выступлений содержатся в приложении настоящей работы.

аудитории и добиваться поставленных целей. Профессиональное владение оратором совокупности лингвистических средств общения, способов убеждения и различных форм языкового воздействия на аудиторию обеспечивает эффективность и успешность выступления. Под понятием *ораторский стиль* понимается стиль оратора, который проявляется в культуре речи, манере изложения мысли и индивидуальных особенностях, которые воплощают самобытность оратора [Шепель 1994: 156-157].

Сильной стороной в выступлениях официального представителя МИД РФ является доказывание и аргументация. М. Захарова всегда приводит факты, выстраивает сильную, логически выверенную аргументацию, цитирует официальные документы: *цитирую; вот ещё один пример; это заковыченная цитат; он, в частности, заявил, я цитирую; это дословная цитата и др.*¹⁷ Это говорит о тщательной подготовке к выступлениям. Даже в прямых трансляциях, отвечая на вопросы, М. Захарова приводит исторические факты для защиты своей точки зрения.¹⁸

Это создает образ сильного и образованного спикера МИД. При этом М. Захарова вызывает доверие, потому что структура речи убеждает нас в том, что фактами она не манипулирует, опирается на авторитетные мнения и официальную документацию.

¹⁷«Он, в частности, заявил, я цитирую: «экстремисты, экстремистские группы продолжают пользоваться вакуумом власти, существующим в Сирии, для расширения своих операций, которые несомненно будут включать в себя удары по российским интересам, возможно даже по российским городам. И Россия продолжит...» здесь, конечно, я попрошу вас набрать воздуха в легкие «и Россия продолжит отправлять домой военных в мешках для тел и они, россияне, продолжат терять ресурсы, возможно даже снова, подчеркиваю снова, терять самолеты» [выступление на пресс-конференции от 29.09.16 г.].

«...цитирую «политической стратегической коммуникацией», это дословная цитата» [выступление на брифинге от 16.03.17 г.].

¹⁸«... но я просто хочу привести вам цитату из заявления Министра иностранных дел Латвии господина Ринкевича от 2014 г. Тогда он отметил, что хотел бы, чтобы мероприятия, связанные с культурой (вам известно, что на территории Латвии проводились культурные мероприятия) не смешивались с политикой и вещами, стоящими вне культуры» [выступление на брифинге от 16.03.17 г.].

Рассмотрим некоторые речевые механизмы воздействия, основанные на использовании языковых средств с целью воздействия, внушения и пробуждения любознательности.

Так, тропы и фигуры речи используются как приёмы создания выразительности для создания эмоциональности. Приёмы диалогизации важны для создания эффекта сотрудничества (сюда относятся обращение, риторическое обращение; средства совместности; риторическое восклицание; вопрос, риторический вопрос; признание своей ошибки; введение вымышленной речи). Важно введение в речь проблемного формулирования темы (привлечение внимания к парадоксам и загадкам). Приёмами привлечения внимания служат цитирование для создания эмоционального настроения, активизации активности, интереса; обращение к конфликту; афоризм, пословица или поговорка [Юшкова 2016:55-58, 64-65].

Для воздействующего вступления оратор может использовать апелляцию ко времени, месту события, к интересам аудитории или личности оратора, передачу приветствий, обращению к конкретному случаю или историческому эпизоду [Цуладзе 1999: 115]. Для заключения могут использоваться повторение, как самый эффективный способ воздействия, призывы, интригующая концовка, обращение к аудитории с благодарностью или комплиментом, иллюстративная концовка с метафорой притчей или аллегорией [Федорова 1991: 47].

М. Захарова использует вышеперечисленных средства в своих устных публичных выступлениях. Так, речь политика богата эпитетами¹⁹: *возмутительная публикация, совсем не миролюбивые сны, русофобских высказываний, полную каких-то антироссийских выпадов, порочная практика, агрессивные русские, непредсказуемая армия, благотворная аудитория, изощрённые угрозы* и др.

¹⁹Эпитеты – это художественное определения для яркого описания свойства, качества предмета или явления, эпитеты помогают обогащать содержание высказывания [Ушакова 2008: 556].

Эпитеты, встречающиеся в выступлениях М. Захаровой, можно разделить согласно эмоционально-оценочным коннотациям: пейоративные или отрицательно-оценочные и мелиоративные, т. е. положительно-оценочных [Крылова 2006: 165]. Отрицательно-оценочные эпитеты придают речи политика достаточную жёсткость: *трагический день, террористический акт, явных инспирированных утечек, о срежиссированной провокации, враждебные шаги, изощрённые угрозы, непредсказуемая армия, совершенно возмутительная, смертоносных вооружений, порочная практика*, с помощью которых. Отрицательно-оценочные эпитеты используются при освещении трагических событий или событий, угрожающие безопасности РФ.

Официальный представитель МИД РФ также использует саркастичные эпитеты: *коварные и вероломные русские*, для того, чтобы продемонстрировать нелепость и бездоказательность обвинений России в том, что КВН (клуб весёлых и находчивых) является угрозой. К положительно-оценочным относится эпитет «выдающийся российский дипломат», показывающий глубокое уважение к трагически погибшему А.Г. Карлову.

Метафора служит одним из способов выражения оценки, а нередко приобретает статус аргумента в споре с оппонентами [Арутюнова 1999: 355]. Метафоры должны быть необычными, яркими, оригинальными для того, чтобы вызвать в сознании аудитории эмоциональные ассоциации, ярче представить событие или явление [Трошина 1990:66]. В выступлениях политика встречаются следующие метафоры: *вакуум власти, правда всплывёт, ложь льётся, действия срикошетят*.

Отдельное место занимает политическая метафора, которая порой сглаживает наиболее опасные политические высказывания, затрагивающие спорные политические проблемы, минимизируя при этом ответственность говорящего за возможную буквальную интерпретацию его слов [Кобозева 2000: 134]. Так, пример политической метафоры из выступления М.

Захаровой «*новогодний привет от команды Обамы*» не служит сглаживанию проблемы, наоборот, заостряет внимание на ней, более того, данная метафора переходит в аллюзию, которая раздвигает временные рамки за счёт отсылки к обвинениям Белым домом России в хакерских атаках на их электронные системы. Данный приём, с одной стороны, добавляет иронии к высказыванию, а с другой – выражает негативную оценку со стороны М. Захаровой к происходящему событию и усиливает её аргументацию.

Чрезмерное использование метафор может отвлечь слушателей от содержания выступления, но в речи М. Захаровой можно отметить меткое использование метафор, которые успешно выполняют поставленные цели.

Часто в текстах выступлений встречаются примеры метонимии: *Вашингтон* или *Белый Дом* вместо правительства США, *Москва* вместо правительства России, *Киев* вместо правительства Украины. Данный приём относится к особенностям дипломатической речи, его часто используют дипломаты.

В одном из выступлений встречается прием олицетворения: *история вряд ли простит поведение по принципу... История вряд ли простит* – яркий пример олицетворения для создания образности и подчёркивания серьёзности обозначенной проблемы.

Каламбур является излюбленным средством передачи иронии в текстах М. Захаровой. Например, заканчивая выступление относительно аналитиков НАТО, политик говорит: «*Артур Пирожков наставил НАТО рожков*». Фразеологизм *наставить рога* означает измену мужу, оскорбление чести, достоинства, сожительство с женой мужчины (ирон.). М. Захарова трансформирует данный фразеологизм, рифмует фамилию комедийного персонажа при помощи использования уменьшительно-ласкательного суффикса *-к-*. Используя данный приём, М. Захарова публично высмеивает НАТО [Фёдоров 2008: 398].

В анализируемом выступлении М. Захарова вводит устойчивое выражение: *после нас хоть потоп*. Введение афоризма позволило ей образно

описать ситуацию, позволило ёмко и выразительно озвучить свою мысль без лишних комментариев.

М. Захарова создает слово *недоплательщик* (строит его из слов *налогоплательщик* и *неплательщик*) в высказывании: «*как еще заставить налогоплательщиков, а может быть даже и недоплательщиков...*», тем самым она иронично намекает о том, что НАТО нечестно собирает деньги для своего бюджета. В данном высказывании можно увидеть скрытое обвинение НАТО в недобросовестности.

Особое место в выступлениях М. Захаровой занимает ирония. Она часто прибегает к данному приему. На брифинге от 28 декабря она говорит: «*в Вашингтоне...совсем не миролюбивые сны*», «*либо что-то там совсем не вяжется*». М. Захарова показывает своё чувство юмора и может отпустить колкое замечание: «*вот, BBC, учитесь!*». Используя иронию и шутки, официоз сменяется на менее формальную обстановку, происходит эмоциональная «разрядка» у аудитории. Официальный представитель становится ближе к российской аудитории и сторонникам России, потому что аудитория часто положительно принимает её шутки и остроты, что помогает её расположить аудиторию к себе, принять её сторону.

Эмоционально-оценочные лексические единицы могут включать разнообразные оттенки: неодобрительный, одобрительный, иронический, саркастический, презрительный, ласкательный, торжественно-приподнятый и др. Обычно оценочно-эмоциональная окраска постоянна, так как основывается на значении самого слова и отношением говорящего к называемому явлению.²⁰

Лексические единицы, встречающиеся в выступлениях М. Захаровой, можно разделить согласно эмоционально-оценочным коннотациям: пейоративные или отрицательно-оценочные и мелиоративные, т.е. положительно-оценочных [Крылова 2006: 165]. Отрицательно-оценочные:

²⁰Т.В. Жеребило. Словарь лингвистических терминов. 5-е изд., испр. и доп. — Назрань: Пилигрим, 2010. — С. 576.

