

На правах рукописи

Погребняк Наталья Владимировна

**ЯЗЫКОВАЯ АКТУАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗА ПОЛИТИКА
В МЕДИАДИСКУРСЕ: СТРАТЕГИИ КОГНИТИВНОГО
ВОЗДЕЙСТВИЯ**

10.02.19 – теория языка

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата филологических наук

Майкоп – 2021

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Адыгейский государственный университет»

Научный руководитель: **Хачмафова Зайнета Руслановна**,
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Бредихин Сергей Николаевич**, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры теории и практики перевода ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

Кошкарова Наталья Николаевна, доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры международных отношений, политологии и регионоведения, ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования **«Кубанский государственный университет» (ФГБОУ ВО «КубГУ»)** (г. Краснодар)

Защита состоится «30» апреля 2021 года в 10.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.001.09 по филологическим наукам при ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» по адресу: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Первомайская, 208, конференц-зал.

С текстом диссертации можно ознакомиться в научной библиотеке им. Д.А. Ашхамафа ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет» по адресу: 385000, Республика Адыгея, г. Майкоп, ул. Пионерская, 260 и на сайте университета: <http://www.adygnet.ru>.

Автореферат разослан «___» _____ 2021 г.

Учёный секретарь
диссертационного совета
кандидат филологических наук,
доцент

А. Ю. Баранова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Данная диссертационная работа выполнена в русле коммуникативного и когнитивно-дискурсивного направления современной лингвистической науки и посвящена проблеме изучения процесса медийного конструирования образа политика, а также выбора тех или иных коммуникативных стратегий и тактик для успешной реализации этой цели.

Степень научной разработанности темы исследования. На современном этапе развития лингвистической науки существует достаточно большое количество диссертационных и монографических исследований, в которых исследуются лингвистические аспекты медийной политической коммуникации.

В центре внимания исследователей находятся различные аспекты исследования политического дискурса и медиадискурса: воздействующего потенциала тропов М.Р. Желтухина (2004); манипулятивных приемов А.Н. Глущенко (2020), Л.Г. Навасартян (2017); коммуникативных стратегий и тактик в рамках политического дискурса Ж.В. Зигманн (2003), С.Ш. Каракулова (2016), Т.С. Комисарова (2008), А.П. Крячкова (2019), О.Л. Михалева (2004), Н.Б. Руженцева (2004), О.Н. Паршина (2005), Н.С. Ширяев (2017), и др.

Образ политика в прагмалингвистическом аспекте выступил объектом диссертационных исследований Е.С. Прониной (2014), Е.А. Слободенюк (2016), А. Эбру (2017) и др.

Докторская диссертация М.Г. Цуциевой (2018) посвящена изучению особенностей актуализации языковой личности политика в современном немецком политическом дискурсе, описанию способов и средств реализации речевых стратегий и тактик, используемых языковой личностью политика. Е.С. Грушевская (2019) в своем докторском исследовании дает комплексную характеристику адресатности в политическом дискурсе с позиций его ценностей, коммуникативных стратегий и тематической специализации.

Таким образом, существующие исследования посвящены рассмотрению отдельных аспектов изучаемого феномена. В целом теоретические сведения и фактические данные о политическом образе и реализации способов и средств его формирования в рамках дискурсивных практик характеризуются фрагментарностью и узкоспециализированной направленностью.

Актуальность предпринимаемого нами исследования очевидна в связи с тем, что проблема изучения когнитивных стратегий воздействия в процессе формирования нужного медийного образа того или иного политического деятеля с учетом современных направлений теории языка требует системного осмысления и комплексного исследования. Именно СМИ играют большую роль в формировании и трансляции положительного или отрицательного образа политика, что обусловило важность изучения когнитивных механизмов воздействия на адресата в политическом медиадискурсе в процессе конструирования образа политика. *Актуальным*

для теории языка представляются комплексные исследования, одновременно отражающие лингвистические и экстралингвистические особенности конструирования медийного образа политиков, относящихся к разным культурам, имеющих различную гендерную, языковую, политическую и иную принадлежность в рамках бинарной семантической оппозиции «свой – чужой». Вышеперечисленными обстоятельствами объясняется выбор темы и значимость исследования.