трагический, террористический, инспирированный, срежиссированный, враждебный, изоциренный, непредсказуемый, совершенно возмутительный, смертоносный, порочный, с помощью которых речь приобретает серьезность, жёсткость. Отрицательно-оценочные эпитеты используются при освещении трагических событий или событий, угрожающие безопасности РФ. К положительно-оценочным относится слово *выдающийся*. В целом в речи М. Захаровой преобладает нейтральная лексика типа *дипломатический, законный, национальный, традиционный* и др.

При упоминании должностных лиц М. Захарова использует этикетную форму *господин*, например, *господин Уолкер*, или обозначает полное название должности: *специальный представитель департамента Соединенных Штатов Америки по украинским делам, Государственный секретарь штата Джорджия Брайан Кемп*. При использовании данных этикетных формул соблюдаются строгие требования дипломатической вежливости.

М. Захарова в своих выступлениях пользуется преимущественно политической и дипломатической терминологией: *дезавуировать, вакуум власти, страна-агрессор, санкционированный путь*.

В её речи встречается использование хорошо освоенных иностранных слов. Например, на брифинге от 28 декабря 2017 года М. Захарова использует слово *пассаж*, для придания своему высказыванию пафоса в ироническом смысле.

М. Захарова использовала слово *заклинать* в жаргонном аспекте с целью создания эффекта ироничной драматизации, употребив это слово при описании действий специального представителя департамента США по украинским делам, доказывая, что она ему не верит или он противоречит своим заявлениям.

В выступлениях М. Захаровой встречаются следующие синтаксические средства выразительности. Вопросно-ответный ход придаёт речи выразительность и диалогизирует монологическую речь. Данный приём

заключается в том, что оратор формулируют вопросы, которые могут вызвать возражения у слушателей или предугадывая вопросы, сам же их задает и отвечает. Например, у М. Захаровой: *«Почему? Не понятно»; «Вот как это все тогда вяжется с отправкой на Украину американских смертоносных вооружений для использования против жителей Донбасса? Либо с точки зрения соединенных штатов Донбасс и жители Донбасса не являются частью Украины, либо что-то там уже совсем не вяжется»; «Почему на Крым не идут? А я вам объясню».*

В выступлениях официального представителя можно найти большое количество риторических вопросов, с помощью которых создается эффект диалога с аудиторией, привлекается внимание к той или иной проблеме, делается акцент на каком-либо факте. Обращение с вопросом к аудитории – эффективный приём. Часто риторические вопросы несут в себе иронический подтекст. Примеры риторических вопросов в выступлениях: *«Я хочу задать вопрос: а что дальше?»; «Зачем? Не понятно»; «Ведь должна же быть какая-то логика в словах?»; «почему на Крым не идут? А я вам объясню».* Риторические вопросы у Марии Владимировны иногда несут разговорный оттенок, что располагает публику к ней.

В текстах М. Захаровой мы нашли примеры повтора и градации, расположение слов по возрастающей эмоциональности, для экспрессивности и акцентирования внимания на теме: *«каким-либо не дипломатическим нормам, а человеческим нормам, нормам гуманизма», «произошло подкрепление одних неуместных заявлений другими еще более неуместными заявлениями», «Да, конечно, они имеют национальную принадлежность, они, конечно, приехали из российской федерации...», «Мы сделаем места для журналистов из США. Специально отведенные места...», «в чьей карьере, в чьем творческом пути...», «О чем мы говорим? Какой там химический терроризм? Какое там распространение оружия массового поражения незаконное среди экстремистов и террористов? О чем вы говорите?».*

М. Захарова прибегает к повторам, которые выполняют усилительно-выделительную функцию оценки событий и лиц: *я хочу ещё раз сказать, ещё раз повторяю.*

К средствам выразительности относят прямую речь, которая может быть точной, приблизительной, а иногда даже вымышленной. Выступления М. Захаровой изобилуют прямой речью, особенно цитатами из заявлений других политиков и официальных документов. Отдельной особенностью является то, что М. Захарова отдельно подчёркивает дословные цитаты (*я цитирую...*) и официальный представитель МИД разрывает цитату, вставляя свой комментарий: *«Он, в частности, заявил, я цитирую: «экстремисты, экстремистские группы продолжают пользоваться вакуумом власти, существующим в Сирии, для расширения своих операций, которые несомненно будут включать в себя удары по российским интересам, возможно даже по российским городам. И Россия продолжит...»* здесь, конечно, *я попрошу вас набрать воздуха в легкие «и Россия продолжит отправлять домой военных...»* [Выступление на брифинге от 29.09.16 г., см. приложение 1, текст №3].

Высказывания М. Захарова могут содержать угрозы. На брифинге от 2 марта 2018 года, М. Захарова заявляет: *«если госдепартамент еще раз посмеет назвать наших журналистов, которые присутствуют на брифинге, журналистами из России, и на этом основании перестать с ними общаться, мы реализуем то, что обещали. Мы сделаем специальные места для так называемых журналистов из Соединенных Штатов Америки»* [брифинг от 2.03.18 г., см. приложение 1, текст №2]. При этом по интонации и выражению лица понятно, что М. Захарова не шутит, и это официальная позиция МИД в отношении данного инцидента.

В заявлении о гибели посла России в Турции М. Захарова подчеркивает: *«Терроризм не пройдет. Мы будем решительно с ним бороться».* В интервью для телеканала RussiaToday официальный представитель утверждает: *«...если Вашингтон действительно предпримет*

новые враждебные шаги, то получит ответ». В выступлениях М. Захарова никогда не увильивает от ответа, она говорит чётко и прямо: *«и дать чёткую недвусмысленную оценку»*. Также прямолинейно она произносит слова угрозы, поэтому к ним следует относиться серьезно. Мы полагаем, что угрозы – это то, что отличает ее выступления от выступлений мужчин-дипломатов. Её предшественник, Александр Казимирович Лукашевич, был более сдержан, незмоционален, перед камерой обычно был скован.

Начиная выступление, М. Захарова обозначает личную позицию: *«Я хочу прокомментировать событие и дать чёткую недвусмысленную оценку»*. И далее она приводит логически выстроенную аргументацию по поводу вопроса. Данная стратегия работает на выстраивание доверия и авторитета у публики. Её выступления всегда отличаются логической постановкой, строгим выстраиванием аргументации, чёткостью композиции всего выступления. Мария Захарова, дипломат-женщина, эмоциональна, и она мастерски переключается от темы к теме, при этом не смешивает забавное событие и трагические новости, её поведение, мимика, жесты, интонация также соответственно меняются.

Часто М. Захарова использует разговорные конструкции и слова: *в принципе; что-то там уже совсем не вяжется; некие кибератаки, идем дальше..., болтовня, ооовцы* и др. это добавляет ее выступлениям неофициальности, иногда придавая оттенок грубости, агрессии.

Использование вводных слов и конструкций: *конечно, к сожалению, в частности, что самое интересное, что касается, возможно, с одной стороны, с другой стороны, собственно говоря и др.* Вводные слова и конструкции используются с разной целью: для передачи эмоций: *к сожалению*; для выражения оценки к степени достоверности: *конечно, возможно*; для связи мыслей: *с одной стороны, другой стороны*; для указания способа оформления мысли: *короче говоря, собственно говоря*; для указания источника: *по сведениям, по заявлению*; для указания меры того, о чём говорится: *что самое интересное*; для выражения экспрессивности.

Часто встречающиеся вводные конструкции: *я хочу добавить, что...; я хочу сказать, что...; но я хочу еще раз сказать, что...; откровенно говоря; честно говоря; короче говоря.*

Особое внимание привлекает использование личных местоимений, которые обозначают личную ответственность М. Захаровой за представленную информацию, она как официальный представитель РФ ведёт диалог с противоположной стороной. Примеры из выступлений: *я бы хотела сказать; я прекрасно понимаю; мы реализуем то, что обещали; мы сделаем; я хочу еще раз сказать; мы сделаем места для журналистов из США; я бы хотела; мы вчера их (заявления) начали получать; я цитирую; я попрошу вас; я не хочу переходить на личности; я хочу обратить внимание; я хочу задать вопрос.*

В использовании личных местоимений выявлена оппозиция я, мы – они, вы: *как вы понимаете* – в обращении к аудитории; *вы не имеете права, как будто они не понимают* – в обращении к правительству США; *вы постоянно нас обвиняете* – в обращении к представителю правительства Украины.

Проанализировав употребление глаголов в выступлении Марии Захаровой мы пришли к следующим выводам. В текстах преобладают глаголы настоящего времени, так как Мария Захарова говорит об актуальных событиях, глаголы настоящего времени имеют значение конкретного действия, осуществляемого в настоящее время:²¹ *просыпается, являются, показывает, заявляет, понимаю, хочу сказать, не имеете (права), идёт (речь), настаивает, полагают, обвиняете, говорят, пугают, говорите, ведутся (расследования), квалифицируем, находимся (на связи), (терроризм) не пройдёт, пытаются пугать, продолжает литься, ищет (оправдание), уже происходит, хочу добавить, касается, говорит, врёт и др.*

²¹ Шведова, Н.Ю. Русская Грамматика. Т.1. – М.: Наука, 1980 г. – С. 626.

Глаголы прошедшего времени выражает действие как факт прошлого, чаще используются при описании.²² М. Захарова использует глаголы прошедшего времени для анализа или освещения прошедших событий, для описания исторических фактов. Глаголов прошедшего времени в текстах намного меньше, чем глаголов в форме настоящего времени: *опубликовал, заклинал, заявил, доказал, порадовал, прозвучали, начали получать, не произошло, получил (ранение), получили (заверение), уже устали, запустила, сообщили и др.* Преобладают глаголы совершенного вида прошедшего времени, так как глаголы прошедшего времени совершенного вида тесно связывают план прошедшего времени с планом настоящего времени²³, то есть М. Захарова освещает события недавнего прошлого, которые ещё имеют актуальность в настоящем времени.

Глаголы будущего времени используются для обещаний, угроз, выражения надежды или каких-либо действий, которые будут иметь место в будущем.²⁴ В выступлениях М. Захаровой практически не встречается глаголов будущего времени, это объясняет тем, что она не строит прогнозов, а имеет дело с актуальными событиями. В анализируемых текстах глаголы будущего времени совершенного вида встретились при угрозах: *«...мы реализуем то, что обещали. Мы сделаем специальные места...»*, *«...если Вашингтон действительно предпримет новые враждебные шаги, то получит ответ»*; при выражении надежды: *«была надежда, что к утру эти заявления будут дезавуированы»*; при обещании в связи с делом погибшего дипломата в Турции: *«...мы находимся на связи с турецкими официальными лицами, от которых получили заверение в том, что будет проведено тщательное всестороннее расследование, убийцы будут наказаны. Сегодня же этот вопрос будет поставлен перед членами Совета Безопасности Организации Объединенных Наций. Терроризм не пройдет. Мы будем решительно с ним бороться»*.

²² Там же, с. 627.

²³ Там же, с. 627.

²⁴ Там же, с. 628.

Итак, использование глаголов различных форм времени решает задачи, которые ставятся перед официальным представителем МИД РФ.

Таким образом, проведённый нами анализ вербальных средств воздействия в выступлениях М. Захаровой показал, что её речь отличается повышенной экспрессией, преобладанием негативно-оценочной лексики, стремлением к ироническому и саркастическому изложению той или иной проблемы. М. Захарова всегда точно и конкретно формулирует мысль как при изложении событий, так и при ответах на вопросы. Она искусный оратор и прекрасно выступает при любых обстоятельствах, будь это выступление с оценкой событий в прямом эфире или запись интервью. Используемые ею языковые средства создают и поддерживают образ жёсткого, прямолинейного дипломата в отечественных и зарубежных СМИ.

2.3. Особенности невербального поведения М. Захаровой

Невербальный аспект речевого воздействия не менее важен, чем сама речь, а иногда и более важен. Описание невербального коммуникативного поведения – это сложный процесс, так как мы имеем дело со множеством знаков и символов, которые могут трактоваться по-разному в зависимости от ситуации. Профессия дипломата требует высокого уровня развития коммуникативной способности, культуры и техники эффективного общения. Вербальные и невербальные средства искусного оратора должны соответствовать цели общения и его форме. При вступлении в общение люди распознают потребности друг друга для формирования коммуникативного контакта. Собеседники оценивают личные качества, формируют цель общения, выбирается ситуативно оправданная форма общения и приемы общения для реализации своих интересов и достижения цели общения. Оратор должен уметь контролировать ход общения, мастерски использовать средства влияния на психическое состояние аудитории [Пиз 2006: 34-36].

Помимо общего имиджа и поведения посредством невербальных знаков также создаётся определённое впечатление о человеке. Имидж дипломатов разработан до мельчайших подробностей, определены даже их жесты и мимика. Во всех выступлениях М. Захаровой мы можем наблюдать, что вербальные и невербальные средства общения соответствуют цели общения. Слова, построение фраз, мимика, жесты и поза М. Захаровой располагают к общению и к достижению цели общения. Мы должны понимать, что невербальные средства общения регулируются подсознательно, они указывают на подсознательную направленность говорящего. Подделать язык жестов практически невозможно, поэтому, чем менее образован или подготовлен человек, тем чаще он прибегает к плохо контролируемым жестам [Пиз 2006: 88-90]. На примере Марии Захаровой мы видим тщательную и многолетнюю подготовку талантливого выступающего, который будет производить впечатление уверенного и волевого профессионала на международной дипломатической арене.

Описание невербальных особенностей реализации функции воздействия в выступлениях М. Захаровой мы произвели на основе модели описания невербального коммуникативного общения с опорой на исследование И.А. Стернина [Стернин 2012: 60-69]. Известно, что к невербальным знакам относятся взгляд, мимика, поза, движения, походка, осанка и др.

М. Захарова всегда смотрит прямо в глаза собеседнику или аудитории. Взгляд прямой и уверенный. Это говорит о её высокой самооценке и уверенности. М. Захарова довольно эмоциональна. Эмоции всегда совпадают с событием. Эмоции естественны. Держится она прямо, иногда опирается на кафедру двумя руками, сидит обычно достаточно расслабленно, держа спину ровно. Может сидеть нога на ногу или обхватить одно колено рукой. Походка прямолинейная, уверенная. Темп ходьбы средний или ближе к быстрому, что говорит об уверенности и целенаправленности [Тарасов 1990: 45].



Рисунок 10. Мария Захарова опирается на кафедру²⁵



Рисунок 11. Мария Захарова²⁶

Жестикуляция сдержанная, в руке или перед собой папка, но нет нервного или какого-либо ещё манипулирования ею.

²⁵ Источник фотографии: <https://112.international/politics/smart-missiles-should-aim-terrorists-russia-reacts-to-trumps-claim-27481.html> (дата обращения 15.05.2018)

²⁶ Источник фотографии: <https://www.vecherka.ee/703511/mariya-zaxarova-mid-rossii-perestraivaetsya-na-xodu> (дата обращения 15.05.2018)

М. Захарова не прячет взгляд, смотрит прямо на аудиторию во время публичных выступлений или на собеседника во время личного общения или интервью.

Отсутствуют характерные жесты. Можно выделить указательные жесты, эмоционально-оценочные жесты: неодобрение и одобрение покачиванием головы, улыбка как выражение дружелюбия, практически отсутствие эмоций, серьезное выражения лица при соответствующих ситуациях.



Рисунок 12. Мария Захарова²⁷

Когда люди нервничают, они совершают частые, нервные движения: частые прикосновения к лицу, волосам, голове, переступания с ноги на ногу, раскачивание и др., которые выдают, что человек нервничает [Сорокина 2002: 89]. В выступлениях М. Захаровой такие привычки отсутствуют. Каждое её движение свидетельствует только об уверенности и комфорте общения с аудиторией.

²⁷ Источник фото: <http://tass.ru/politika/4639000> (дата обращения 15.05.2018)

Важную роль в образе человека, выступающего на публике, играет громкость речи. Громкий и мощный голос подсознательно воспринимается как знак силы и власти. Темп речи М. Захаровой умеренный, что вновь свидетельствует об уверенности и спокойствии. Можно предположить, что М. Захарова учитывает темп речи, так как её аудитория интернациональна и имеет разные уровни владения русским языком.

Невербальные симптомы проявляются бессознательно и отражают психическое и физическое состояние человека. В выступлениях М. Захаровой можно наблюдать то, как она выражает радость, горе, раздражение, возмущение, удивление. Она всегда выражает внимание к собеседнику. В ее выступлениях нет следов усталости, неуверенности и растерянности. В целом, можно отметить конгруэнтность поведения. В выступлениях М. Захаровой вербальные смыслы всегда соответствуют невербальным сигналам. В случаях неконгруэнтности аудитория больше верит невербальной информации, а конгруэнтность поведения Марии Захаровой укрепляет доверие аудитории и поддерживает имидж уверенного, сильного и образованного оратора.

Её манера речи близка речевым особенностям президента В.В. Путина. Дипломат М. Захарова может и пошутить, и пристыдить, но в целом у неё сохраняется образ сильного, волевого лидера. М. Захарова всегда держится уверенно, с достоинством. На телепередаче «Воскресный вечер» обсуждалась ситуация на Украине. Председатель украинского правления центра стратегических исследований Павел Жовниренко обвинил Россию во вмешательстве в дела Украины. На что М. Захарова отреагировала очень эмоционально, она повысила интонацию, начала жестикулировать активнее, чем обычно, но при этом она не ушла от своей аргументации, она ловко вышла из конфликтной ситуации, во-первых, продолжив аргументацию со ссылкой на официальный документ ООН, во-вторых, привела ситуацию из фильма «Гараж», задав юмористический момент беседе, и её выступление вызвало бурную поддержку у аудитории.

М. Захарова контролирует жесты и мимику. Сложно заметить, что какой-то жест является неуместным. Она не только прекрасно владеет искусством общения, но прекрасно знакома с этикетом и протоколом. М. Захарова не размахивает руками, не повышает голоса, мы не отметили вредных поведенческих привычек, которые обычно разрушают имидж (постоянное поправление волос, накручивание прядей на палец, оббивание ноги вокруг ножки стула и др.). Дипломат имеет сдержанную жестикуляцию, все движения её точны. В её выступлениях мы отметили раскрытие ладоней, что говорит о честности и открытости [Смирнова 2000: 7]. В её беседах с оппонентами часто встречается указующий перст, что свидетельствует о доминировании и агрессивности [Свинцов 1990: 70].



Рисунок 13. Мария Захарова²⁸

Нельзя недооценивать роль пауз в выступлениях. М. Захаровка мастерски владеет этим приёмом. Она использует паузу для подчеркивания важности информации и привлечения внимания. *Я хочу задать вопрос: а что дальше?* Здесь М. Захарова делает паузу, даёт аудитории время самим

²⁸ Источник фото: <http://svpressa.ru/politic/article/178339/> (дата обращения 16.05.2018)

ответить на этот вопрос и продолжает выступление. Также официальный представитель МИД делает паузу между частями выступления, меняя тему доклада и, соответственно, общую интонацию. М. Захарова производит впечатление уверенного в себе человека, контролирующего ситуацию.

Невербальное поведение М. Захаровой соответствует её вербальному поведению, а коммуникативное поведение поддерживает образ уверенной, сильной, знающей своё дело женщины-дипломата, которая может отстаивать интересы страны на внешнеполитической арене.