Объектом исследования выступают языковые средства создания образа политика в современном немецкоязычном медиадискурсе.

Предметом исследования являются когнитивные и прагмалингвистические особенности конструирования положительного и отрицательного образа политика в медиадискурсе.

Материалом исследования послужили тексты немецкоязычных общественно-политических изданий, претендующих на независимость и объективность изложения материала, посвящённые политическим деятелям, а также тексты выступлений, речей и интервью немецких и иностранных политиков, опубликованные в немецких СМИ в период с 2017 по 2020 гг.

Всего проанализировано 265 немецких медиатекстов общим объемом 1010 страниц (30 текстов интервью политиков с общим количеством страниц – 155; 30 текстов речей политиков с общим количеством страниц – 145 и 205 статей о политиках с общим количеством страниц – 710).

Источниками вышеуказанных текстовых материалов послужили следующие сайты: <https://www.bundesregierung.de>, <https://www.dw.com/de>, <https://www.bild.de>, <https://www.spiegel.de>, <https://www.sueddeutsche.de/>, <https://www.stern.de/> и т. д.

Цель исследования заключается в комплексном изучении и описании языковых средств реализации стратегий когнитивного воздействия для формирования положительного или отрицательно образа политика в медиадискурсе.

Данная цель определила постановку следующих **задач**:

1) уточнить и раскрыть понятия «образ», «когнитивные стратегии воздействия», «политический медиадискурс»;

2) выявить коммуникативные стратегии и тактики в формировании положительного или отрицательного образа политика в медиадискурсе;

3) раскрыть воздействующий потенциал когнитивной метафоры в создании образа политика в медиадискурсе;

4) установить роль прецедентных феноменов в формировании и трансляции положительного или отрицательного образа политика в медиадискурсе;

5) выявить и проанализировать лингвостилистические средства конструирования положительного и отрицательного образа политика в медиадискурсе.

Выбор **методов исследования** определялся поставленными в диссертации целями и задачами. Были использованы следующие методы и приемы исследования: описательный метод, включающий в себя

наблюдение, сопоставление, обобщение и интерпретацию полученных фактов, а также приемы контекстуального и ситуативного анализа; метод семантического и лингвостилистического анализа; метод концептуально-метафорического моделирования.

Теоретико-методологической основой исследования послужили фундаментальные положения, идеи и концепции, разработанные в рамках следующих научных направлений: *политической коммуникации и политического дискурса* (Э.В. Будаев (2008, 2011), П. Канчани (2007), Г.А. Туманова (2015), А.П. Чудинов (2003, 2008), Е.И. Шейгал (2000), Н. Girth (2002), В. Kettemann (1995), С. Spieß (2013), R. Wodak (2003) и др.); *медиалингвистики* (Т.А. Добросклонская (2009), С.В. Иванова (2008), М.Р. Желтухина (2003), В.А. Марьянчик (2010, 2013), U. Meinhof (1994), С. Spieß (2012), и др.); *теории воздействия и речевого манипулирования* (Е.Л. Доценко (2001), С.Г. Кара-Мурза (2001), В.И. Карасик (2002), Т.С. Комисарова (2008), Г.А. Копнина (2012), О.Л. Михалева (2009) и др.), Е.А. Репина (2012), И.А. Стернин (2001), Е.В. Шелестюк (2014); *теории коммуникативных стратегий, тактик* (О.С. Иссерс (2008), О.Л. Михалева (2004), О.Н. Паршина (2005), Н.Б. Руженцева (2004), Н.С. Ширяев (2017), и др.).

На защиту выносятся следующие положения:

1. Образ политика представляет собой сложный конструируемый феномен, отражение совокупности его личностных и профессиональных качеств, и актуализируется в медиадискурсе эксплицитно или имплицитно.

2. Стратегии когнитивного воздействия для формирования положительного или отрицательного образа политика в медиадискурсе сводятся к двум стратегиям – интенсификации и преуменьшения, которые реализуются с учетом целей и намерений коммуникантов и выбором языковых средств.

3. Коммуникативные стратегии и тактики на повышение и понижение в процессе формирования положительного и отрицательного образа политика в медиадискурсе являются мотивированными, целенаправленными и иллокутивно обусловленными. Выбор стратегий и тактик репрезентации образа политика в медиадискурсе базируется на оппозиции «свой /чужой».

4. Формирование положительного или отрицательного образа политика в массовом сознании актуализируется выбором той или иной коммуникативной стратегии, тех или иных языковых средств, которые прагматически обусловлены в соответствии с коммуникативной целью адресата.

Научная новизна диссертации заключается в комплексном изучении и лингвистическом описании стратегий когнитивного воздействия для формирования положительного или отрицательного образа политика в медиадискурсе. Раскрыты новые проблемные сферы в изучении манипулятивного характера процесса конструирования образа политика в медиадискурсе. Выявлены и описаны коммуникативные стратегии и тактики на повышение, понижение и нейтральности как способа актуализации

положительного или отрицательного образа политика в современном немецкоязычном медиадискурсе.

Теоретическая значимость диссертации определяется ее вкладом в дальнейшее развитие теории речевого воздействия и политической медиакommunikации; в расширение представлений о лингвокогнитивном механизме формирования положительного и отрицательного образа политика в медиадискурсе; в выявлении закономерностей между выбором той или иной коммуникативной стратегии, тактики и формируемым в результате образом политика.

Практическая ценность диссертационного исследования заключается в возможности применения основных результатов и материала работы в преподавании вузовских курсов прагмалингвистики, политической лингвистики, медиалингвистики, когнитивной лингвистики, а также при разработке спецкурсов по анализу и интерпретации современных немецкоязычных и русскоязычных медиатекстов, политических интервью.

Апробация работы. Основные положения диссертации обсуждались на кафедре общего языкознания Адыгейского государственного университета. Результаты и выводы исследования были представлены также на всероссийских и международных научных и научно-практических семинарах и конференциях: XXXIX Международной научно-практической конференции «Вопросы современных научных исследований» (Омск, 2018), IX международной научной конференции «ACTUAL PROBLEMS OF THE THEORY AND PRACTICE OF PHILOLOGICAL RESEARCHES» (Прага, 2019), Всероссийской научно-практической конференции «Язык. Общество. Культура» (Краснодар, 2019), Международной научной конференции: «Лингвистика будущего: новые тенденции и перспективы» (Майкоп, 2019), VI Международной научно-практической конференции «Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире», посвященной 100-летию Белорусского государственного университета (Минск, 2020).

По материалам исследования опубликовано 11 научных работ, в том числе 4 в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ.

Структура работы. Диссертация состоит из Введения, двух глав, Выводов, Заключения и Библиографического списка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** рассмотрена степень разработанности проблемы, обоснована актуальность разрабатываемой темы исследования, сформулированы объект и предмет исследования, определены цель, задачи, материал, использованный в ходе работы над диссертацией. Также указаны методы исследования материала, описана методологическая и теоретическая основа исследования, выдвинуты положения на защиту, репрезентированы научная, теоретическая и практическая значимости диссертации,

представлены результаты апробации исследования, объем и структура диссертации.

В первой главе **«Проблема формирования образа политика в медиадискурсе и основные подходы к её решению в теории языка»** раскрываются теоретические концепции и положения, оказывающие влияние на процесс формирования образа политика; рассматриваются основные направления исследования политического и медиадискурса; уточняется используемый терминологический аппарат. В данной главе обосновывается выбор коммуникативного и когнитивно-дискурсивного направления современной лингвистики для изучения процесса конструирования образа политика в средствах масс-медиа. В рамках коммуникативного направления были проанализированы конкретные языковые единицы в условиях определенного коммуникативного акта, продуцируемого участниками коммуникации для достижения их интенций. Когнитивно-дискурсивный подход связан с учетом когнитивных функций языка и сознательного выбора языковых средств для порождения и воспроизведения текстов.