Приведём комплексный анализ отрывка брифинга Марии Захаровой от 16.03.17 г.²⁹ Данное выступление на пресс-конференции отличается большей эмоциональностью по сравнению с другими анализируемыми текстами, построено на основе различных средств выразительности.

М. Захарова использует многообразные эпитеты с эмоционально-оценочной, иронической окраской: *благотворная аудитория на Западе, коварные и вероломные русские, изощрённые угрозы*, что добиться юмористического эффекта.

В данном выступлении встречается разговорная лексика типа *НАТОвские аналитики*, которая сближает аудиторию и докладчика, при том, что активно используются дипломатическо-политические термины: *альянс, диверсификация, арсенал*.

Оратор привлекает внимание риторическими вопросами: *«О чём мы говорим? Какой там химический терроризм? Какое там распространение оружия массового поражения незаконное среди экстремистов и террористов? О чём вы говорите?»* (в том числе здесь используется эффект градации, доведения ситуации до абсурда с применением антитезы: химический терроризм противопоставляется юмору); *«у меня один вопрос: сколько стоил этот анализ? Может, мы в следующий раз просто поможем?»*; *«а альянс тут же заявляет, что это создает угрозу, то кому верить? Кто из них врет? Эх... (вздых) ну что я могу сказать?»*.

²⁹ См. приложение 1 текст №7.

М. Захарова, используя каламбур: *недоплательщики*, завершает выступление очередным каламбуром *Пирожков – рожков*: «*Артур Пирожков наставил НАТО рожков*». Каламбур используется для высмеивания сложившейся ситуации, для подчёркивания нелепости и некомпетентности аналитиков НАТО.

В данном выступлении Мария Захарова прибегает к цитированию и приводит исторические факты в качестве весомых аргументов для убеждения аудитории: «...«*инструментом, цитирую, политической стратегической коммуникации*», это дословная цитата»; «я просто хочу привести вам цитату из заявления Министра иностранных дел Латвии господина Ринкевича от 2014 г. Тогда он отметил, что хотел бы, чтобы мероприятия, связанные с культурой (вам известно, что на территории Латвии проводились культурные мероприятия) не смешивались с политикой и вещами, стоящими вне культуры». Данным сообщением официальный представитель МИД закончила свой брифинг, уместно обыграв новости в юмористическом ключе. Выступая, она улыбалась, смеялась, использовала междометия и театральные вздохи для создания комического эффекта. И, несмотря на то, что в целом сообщение подавалось в лёгком юмористическом ключе, М. Захарова, между тем, подняла серьёзную проблему, которая возникла на международной арене, обозначила аудитории вопрос для размышления. Высмеивая аналитиков НАТО, М. Захаровой удалось расположить международную аудиторию к России.

Таким образом, проведённый анализ показал ораторское мастерство М. Захаровой, выявил её волевой характер, подчеркнул компетентность и эмоциональность выступлений, что позволило докладчику добиться расположения широкой зрительской аудитории.

Выводы по 2 главе

Исследование показало, что профессиональный подход к созданию имиджа обеспечивает достижение цели, делает политика успешным и популярным. Внешний вид является важным компонентом политического

имиджа, который позволяет воздействовать на массовое сознание, поэтому публичные персоны уделяют внимание всем составляющим для создания и поддержания эффективного имиджа. М. Захарова – российский дипломат, официальный представитель МИД РФ имеет сложившийся образ женщины-политика.

Политик-оратор использует различные языковые средства, чтобы оказать воздействие на аудиторию и добиться поставленных целей. Профессиональное владение оратором совокупности лингвистических средств общения, способов убеждения и различных форм языкового воздействия на аудиторию обеспечивает эффективность и успешность выступления. М. Захарова – искусный оратор, её речь отличается особой экспрессией и наличием различных выразительных средств. Выступления дипломата строго логичны и аргументированы. Языковые средства поддерживают имидж уверенного и волевого политика.

Профессия дипломата требует высокого уровня развития коммуникативных способностей, культуры и техники эффективного общения. Во всех выступлениях М. Захаровой отмечается целесообразное использование паралингвистических средств коммуникации. М. Захарова производит впечатление уверенного в себе человека, контролирующего ситуацию.

Коммуникативное поведение дипломата соответствует образу личности, которая способна отстаивать интересы страны на внешнеполитической арене.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведённого теоретического исследования и анализа лингвистических и паралингвистических средств выступлений официального представителя МИД РФ Марии Захаровой были сделаны следующие выводы:

1. Политический дискурс – это важная часть современного общества, так как каждая личность так или иначе принимает участие в политике страны, соответственно, на каждую личность происходит влияние со стороны СМИ в политической сфере жизни. Политический язык – это особая подсистема языка, которая помогает решать задачи политической коммуникации. Политическая речь отличается от других видов коммуникации, так как политическая речь отражает события общественно-политической жизни, влияет на интеллектуальную и эмоциональную сферы, влияет на сознание и формирование оценки у широких масс, при этом служит целям пропаганды, побуждению к политическим действиям, принятию социально-политических решений.

Дипломатический дискурс является поддискурсом политического. К сожалению, он мало изучен в лингвистике, но при этом он изучается в юриспруденции, экономике, политологии, дипломатии и переводоведении. Лингвистические исследования направлены на изучение социолингвистических факторов дипломатического дискурса и выявление его языковых и конститутивных особенностей. Изучение дипломатического дискурса позволяет понять, как цели и задачи внешней политики передаются через данный вид коммуникации и формируют образ внешней политики в общественном сознании. Особую роль в успешности данного вида коммуникации играет уровень развития коммуникативной компетентности языковой личности.

2. Массовая коммуникация осуществляется в рамках всего общества, является важным условием развития и организации общества. Массовая коммуникация социально обусловлена, потому что взаимодействия людей на основе массовой коммуникации обеспечивает социальные

действия. Массовые коммуникации осуществляют социальный контроль, способствуют общественному прогрессу, учитывая спрос и предложения общества. Поэтому массовую коммуникацию можно рассматривать в системе социальных отношений и как отдельный вид данных отношений.

СМИ формируют наши оценки и манипулируют нашим сознанием каждый день. Основные методы влияния СМИ на общественное сознание являются преобразование коммуникативно-содержательной стороны информации и эмоциональное воздействие.

3. Язык СМИ – особый язык социального взаимодействия и информационного воздействия, он постоянно совершенствуется вместе с современными технологиями. Язык СМИ имеет особенные формы выражения, структурирующие наше восприятие, создающие особые виды восприятия действительности, которые могут дополняться документальностью, реальностью, и вымыслом, и даже иметь виртуальный характер. Информационное воздействие языка СМИ на общество велико, ведь СМИ присутствуют во всех сферах жизни общества. Воздействие СМИ может носить и положительный, и отрицательный характер в зависимости от цели. Основными функциями языка СМИ являются информативная и эмоциональная. СМИ – это особый язык информационного воздействия, располагающий специфическими средствами и символами для создания в массовом сознании определенной картины мира. Создавая в нашем сознании стереотипы, СМИ формируют общественное сознание. Через СМИ в нашем сознании происходит формирование моделей поведения, привычек, сознания в целом на основе тех ценностей и политических идеалов, которые задаются особенностями государственного устройства и демонстрируются в СМИ. Так проявляются воздействующая функция СМИ и процессы манипуляции.

4. Имидж хоть и является лишь одной из составляющей личности, сам имидж явление сложное и многокомпонентное. Имидж влияет на развитие политической культуры. При создании успешного имиджа имиджмейкерам приходится учитывать множество факторов и продумывать

множество деталей образа публичной личности, учитывая личные и внешние особенности, гендерность, психологические и интеллектуальные отличительные черты. В информационном обществе современные подходы к проблеме политического имиджа отличаются акцентом на взаимодействие политика и социальной группы. Ведь в современном обществе имидж политика – это средство воздействия на целевую аудиторию. Особую роль в формировании имиджа политического лидера сегодня приобретает визуальная информация. Политический имидж призван соответствовать ожиданиям, социальным стереотипам и традициям. Воздействие имиджа на общественное мнение осуществляется по ряду каналов, с помощью специальных психологических приёмов и механизмов, придающих привлекательность имиджу.

Имидж официального представителя МИД РФ Марии Захаровой отличается проработанностью и цельностью, что тем самым объясняет успешность и популярность Марии Захаровой в дипломатии. Её внешний вид соответствует её внутренним чертам характера. Несомненно, Мария Владимировна обладает необходимой компетенцией, умом, харизмой, ораторским мастерством и внешними данными для успешного воздействия на массовое сознание.

5. Проанализировав языковые средства в текстах М. Захаровой мы пришли к выводу, что её речь отличается убедительностью и политическим весом, при этом спикер эмоционален, что располагает аудиторию к выступающему. Речь официального представителя МИД изобилует тропами и фигурами речи, которые делают её речь более живой, яркой и запоминающийся. Для воздействия Мария Захарова использует широкий спектр средств: приёмы диалогизации, привлечения внимания, лексические, стилистические и синтаксические средства. Логичность и аргументированность её выступлений демонстрируют её интеллект и волевой характер. Языковые средства раскрывают образ уверенной и компетентной женщины-дипломата.

6. Изучение невербальных средств общения актуально в современной науке. Невербальные средства являются бессознательными, поэтому их практически невозможно подделать, поэтому невербальный язык о многом может рассказать. Но и по этой же причине он очень сложен для анализа. Каждый элемент невербального общения необходимо рассматривать в контексте, но и при соблюдении данного условия нельзя игнорировать многозначность каждого невербального знака. Невербальное поведение Марии Захаровой поражает естественной уверенностью, когда она выступает, аудитория верит ей и доверяет. Она обладает высоким уровнем развития коммуникативной способности, культуры и техники общения. В сознании людей создаётся образ уверенного и достойного представителя нашей страны на международной политической арене. Мария Владимировна Захарова уникальный политик: она первая женщина, занимающая данный пост, в то же время является очень артистичной, что добавляет ей привлекательности в глазах аудитории, и, несомненно, она очень умна и компетентна для занимаемой должности.