Разнообразие подходов к определению понятия дискурс обуславливается сложностью и многогранностью самого понятия. До настоящего времени не потеряло актуальности высказывание У. Чейфа о том, что «дискурс многосторонен, и поэтому вполне очевидна ограниченность любых попыток отразить его моделирование, сведя дискурс к одному или двум измерениям» [Chafe 1983: 49]. Нами были изучены научные работы представителей коммуникативно-прагматического, структурного и функционального подходов. Наиболее интересным нам представляется комплексный подход к пониманию категории дискурса, учитывающий соотнесенность текстов (в рамках конкретного вида дискурса) с ситуацией общения (с учетом исторического, политического, социально-культурного и т.д. контекста), с системой коммуникативно-прагматических установок, с когнитивными процессами их порождения и восприятия, а также интеграцию в интертекстуальное пространство.

В данной работе вслед за Н.С. Котовой **дискурс** понимается как «единство двух сущностей – процесса языковой коммуникации и получающегося в ее результате объекта, т.е. текста» [Котова 2011: 123–130]. К наиболее значимым признакам дискурса относятся: интертекстуальность, интердискурсивность, идеологичность, субъективность и его социологическая незавершенность [Островская 2016]. Мы учитывали эти признаки при исследовании языкового материала и выявлении закономерностей, влияющих на создание положительного или отрицательного образа политика.

На протяжении всей истории своего существования медийный и политический дискурс тяготели к сближению и пересечению, а на современном этапе развития лингвистической науки многие ученые говорят об их слиянии.

С.В. Иванова характеризует политический медиадискурс как «совокупность медиатекстов, относящихся к политической сфере общества»

[Иванова 2008: 29]. В данном исследовании мы придерживаемся понимания **политического медиадискурса** как дискурса, сочетающего в себе черты политического и медийного дискурса, как совокупности медиатекстов, объединенных политической тематикой и единой целью – борьбой за влияние и власть.

Политические медиатексты понимаются как различные типы и виды текстов массовой информации, освещающие актуальные политические проблемы, представляющие собой наиболее эффективное средство убеждения и воздействия на массовую аудиторию.

До сих пор не существует единого мнения ученых о том, равнозначны ли понятия «имидж» и «образ». Д.А. Леонтьев, например, считает, что понятие «образ» не тождественно понятию «имидж»: «Как известно, слово «имидж» является английским эквивалентом русского слова «образ». Имиджем называют впечатление, которое конструируется целенаправленно и сознательно, а образом – то, которое формируется спонтанно. Образ можно конструировать специально, и тогда он становится имиджем. Образ есть всегда, образ всегда можно диагностировать и описать – точно и разносторонне <...> Имидж – это навешивание совершенно конкретных ассоциаций и намеков» [Леонтьев 2003: 141].

Мы полагаем, что ни «имидж», ни «образ» в современном мире спонтанно не формируются, для конструирования и имиджа, и образа задействуются специальные технологии, коммуникативные стратегии, выверенные и продуманные, средства языка, коррелирующие наилучшим образом с интенциями адресанта.

Рассмотрев понятия «образ» и «имидж», мы понимаем соотношение данных понятий, как частное и общее, где в понятие «**образ**» включается и «имидж» – в большей степени как внешний образ, оценка действий, и характеристики личности, относящиеся к внутреннему содержанию. Поэтому в нашей работе, исследуя образы политических деятелей, мы сконцентрировали внимание на их языковой реализации.

Для верифицированности и объективности результатов исследования были отобраны медиатексты, опубликованные в наиболее влиятельных и читаемых общенациональных немецких изданиях качественной прессы. В рамках нашего исследования мы описали используемый ими механизм моделирования образа политика в сознании аудитории с учетом фактора адресата. Фактически не вызывает никаких сомнений то, что «медиаполитический дискурс персонально ориентирован» [Подьякова 2013: 103]. Н.Д. Арутюнова писала о том, что «всякий речевой акт рассчитан на определенную модель адресата. Удовлетворение пресуппозиции адресата составляет одно из важных условий его эффективности» [Арутюнова 1981: 358]. Поэтому бесспорным является факт того, что при выборе языковых средств, формирующих образ, фактор-адресата является одним из решающих.

Формирование языкового образа политика является одним из основных элементов его речевого воздействия. «Языковой образ позволяет определить

взгляды и мнения, которых придерживается политик. Благодаря активной деятельности средств массовой коммуникации язык становится инструментом влияния и манипулирования, его рассматривают как источник социальной власти» [Гринберг 2001: 104].

«Образ политического деятеля, по сути, представляет собой набор качеств, которые люди ассоциируют с определённой индивидуальностью. Он формируется с учётом целого ряда факторов, а именно: субъективных представлений, опыта, взглядов, ценностных и идеологических систем адресанта и адресата, а также идеологических установок издания, в котором публикуется медиатекст, и социокультурных особенностей того или иного общества в целом» [Пронина 2015: 80].

Изучение коммуникативных стратегий занимает особое место в теории и практике дискурсивных исследований. Понятия «коммуникативная стратегия» и «коммуникативная тактика» рассматриваются сквозь призму различных научных направлений и подходов. И.А. Стернин определяет коммуникативную стратегию как «обусловленные коммуникативной целью общие стереотипы построения процесса коммуникативного воздействия в зависимости от условий общения и личности коммуникантов» [Стернин 2001: 14]. О.С. Иссерс связывает понятие стратегии с комплексом «речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс 2008: 182]. Вслед за О.Н. Паршиной, мы понимаем под **стратегией** «сверхзадачу речи, диктуемую практическими целями говорящего; определенную направленность речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения целей коммуникации» [Паршина 2007: 19].

Реализация нужной стратегии происходит с помощью **тактик**, которые представляют собой конкретный этап реализации коммуникативной стратегии, характеризующийся применением определенного набора приемов с использованием тех или иных языковых средств. «В целом, та или иная коммуникативная стратегия и конкретная тактическая схема ее реализации находятся в отношениях „общее-частное“» [Руженцева 2004: 11–12]. О.С. Иссерс отмечает тот факт, что «суть применения конкретной тактики и состоит в стремлении скорректировать или полностью изменить конфигурацию психологических параметров и определённых аспектов модели мира (знаний, оценок, желаний) адресата в нужном для адресанта направлении (усилить какие-либо желания, изменить оценки, трансформировать образ какой-либо ситуации)» [Иссерс 2008]. Для нашего исследования возможность изменения оценок и трансформации образов в ходе применения определенных коммуникационных тактик имеет большое значение.

Механизмы речевого воздействия понимаются как «языковые приёмы влияния на сознание, на процесс принятия человеком тех или иных решений, реализующихся на лексическом, грамматическом и стилистическом уровнях языка и обладающих сильным персуазивным эффектом» [Комисарова 2008: 7]. Практическое применение речевого воздействия осуществляется за счет использования конкретных способов и приемов.

Выбор этих способов обуславливается актуальными целями и задачами субъекта воздействия.

«Политическая речь не может обойтись без средств внушения. Обращение к эмоциям адресата – закономерный, естественный элемент речевого воздействия в политической коммуникации» [Паршина 2005: 99]. Важно понимать, что стоит за выбором определенных способов речевого воздействия. Так как умелое сочетание логически выстроенных аргументов (в ходе убеждения), а также эмоциональное воздействие на чувства слушателей с опорой на авторитет оратора (внушение) способствуют достижению максимального коммуникативного эффекта и интенций адресанта.

Языковое манипулирование рассматривается как вид речевого воздействия, которое используется для скрытого внедрения в психику адресата желаний, намерений, установок и отношений, не совпадающих с теми, которые есть у адресата. Специфика манипуляции состоит в том, что «этот прием воздействия относится к средствам принципиально косвенного общения: если говорящий скажет, что его сообщение имеет манипулятивную цель, то произойдет «иллюкутивное самоубийство», коммуникация примет несерьезный характер» [Карасик 2002: 95]. Основная сущность манипулятивного воздействия заключается в том, чтобы «переложить ответственность за совершаемые действия на адресата, причём так, чтобы у последнего создалась иллюзия свободы в принятии решения» [Копнина 2012: 21]. То есть, манипуляция только тогда будет успешной, когда факт воздействия на адресата им самим не осознается, а конечная цель манипулятора ему неизвестна.