Итак, мы рассмотрели определение и основные признаки политического дискурса, определили роль СМИ в политической реальности, рассмотрели лингвистические средства построения дипломатического дискурса, реализующие функцию воздействия. Мы описали технологию формирования и поддержания имиджа официального представителя МИД РФ Марии Захаровой, проанализировали лингвистические и паралингвистические средства в её публичных устных выступлениях.

Перспективы дальнейшего исследования могут быть связаны со сравнительным анализом текстов выступлений других политиков, как женщин, так и мужчин, с изучением конкретных средств воздействия и манипуляции в речи политиков, с созданием классификации средств воздействия на аудиторию в рамках политического дискурса, изучением методик предупреждения конфликтов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алтунян, А.Г. Анализ политических текстов: учебное пособие [Текст] / А.Г. Алтунян. – М.: Логос, 2006. – 384 с.
2. Абрамович А.Я. Словарь иностранных слов. 18-е изд. – М: Рус. яз., 1989. – 624 с.
3. Андреев, А.Л. Политическая психология [Текст] / А.Л. Андреев. – М.: Изд-во «Весь мир», 2002. – 240 с.
4. Анисимова, Т.В. Современная деловая риторика: учеб. пособие [Текст] / Т.В. Анисимова, Е.Г. Гимпельсон. – М.: Моск. психолого-соц. ин-т; Воронеж: Изд-во НПО «МОДЭК», 2002. – 432 с.
5. Апресян, В.Ю. Имплицитная агрессия в языке [Текст] / В.Ю. Апресян // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии: тр. междунар. конф. «Диалог 2003» (Протвино, 11-16 июня 2003). – М.: Наука, 2003. – С. 32-35.
6. Артемьева, Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики [Текст] / Е.Ю. Артемьева; ред. И.Б. Ханиной. – М.: Наука; Смысл, 1999. – 350 с.
7. Арутюнова, Н.Д. Язык и мир человека 2-е изд., испр. [Текст] / Н.Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
8. Бабенко, Л.Г. Лингвистический анализ художественного текста [Текст] / Л.Г. Бабенко, Ю.В. Казарин. – М.: Флинта, 2003. – 496 с.
9. Баранов, А.Н. Аргументация как языковой и когнитивный феномен [Текст] / А.Н. Баранов // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / отв. ред. Ф. М. Березин, Е.Ф. Тарасов. – М.: Наука, 1990. – С. 41-52.
10. Безменова, Н.А. Риторическая модель речевой деятельности [Текст] / Н.А. Безменова // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / отв. ред. Ф.М. Березин, Е.Ф. Тарасов. – М.: Наука, 1990. – С. 15-27.

11. Безменова, Н.А. Речевое воздействие как риторическая проблема [Текст] / Н.А. Безменова // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М.: ИНИОН, 1989. – С. 116-133.
12. Бендас, Т.В. Психология лидерства: учебное пособие [Текст] / Т.В. Бендас. – СПб.: Питер, 2009. – 448 с.
13. Богданов, Е. Психологические основы «Паблик рилейшнз» [Текст] / Е. Богданов, В. Зазыкин. – СПб.: Питер, 2003. – 208 с.
14. Боришполец, К.П. Методы политических исследований: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлениям подгот. «Политология», «Междунар. отношения» и «Регионоведение» [Текст] / К.П. Боришполец. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 220 с.
15. Брайант, Д. Основы воздействия СМИ: Пер. с англ. [Текст] / Д. Брайант, С. Томпсон. – М.: Издательский дом «Вильяме», 2004. – 432 с.
16. Будаев, Э.В. Зарубежная политическая лингвистика: учеб. пособие [Текст] / Э.В. Будаев, М.Б. Ворошилова, Е.В. Дзюба, Н.А. Красильникова; отв. ред. А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2011. – 252 с.
17. Бурдьё, П. О телевидении и журналистике [Текст] / Пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой; Отв. ред., предисл. Н. Шматко. – М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160 с.
18. Валгина, Н.С. Теория текста: учеб. пособие [Текст] / Н.С. Валгина. – М.: Изд-во МГУП «Мир книги», 1998. – 210 с.
19. Вилков, А.А. Избирательные технологии: проблема эффективности и политических последствий [Текст] / А.А. Вилков // Власть. – 2003. – №4. – С. 17-18.
20. Волков, А.А. Основы риторики: учеб. пособие для вузов [Текст] / А.А. Волков. – М.: Академ. проект, 2003. – 304 с.
21. Волкова, В.В. Имиджелогия [Текст] / В.В. Волков. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2005. – 168 с.

22. Володина, М.Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание [Текст] М.Н. Володина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / Под ред. М. Н. Володиной. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – С. 9-31.
23. Гальперин, И.Р. Текст как объект лингвистического исследования [Текст] / И.Р. Гальперин. – М.: Наука, 1981. – 139 с.
24. Герасимова, С.А. Телевидение как средство формирования и управления общественным сознанием [Текст] / С.А. Герасимова // Управленческое консультирование. – 2007. – № 2. – С. 143-148.
25. Гозман, Л.Я. Политическая психология [Текст] / Л.Я. Гозман, Е.Б. Шеслопал. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1996. – 445 с.
26. Гринберг, Т.Э. Политическая реклама: портрет лидера [Текст] / Т.Э. Гринберг. – М.: РИП-Холдинг Москва, 1995. – 104 с.
27. Гринберг, Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама: учеб. пособие для студентов вузов [Текст] / Т.Э. Гринберг. – М.: Аспект Пресс, 2005. – 317 с.
28. Гринева, С.В. Менталитет и ментальность современной России [Текст] / С.В. Гринева. – Невинномысск: Сев.-Кавк. гос. техн. ун-т; Невинномыс. технол. ин-т, 2003. – 176 с.
29. Гумбольдт, В. фон. Избранные труды по языкознанию [Текст] / В. фон Гумбольдт. – М.: Прогресс, 1984. – 400 с.
30. Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т.А. ван Дейк; пер. с англ. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с.
31. Демьянков, В.З. Эффективность аргументации как речевого воздействия [Текст] / В.З. Демьянков // Проблемы эффективности речевой коммуникации. – М.: ИНИОН, 1989. – С. 13-40.
32. Дипломатический словарь. Т.1. / Глав. ред. А.А. Громыко, И.Н. Земсков, В.М. Хвостов. – М.: Политиздат, 1971. – 612 с.
33. Долгов, В.М. Идеологический фактор в электоральном процессе современной России [Текст] / В.М. Долгов // Власть. 2003. – №4. – С. 3-5.

34. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита [Текст] / Е.Л. Доценко. – СПб.: Речь, 2003. – 304 с.
35. Желтухина, М.Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: автореф. дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.19 [Текст] / М.Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2004. – 44 с.
36. Желтухина, М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография [Текст] / М. Р. Желтухина. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с.
37. Зализняк, А.А. Ключевые идеи русской языковой картины мира [Текст] / А.А. Зализняк, И.Б. Левонтина, А.Д. Шмелев. – М.: Языки славянской культуры, 2005. – 544 с.
38. Зелинский, С.А. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание [Текст] / С.А. Зелинский. – СПб.: Издательско-Торговый Дом «СКИФИЯ», 2008. – 280 с.
39. Иванов, В.Ф. Массовая коммуникация: монография [Текст] / В.Ф. Иванов. – Киев: Академия Украинской Прессы, Центр Свободной Прессы, 2013. – 902 с.
40. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О.С. Иссерс. – М.: Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.
41. Иссерс, О.С. Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий [Текст] / О.С. Иссерс // Вестн. Омск, ун-та. 1999. – Вып. 1. – С. 74-79.
42. Каландаров, К.Х. Управление общественным сознанием. Роль коммуникативных процессов [Текст] / К.Х. Каландаров. – М.: Гуманитарный центр «Монолит», 1998. – 80 с.
43. Каменская, О.Л. Текст и коммуникация [Текст] / О.Л. Каменская. – М.: Высш. шк., 1990. – 152 с.

44. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием [Текст] / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Эксмо, 2005. – 832 с.
45. Карасик, В.И. Этнокультурные типы институционального дискурса // Этнокультурная специфика речевой деятельности: сб. обзоров [Текст] / В.И. Карасик. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 37-64.
46. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю.Н. Караулов; отв. ред. Д. Н. Шмелев; АН СССР, Отделение лит. и яз. – М.: Наука, 1987. – 263 с.
47. Качалов, М. Трансформация PR-рынка и PR-индустрии в путинские времена[Текст] / М. Качалов // Советник. – 2006. – №1. – С. 17-25.
48. Киселева, Л.А. Вопросы теории речевого воздействия [Текст] / Л.А. Киселева. – Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1978. – 159 с.
49. Кобозева, И.М. Лингвистическая семантика: учебное пособие [Текст] / И.М. Кобозева. – М.: УРСС Эдиториал, 2000. – 352 с.
50. Кольев, А. Политическая мифология: реализация социального опыта [Текст] / А.Кольев. – М.: Логос, 2003. – 384 с.
51. Корнилов, О.А. Языковые картины мира как производные национальных менталитетов [Текст] / О.А. Корнилов. – М.: Изд-во «ЧеРо», 2002. – 349 с.
52. Котов, А.А. Механизмы речевого воздействия в публицистических текстах СМИ: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 [Текст] / А.А. Котов. – М., 2003. – 24 с.
53. Кошелюк, М.Е. Технологии политических выборов [Текст] / М.Е. Кошелюк. – СПб.: Питер, 2004. – 240 с.
54. Крылова, О.А. Лингвистическая стилистика. В 2 кн. Кн. 1. Теория: учебное пособие [Текст] / О.А. Крылова. – М.: Высшая школа, 2006. – 424 с.
55. Кубрякова, Е.С. Язык средств массовой информации: Учебное пособие для вузов [Текст]/ Е.С. Кубрякова, Л.В. Цурикова; под ред. М.Н. Володиной. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – 760 с.