Понятие **«когнитивные стратегии воздействия»** мы понимаем в широком смысле: как использование способов имплицитного и эксплицитного влияния на восприятие мира адресатом, а значит, его представления о событиях и людях, с целью трансформации их в заданном направлении. Когнитивные стратегии воздействия включают в себя использование наиболее эффективных способов речевого воздействия, таких как коммуникативные стратегии и тактики, метафорические модели, свойства прецедентности и лингвостилистические средства.

Успех коммуникации и проецирование «своих» образов зависят от многих факторов, среди которых стоит отметить учитывание влияния оценок всех коммуникантов, то, каким образом реализуется воздействие на них и формирование стереотипов, а также роль **категории «свои – чужие»**. По утверждению И.С. Грабовенко, «любая оценка имеет социально обусловленный характер, поскольку полностью зависит от принятых в определенный момент в обществе норм, правил, идеалов, интересов и моды. В основе оценки лежит оценочный признак, представляющий собой стандарт либо идеал, на основе которого и происходит оценка событий и явлений» [Грабовенко 2013: 93]. К этому следует добавить, что оценивание используется при распределении объекта в группу «своего» или «чужого», без него этот процесс невозможно осуществить: хороший – это «свой»,

плохой – это «чужой», значит, эту категорию можно считать аксиологической. А определение того факта, что было первично оценивание как «плохой» или «хороший» или распределение в группу «своих» или «чужих» – это не всегда однозначный и неоспоримый факт.

Можно утверждать, что в основании построения образа любого политика лежит оценка. Категории образ и оценка неразрывно связаны друг с другом, невозможно представить их автономное существование. **Оценка** – это отправная точка для выбора соответствующих способов и методов проецирования образа.

Таким образом, формирование положительного или отрицательного образа политика в массовом сознании – это явление со сложным, продуманным и целенаправленным, но в то же время скрытым механизмом. Манипулятивный характер процесса конструирования образов политиков проявляется в выборе именно тех языковых средств, которые помогут создать не просто яркий, а именно тот образ, который нужен автору. Анализ и интерпретация используемых для создания образа политика языковых средств возможен только с учетом контекста, исторической и культурологической ситуации. Следует отметить, что оценка образа и деятельности политика, полученная в результате анализа статей о политиках, не может быть объективной по определению. Мы можем только сопоставить, описать и попытаться понять, какой образ нарисовал для нас автор. При этом нужно понимать, что образ политика, сформированный журналистами и тиражируемый в масс-медиа, может сильно отличаться от реального человека, которым на самом деле является политик.

Во второй главе **«Лингвокогнитивный механизм формирования положительного и отрицательного образа политика в медиадискурсе»** изучен и раскрыт лингвокогнитивный механизм создания образа политика в современном немецком медиадискурсе. В результате мы можем вывести следующий механизм формирования образа политика: авторская оценка вместе с умело подобранными языковыми средствами имплицитно реализуются в формируемом образе, а точнее воздействуют на адресата таким образом, чтобы сформированный образ соответствовал представлениям автора, тому, как он его оценивает.

При рассмотрении отдельных аспектов, влияющих на формирование образа, следует отметить тот факт, что все происходящее подспудно управляется законами оппозиции «своих» и «чужих», без которой невозможна достоверная интерпретация внушаемых аудитории образов. Концептуальная оппозиция «свой – чужой» является одной из базовых как для медийного, так и для политического дискурса. «Она отражает бинарность мироустройства <...> членение на «свое» (признаваемое, одобряемое, безопасное) и «чужое» (отвергаемое, неодобряемое, враждебное)» [Кишина 2009: 47].

Именно языковая реализация оппозиции «СВОЙ – ЧУЖОЙ» во многом обуславливает возможность воздействия на восприятие, оценивание, а значит трансформации в умах и формирование нужных автору:

положительных или отрицательных образов. «Определяющую роль играет аналитический компонент, выражение мнения или оценки, и наблюдается зависимость выбора языковых средств для выражения оценочного суждения от того, какая категория лиц – «свои» или «чужие» – является объектом оценки» [Андрюхина 2013: 67].