56. Кубрякова, Е.С. О понятиях дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике [Текст] / Е.С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность: функциональный и структурный аспекты. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 7-25.
57. Левин, Ю.И. О семиотике искажения истины [Текст] / Ю.И. Левин // Избранные труды: Поэтика. Семиотика. – М.: Языки русской культуры, 1998. – С. 594-606.
58. Лингвистический энциклопедический словарь [Текст] / под ред. В.Н. Ярцевой. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 682 с.
59. Липпман, У. Общественное мнение [Текст] / У. Липпман; пер. с англ. Т.В. Барчунова. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
60. Лисовский, С.Ф. Избирательные технологии: история, теория, практика [Текст] / С.Ф. Лисовский, В.А. Евстафьев. – М.: РАУ Университет, 2000. – 320 с.
61. Лосев, А.Ф. Диалектика мифа [Текст] / А.Ф. Лосев. – М.: Наука, 2001. – 560 с.
62. Макаревич, Э. Игры интеллигентов или социальный контроль масс [Текст] / Э. Макаревич, О. Карпухин. – М.: Эксмо, 2003. – 480 с.
63. Макаров, М.Л. Основы теории дискурса [Текст] / М.Л. Макаров. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
64. Маклюэн, Г.М. Понимание медиа: Внешние расширения человека [Текст] / Г.М. Маклюэн, пер. с англ. В. Николаева; Закл. ст. М. Вавилова. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
65. Максимов, А.А. Война по правилам и без. Технологии изготовления предвыборных миражей [Текст] / А.А. Максимов. – М.: Дело, 2003. – 320 с.
66. Малкин, Е.Б. Политические технологии [Текст] / Е.Б. Малкин, Е.Б. Сучков. – М.: Русская панорама, 2006. – 680 с.

67. Мандель, Б.Р. PR: Методы работы со средствами массовой информации [Текст] / Б.Р. Мандель. – М.: Эксмо, 2009. – 205 с.
68. Манойло, А.В. Государственная информационная политика в особых условиях: Монография [Текст] / А.В. Манойло. – М.: МИФИ, 2003. – 388 с.
69. Мансурова, А. И. Вербальные способы манипуляции общественным сознанием [Текст] / А.И. Мансурова // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. – Казань: Изд-во КГУ, 2009. – №1. – С. 69-73.
70. Матвейчев, О.А. Предвыборная кампания: практика против теории [Текст] / О.А. Матвейчев, Ю.В. Новиков. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2003. – 140 с.
71. Млечин, Л.М. Кремль. Президенты России. Стратегия власти от Б.Н. Ельцина до В.В. Путина [Текст] / М.Л. Млечин. – М.: ЗАО Центрполиграф, 2003. – 703 с.
72. Науменко, Т.В. Психологические методы воздействия на массовую аудиторию [Текст] / Т.В. Науменко // Вопросы психологии. – М.: Педагогика, 2003. – № 6. –С. 19-23.
73. Новиков, А.И. Смысл как особый способ членения мира в сознании [Текст] / А.И. Новиков // Языковое сознание и образ мира: сб. ст. / отв. ред. Н. В. Уфимцева. – М.: б. и., 2000. – С. 33-39.
74. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка [Текст] / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Аз, 1996. – 928 с.
75. Ольшанский, Д.В. Психология масс [Текст] / Д.В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2001. – 368 с.
76. Ольшанский, Д.В. Политическая психология [Текст] / Д.В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2002. – 576 с.
77. Ольшанский, Д.В. Политический PR [Текст] / Д.В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2003. – 554 с.
78. Ольшанский, Д.В. Политический консалтинг [Текст] / Д.В. Ольшанский, В.Ф. Пеньков. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.

79. Орлова, Н. Имидж как процесс политической коммуникации [Текст] / Н. Орлова. – М.: Наука, 2008. – 171 с.
80. Почепцов, Г.Г. Паблик рилейшнз для профессионалов [Текст]/ Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук: Ваклер, 2002. – 622 с.
81. Павиленис, Р.Й. Проблема смысла. Логико-функциональный анализ языка [Текст] / Р.Й. Павиленис. – М.: Мысль, 1983. – 286 с.
82. Павленок, П.Д. Краткий словарь по социологии [Текст] / П.Д. Павленок. – М.: Инфра-М, 2000. – 270 с.
83. Панасюк, А.Ю. Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж [Текст] / А.Ю. Панасюк. – М.: Дело, 2001. – 239 с.
84. Панюшкин, В. Следите за правой рукой [Текст] / В. Панюшкин // Власть. – 2002. – № 14. – С. 29-35.
85. Паршин, П.Б. Речевое воздействие: основные формы и разновидности [Текст] / П.Б. Паршин // Рекламный текст: семиотика и лингвистика / Ю.К. Пирогова, А.Н. Баранов, П.Б. Паршин и др. – М.: Издат. дом Гребенникова, 2000. – 336 с.
86. Пиз, А. Язык телодвижений (перев. с англ.) [Текст] / Аллан Пиз. – М.: Эксмо, 2006. – 272 с.
87. Политическая имиджелогия [Текст] / Под ред. А.А. Деркача. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 400 с.
88. Попов, В.И. Современная дипломатия: теория и практика. Дипломатия – наука и искусство: курс лекций. 2-е изд., доп. [Текст] / В.И. Попов. – М: Междунар. отношения, 2003. – 576 с.
89. Попова, З.Д. Очерки по когнитивной лингвистике [Текст] / З.Д. Попова, И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2001. – 189 с.
90. Почепцов, Г.Г. Имиджелогия [Текст]/ Г.Г. Почепцов. – М.: Реф-бук, 2002. – 574 с.
91. Прохоров Е.П. Введение в журналистику [Текст] / Е.П. Прохоров. – М.: Высш. шк., 1988. – С. 50-130.

92. Пушкарёва, Г.В. Политический менеджмент [Текст] / Г.В. Пушкарёва. – М.: Дело, 2002. – 400 с.
93. Речевое воздействие: проблемы прикладной психолингвистики: сб. ст. / отв. ред. А.А. Леонтьев; АН СССР, Ин-т языкознания. – М.: Наука, 1972. – 144 с.
94. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации [Текст] / ред. Ф. М. Березин, Е. Ф. Тарасов. – М.: Наука, 1990. – 136 с.
95. Роль человеческого фактора в языке: Язык и картина мира [Текст] / Б.А. Серебренников, Е.С. Кубрякова, В.И. Постовалова и др. – М.: Наука, 1988. – 216 с.
96. Рыбакина, А.В. Проблемы политического дискурса [Текст] / А.В. Рыбакина [Электронный ресурс] – URL: https://www.pglu.ru/upload/iblock/5b3/uch_2009_ii_00039.pdf (дата обращения: 17.12.2017)
97. Свинцов, В.И. Истинностные аспекты коммуникаций и проблемы совершенствования речевого сообщения [Текст] / В.И. Свинцов // Оптимизация речевого воздействия. – М.: Наука, 1990. – С. 68-86.
98. Смирнова, Е. Штирлиц – наш президент [Текст] / Е. Смирнова // Коммерсант-Власть. – 2000. – № 10. – С.7-8.
99. Сорокина, Е. Коммуникация в период избирательной кампании. Кейсстадис [Текст] / Е. Сорокина. – М: АВАНТИ, 2002. –128 с.
100. Стернин, И.А. Практическая риторика: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений [Текст] / И.А. Стернин. – 5-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.
101. Стернин, И.А. Основы речевого воздействия. Учебное издание [Текст] / И.А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2012. – 178 с.
102. Стернин, И.А. Риторика [Текст] / И.А. Стернин. – Воронеж: Кварта, 2002. – 223 с.
103. Тарасов, В.С. Новейший философский словарь [Текст] / В.С. Тарасов // Словопедия. 2007 [Электронный ресурс]

URL:<http://www.slovopedia.com/6/207/770965.html> (дата обращения: 11.11.2017)

104. Тарасов, Е.Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения [Текст] / Е.Ф. Тарасов // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / отв. ред. Ф.М. Березин, Е.Ф. Тарасов. – М.: Наука, 1990. – 136 с.

105. Тоффлер, Э. Шок будущего: Пер. с англ. [Текст] / Э. Тоффлер. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. – 558 с.

106. Трошина, В.Н. Стилистические параметры текстов массовой коммуникации, и реализация коммуникативных стратегий субъекта речевого воздействия [Текст] / В.Н. Трошина // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М.: Наука, 1990. – С. 62-69.

107. Ушакова, Т.Н. Слово в действии: интен-анализ политического дискурса [Текст] / Т.Н. Ушакова; под ред. Н.Д. Павловой. – СПб.: Алетейя, 2000. – 316 с.

108. Ушакова, Т.Н. Языковое сознание и принципы его исследования [Текст] / Т.Н. Ушакова // Языковое сознание и образ мира. Сборник статей / Отв. ред. Н.В. Уфимцева. – М.: б. и., 2000. – С. 13-23.

109. Фёдоров, А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка: ок. 13000 фразеологических единиц / А.И. Фёдоров. – 3-е изд., испр. – М.: Астрель: АСТ, 2008. – 878 с.

110. Федорова, Л.Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения [Текст] / Л.Л. Федорова // Вопросы языкознания. – 1991. – № 6. – С. 46-50.

111. Цуладзе, А.М. Политическая мифология [Текст] / А.М. Цуладзе. – М.: Эксмо, 2003. – 384 с.

112. Цуладзе, А. Политические манипуляции или покорение толпы [Текст] / А. Цуладзе. – М.: Книжный дом «Университет», 1999. –144 с.

113. Чаковская, М.С. Текст как сообщение и воздействие (на материале англ. яз.) [Текст] / М.С. Чаковская. – М.: Высш. шк., 1986. – 127 с.

114. Чудинов, А.П. Политическая лингвистика [Текст] / А.П. Чудинов // Общие проблемы, метафора: учеб. пособие. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2003. – 215 с.
115. Чудинов, А.П. Россия в метафорическом зеркале: когнитивное исследование политической метафоры (1991-2000): монография [Текст] / А.П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с.
116. Шевченко, Н.В. Основы лингвистики текста: учеб. пособие [Текст] / Н.В. Шевченко. – М.: Приор-издат, 2003. – 156 с.
117. Шейгал, Е.И. Семиотика политического дискурса [Текст] / Е.И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 324 с.
118. Шепель, В.М. Имиджелогия: секреты личного обаяния [Текст] / В.М. Шепель. – М.: ЮНИТИ, 1994. – 473 с.
119. Шестов, Н.И. Политический миф теперь и прежде [Текст] / Н.И. Шестов. – Саратов: изд-во Саратов. ун-та. 2003. – 414 с.
120. Шестопад, Е.Б. Оценка гражданами личности лидера [Текст] / Е.Б. Шестопад // Полис. 1997. – № 6. – С. 57-72.
121. Шестопад, Е.Б. Восприятие образов двенадцати ведущих российских политиков [Текст] / Е.Б. Шестопад // Полис. –1996. – № 5. – С. 168-191.
122. Шестопад, Е.Б. Образ Путина в сознании российских граждан [Текст] / Е.Б. Шестопад, Т.Н. Пищева, Е.М. Гикавый, В.А. Зорин // Полис. – 2004. – № 3. – С. 17-19.
123. Шестопад, Е.Б. Политическая психология [Текст] / Е.Б. Шестопад. – М.: ИНФРА, 2002. – 448 с.
124. Шестопад, Е.Б. Психологический профиль российской политики 1990-х. Теоретические и прикладные проблемы политической психологии [Текст] / Е.Б. Шестопад. – М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2000. – 431 с.
125. Юшкова, Н.А. Культура речи и риторика для юристов. Учебник и практикум для академического бакалавриата [Текст] / Н.А. Юшкова,

Е.Б. Берг, С.В. Панченко, Ю.Б. Феденева. – Екатеринбург: Уральский государственный юридический университет, 2016. – 321 с.

126. Яппарова, В. Дипломатический дискурс как объект междисциплинарного исследования [Текст] / В. Яппарова // Филология и культура. – № 2. – 2016. – С. 165-170.

127. Concise Oxford English Dictionary (11th edition) Edited by Catherine Soanes and Angus Stevenson, 2004.

127. Macmillan English Dictionary. Macmillan Education, 2006.

128. Günthner S. Gattungen in der sozialen Praxis. Die Analyse kommunikativer Gattungen als Textsorten mündlicher Kommunikation // Deutsche Sprache. 1995. № 25/1. S. 193–218.

129. Howe N., Strauss W. The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us About America's Next Rendezvous with Destiny. – New York: Broadway Books, 1997.

130. Lacoff R. Language and Woman's Place. – New York: Harper and Row, 1975. 269 p

131. Martel M. Political campaign debates. – New-York. London: Longman, 1983. – 62-67 p.

132. Oppermann K., Weber E. Frauensprache Mannersprache – Die verschiedenen Kommunikationsstile von Männern und Frauen. – Zurich: Orell Fussli, 1995. 197 s.

133. Thompson W.N. Modern argumentation and debate: principle and practices. – New York: Harper and Row, 1971. – 255 p.

134. Van Dijk T.A. What is political discourse analysis? // Political linguistics / Ed. Jan Blommaert, Chris Bulcaen. Amsterdam, 1998. – 354 p.

135. Van Dijk, T.A. Ideology. A multidisciplinary study. London, 1998. – 236 p.

136. Walker S.G. The motivational foundations of political belief systems: a re-analysis of the operational code construct//International Studies Quarterly. 1983. Vol.27. P. 180.

137. West C., Zimmerman D. H. Small Insults: A Study of Interruptions in Conversations Between Unacquainted Persons // Language, Gender and Society. – Rowley: Newbury House, 1983. P. 102–117.

138. Winter D.G., Stewart A.J. Content analysis as a technique for assessing political leaders // A psychological examination of political leaders. New York, 1977. – 202 p.

Ресурсы Интернет

1. <https://ru.wikipedia.org>
2. <http://mariya-zaharova.ru>
3. <http://YouTube.ru>

ПРИЛОЖЕНИЕ

Тексты выступлений Марии Захаровой

Текст № 1. Выступление на брифинге от 28.12.2017 г.

Вот еще один пример совершенно возмутительная публикация спец представителя департамента США по украинским делам, господин Уолкера, что самое интересное что почему-то спец представитель департамента США по Украине опубликовал полную каких-то антироссийских выпадов статью в итальянской прессе. Почему? не понятно. В этой статье он заклинал европейских партнеров сохранить санкции против России, тем самым просто продемонстрировав, вот этим своим призывом сам собственно и доказал, что в Европе все меньше тех, кто готов следовать по санкционному пути за Вашингтоном, бездумно, повторяя это все потому, что такой тренд был задан...

Завершая оценку статьи госсекретаря США Тилерсена, особенно его пассаж порадовал о том, что он просыпается с мыслью как сделать так, чтобы в мире никого не убивали. Вот как это все тогда вяжется с отправкой на Украину американских смертоносных вооружений для использования против жителей Донбасса? Либо с точки зрения соединенных штатов Донбасс и жители Донбасса не являются частью Украины, либо что-то там уже совсем не вяжется. Собственно говоря, и угрозы США уничтожить Северную Корею тоже показывает, что в Вашингтоне или может быть у целого ряда высокопоставленных представителей администрации совсем не миролюбивые сны. Что касается русофобских высказываний господина Уолкера в интервью итальянской газете, я бы хотела сказать, что он заявил о том, что завершающийся год стал самым жестоким, кровопролитным сначала украинского конфликта, говорит о том, что судя по количеству жертв среди мирного населения, нарушения режима прекращения огня и т.д. можно сделать такой вывод и при этом, как вы понимаете, вся ответственность возлагается на российскую федерацию, что не может не удивлять в контексте

того, что господин Уолкер заявлен и в госдепартаменте и Вашингтоном, администрацией президента США как эксперт по ситуации на Украине. Т.е. в принципе такое ощущение, как будто они не понимают, что там происходит.

Текст № 2. Выступление на брифинге от 02.03.18 г.

Я прекрасно понимаю: чтобы изжить в себе сегрегацию, США нужно еще какое-то время, но я хочу еще раз сказать: что если госдепартамент еще раз посмеет назвать наших журналистов, которые присутствуют на брифинге, журналистами из России, и на этом основании перестать с ними общаться, мы реализуем то, что обещали. Мы сделаем специальные места для так называемых журналистов из соединенных штатов Америки. Это поведение недопустимо, если раньше, еще буквально несколько десятилетий назад, в один автобус в США не пускали людей с разным цветом кожи, то это надо изживать в себе, а не возвращаться к порочной практике в начале 21 века, деля журналистов по странам и национальностям. Это журналисты, которые выполняют свою работу. Да, конечно, они имеют национальную принадлежность, они, конечно, приехали из российской федерации, но на основе принадлежности к стране вы не имеете права отказывать им в доступе к информации. Еще раз говорю, что еще раз это повторится - мы сделаем места для журналистов из США. Специально отведенные места, чтобы уже ваши журналисты почувствовали, что это такое.

Текст № 3. Выступление на брифинге от 29.09.2016 г.

Я бы хотела, конечно, сегодня отдельно остановиться на последних заявлениях из Вашингтона, которые прозвучали в ночь со среды на четверг по московскому времени. Мы вчера их, к сожалению, начали получать поздно ночью, была надежда, что к утру эти заявления будут дезавуированы, не то что неуместностью, а не соответствием каким-либо не дипломатическим нормам, а человеческим нормам, нормам гуманизма. Но, к сожалению, этого не произошло. И, наоборот, произошло обратное,

произошло подкрепление одних неуместных заявлений другими еще более неуместными заявлениями. О чем идет речь. Вчера официальный представитель департамента США предостерег Россию насчет возможных вариантов развития ситуации на Ближнем Востоке в случае сохранения российских подходов по сирийскому кризису. Он, в частности, заявил, я цитирую: «экстремисты, экстремистские группы продолжают пользоваться вакуумом власти, существующим в Сирии, для расширения своих операций, которые несомненно будут включать в себя удары по российским интересам, возможно даже по российским городам. И Россия продолжит...» здесь, конечно, я попрошу вас набрать воздуха в легкие «и Россия продолжит отправлять домой военных в мешках для тел и они, россияне, продолжат терять ресурсы, возможно даже снова, подчеркиваю снова, терять самолеты. Вот таким образом речь идет об официальном представителе США, о дипломате, мало того, речь идет...я не хочу переходить на личности, я понимаю, что мы коллеги, но я хочу обратить ваше внимание, что такие заявления позволяет себе делать человек, в чьей карьере, в чьем творческом пути числятся годы на военной службе. Если люди позволяют себе говорить о своих коллегах, о тех людях, которые близки им по профессии в таком тоне и с таким цинизмом... я хочу задать вопрос: а что дальше? (пауза) это был ответ на вопрос, который был задан американскому представителю относительно возможных последствий продолжения насилия в Сирии. Я также хотела обратить ваше внимание на фразу относительно вакуума, вакуума видимо власти, о котором говорил представитель США. (усмешка) ведь это именно Вашингтон настаивает, в том числе вместе со своими союзникам в регионе, на уходе законно избранного президента. Если сейчас в Вашингтоне полагают небезопасным тот вакуум, что имеется сейчас, то что же, по мнению Вашингтона будет, если уйдет законно избранный президент и законное правительство этой страны. Ведь должна же быть какая-то логика в словах? Идем дальше...

Текст №4. Отрывок передачи «Воскресный вечер» с В. Соловьевым 3 сентября 2017

Вы постоянно нас обвиняете! А теперь давайте перейдем от вашей болтовни, вот у меня по-другому просто слов у меня уже нету, вот единственное, ответ на ваш тоже достаточно пространный вопрос: почему на Крым не идут? А я вам объясню. Объясняет каждый раз украинское руководство, но правда непрямо, но косвенно, потому что Российская Федерация вот со дня на день туда ядерное оружие поставит. Ну как же они туда пойдут? Каждый день говорят! Каждый день пугают! Значит, а теперь конкретно! Вы все говорите, что кто-то кому-то мешает начать диалог, да и что это Москва. Ваши же слова? Значит, вышел 10ый доклад наблюдательной миссии ООН, который вы тоже сейчас цитировали очень активно по правам человека на Украине. Значит, пункт 1ый. В чем обвиняется... значит, там все раздали так сказать, там и Донбассу дали, так сказать, и права человека ну прям все. ну вот сейчас мы сконцентрируемся... (оппонент перебивает) дайте мне сказать... иначе вы сейчас услышите, что такое российские грады (смех и аплодисменты в студии). Что касается Киева, который, так сказать, не самопровозглашенный, а который тот самый официальный Киев, который встречают в европейских столицах, жмут руки, приглашают на саммиты. Вот какие к нему претензии, просто, чтобы вы понимали. Претензии к введению особого режима: въезда и выезда из зоны конфликта в связи с тем, что они препятствуют перемещению населения, работы МПО, доставки гуманитарной помощи. Но это ладно (махнула рукой), это полбеда. Экономическая блокада Киева, невыполнение обязательств по пенсиям, зарплатам. Введение положения чрезвычайной ситуации, но самое интересное послушайте, это цитата, прямая заковыченная цитата. Киев обвиняется, кавычка открывается «ужасающих пытках, ненадлежащем обращении в отношении людей, похищениях, произвольных задержаниях, при этом обвиняются вооруженные силы и СБУ, внесудебные казни, и что по всем этим делам не ведутся расследования. Далее, торговля

людьми на Украине возросла значительно за последнее время. (оппонент перебивает) я же вам говорю. вы слушаете? Данный доклад наблюдательной миссии ООН по правам человека на Украине. Торговля людьми 230 случаев за последнее время. Насильственное перемещение людей, в основном молодые женщины, но также инвалиды и пожилые люди, которых заставляют заниматься попрошайничеством. Нарушение свободы слова и ситуации вокруг СМИ: нападение на журналистов, обвинение в госизмене журналистов, убийство Бузины, туда же включено, запрет на действие и деятельность российских СМИ. Это все в этом докладе. Дальше! Обвинение России страной-агрессором привело к незаконному преследованию российских граждан на территории Украины. Следующий момент относительно той пачки законов, которые были недавно приняты на Украине о запрете нацистско-коммунистической идеологии, к чему это по мнению ооновцев привело, к тому, что все эти законы противоречат существующим нормам в области прав человека. Вы представляете это документ? Это не документ?

Текст № 5. Заявление М. Захаровой о гибели посла России в Турции от 19 декабря 2016 года.

Это трагический день в истории российской дипломатии. Сегодня в Анкаре во время публичного мероприятия получил ранение посол России, от которого затем скончался российский посол. Посол Российской Федерации в Турции Андрей Геннадьевич Карлов. Мы квалифицируем случившееся как террористический акт, мы находимся на связи с турецкими официальными лицами, от которых получили заверение в том, что будет проведено тщательное всестороннее расследование, убийцы будут наказаны. Сегодня же этот вопрос будет поставлен перед членами Совета Безопасности Организации Объединенных Наций. Терроризм не пройдет. Мы будем решительно с ним бороться. В наших сердцах навсегда останется память о выдающемся российском дипломате, человеке, сделавшем очень многое для

противодействия терроризму на своем дипломатическом посту, Андрее Геннадьевиче Карлове.

Текст № 6. Интервью М. Захаровой для RT от 28.12.16.

В этот раз с помощью явных инспирированных утечек в американских СМИ нас снова пытаются пугать расширением антироссийских санкций, мерами некоего «дипломатического характера» и даже диверсиями против наших компьютерных систем. Причём вот этот вот последний «новогодний привет» от команды Обамы, которые уже готовятся к переезду из Белого дома, хотят очень так цинично представить, как реакцию на некие «кибератаки из Москвы. Откровенно говоря, мы уже устали ото лжи про русских хакеров, неких русский хакеров, которая продолжает литься в Соединенных Штатах с самого верха. Администрация Обамы еще полгода назад запустила эту дезинформацию в стремлении подыграть нужному для себя кандидату на ноябрьских президентских выборах. Не добившись желаемого, сейчас ищет оправдание для такого собственного провала и с удвоенной силой отыгрывается на российско-американских отношениях. Но только, конечно, о срежиссированной Белым домом провокации рано или поздно всё равно правда об этой кампании всплывет. Это уже происходит. 8 декабря американские средства массовой информации сообщили, что Государственный секретарь штата Джорджия Брайан Кемп сообщил, власти региона проследили, откуда исходила хакерская атака на его электронную систему подведения итогов голосования вскоре после выборов. Следы привели к компьютерному адресу в Министерстве внутренней безопасности Соединенных штатов Америки. Ну а чем тут еще говорить? Единственное, наверное, о том, что эту информацию спешно постарались прикрыть потоком новых антироссийских обвинений, которые не содержат ни единого доказательства. Я хочу добавить то, что нужно четко понимать людям в Белом доме сейчас, что если Вашингтон действительно предпримет новые враждебные шаги, то получит ответ. Это касается и любых действий против

российских дипломатических представительств в США, которые немедленно скрикошелят по американским дипломатам в России. Возможно, администрации Обамы уже в принципе все равно и безразлично, что будет с двусторонними отношениями, но история вряд ли простит ей поведение по принципу «после нас хоть потоп».

Текст №7. Еженедельный брифинг от 16.03.17.

Я не могу об этом не сказать (говорит сквозь смех). Это доклад НАТОвских аналитиков (смешок) относительно того, что российский КВН, клуб веселых и находчивых, является инструментом, цитирую «политической стратегической коммуникацией», это дословная цитата. Ну, с одной стороны, конечно, смешно, а с другой стороны, это все весьма закономерно и демонстрирует, в общем-то... вот... всю идеологию альянса в решении стоящих перед организацией задач. А..э (междометия) О чем мы говорим? Какой там химический терроризм? Какое там распространение оружия массового поражения незаконное среди экстремистов и террористов? О чем вы говорите? Найдена угроза – клуб веселых и находчивых, вот чему уделяют время аналитика НАТО. Я не верила и не поверила бы никогда в жизни, что такое возможно, но вот это наша новая реальность. Вот эти традиционные истории, которые связаны с агрессивными русскими, с нашими подлодками, нашей многомиллионной абсолютно непредсказуемой армией, и армией хакеров в том числе, видимо, все с большим трудом находят благотворную аудиторию на Западе, поэтому нужна какая-то диверсификация в подходах. Вот это диверсификация состоялась, выход был найден весьма оригинальный, теперь новой угрозой, новым вызовом миру стал юмор. Это новое секретное оружие в арсенале коварных и вероломных русских. Но, собственно говоря, как еще заставить налогоплательщиков, а может быть даже и недоплательщиков, бюджет НАТО изыскать средства из бюджетов различных стран. Нужно придумывать все более и более, все более изощренные угрозы, которые исходят с территории нашей страны. Вот,

кстати, говоря о бюджетах, у меня один вопрос: сколько стоил этот анализ? Может, мы в следующий раз просто поможем? У нас есть «Смехопанорама», Евгений Ваганович выступает регулярно, мы просто можем как бы сами что-то подсказывать, направлять материал, где-то что-то переводить, почему нет? Вот вы знаете, это, конечно, все смешно, но я просто хочу привести вам цитату из заявления Министра иностранных дел Латвии господина Ринкевича от 2014 г. Тогда он отметил, что хотел бы, чтобы мероприятия, связанные с культурой (вам известно, что на территории Латвии проводились культурные мероприятия) не смешивались с политикой и вещами, стоящими вне культуры. Вопрос: Если Министр иностранных дел Латвии, страны-участницы НАТО, два года назад заявил, что не надо путать культурные мероприятия с политическими и что у них нет сомнений в политической ангажированности и направленности, тем более об угрозе таких мероприятий, как КВН и «Новая волна», откуда НАТО вытащила эту идею, что КВН, оказывается – информационная угроза? Понимаете? Если страна-участница НАТО говорит, что не надо путать политику и культуру (искусство, развлечение, шоу-бизнес, поп-культуру), а альянс тут же заявляет, что это создает угрозу, то кому верить? Кто из них врет? Эх...(вздых) ну что я могу сказать? Артур Пирожков наставил НАТО рожков.