Например, в интервью, посвященном исполняющей обязанности президента Боливии Жаньен Анес, мы находим такие слова:

Wir müssen das Land befrieden und dann Neuwahlen ausrufen. Doch dazu brauchen wir neue Wahlbehörden. Denn die sind nach dem Wahlbetrug nicht mehr tragbar. Morales hat in einigen Regionen Boliviens weiterhin einen sehr starken Rückhalt, zum Beispiel unter den Kokabauern. Doch seine Anhänger haben keine inhaltlichen Forderungen. Das einzige, was sie wollen, ist mein Rücktritt und die Rückkehr von Morales. Der frühere Präsident hat kein Interesse daran, das Land zu befrieden. URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/ausland/boliviens-interimspraesidentin-jeanine-a-ez-im-interview-16494858.html#void> (date of access: 20.11.19). – Перевод: *Мы должны успокоить страну, а затем назначить новые выборы. Но для этого нужны новые избирательные органы. Потому что они больше не приемлемы после фальсификации выборов. Моралес по-прежнему пользуется очень сильной поддержкой в некоторых регионах Боливии, например, среди фермеров, выращивающих коку. Но у его сторонников нет существенных требований. Все, чего они хотят, – это моей отставки и возвращения Моралеса. Бывший президент не заинтересован в восстановлении мира в стране.*

Это классический пример использования оппозиции «свой – чужой», где маркером «своих» является местоимение *Wir* – *мы*, а маркером «чужих» – *sie*, *seine* – *они*, *его*. Говоря в своих планах *мы*, Жаньен Анес демонстрирует цели, которые являются общими для всего народа, тем самым проецируется образ Ж. Анес – спасительницы, той, которая сможет восстановить мир в стране. Ее политический оппонент Э. Моралес, напротив, представляется бесчестным политиком, сотрудничающим и поддерживаемым выращивающими коку фермерами. У него нет четкой программы на будущее, нет плана установления мира в стране. «Он» и «они» всегда представляются в негативном свете.

Использование маркера *wir*, *unser* для «своих» и *sie* для обозначения «чужих» является довольно популярным приемом, одной из действенных стратегий конструирования положительного образа своих и отрицательного образа – чужих оппонентов.

Рассматривая языковые маркеры «чуждости», которые влияют на формирование образа политика, можно выделить слово *dryghe* – *andere*: *Wenn die anderen an niedrige Instinkte appellieren, zeigen wir erst recht, was Anstand ist.* URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/trumps-praesidentschaft/der-falsche-praesident-michelle-obama-attackiert-trump-in-emotionaler-parteitagsrede-16909930-p2.html> (date of access: 18.08.20). – Перевод: *Когда dryghe обращаются к низменным инстинктам, мы просто показываем, что такое порядочность* – говорит Мишель Обама, выступающая против Дональда

Трампа и за Джо Байдена. То есть в ее высказывание «другие» – это лагерь политических противников во главе с Дональдом Трампом, который тоже обращается к низменным инстинктам, а значит, не достаточно хорош.

Языковыми маркерами «**своих**» (кроме лидирующих по количеству употреблений *wir, unsere*) могут послужить такие слова, как *kremlfreundlich* в паре с *nicht russlandfeindlich, unterstützen, Unterstützung, Verbündete*.

В статье, посвященной положению в Белоруссии после выборов президента 2020, говорится о том, что *Europa muss ihm seinen **Verbündeten** nehmen*. <...> *Man muss nicht mit Lukaschenko reden, sondern mit dem einzigen, der ihn **unterstützen** kann: mit dem russischen Präsidenten Wladimir Putin. Ihm muss klargemacht werden, dass eine militärische Einmischung in Belarus für ihn zu einer Katastrophe würde - nicht nur politisch, sondern auch wirtschaftlich, weil dann die EU-Sanktionen gegen den Kreml garantiert erweitert werden*. URL: <https://www.dw.com/de/kommentar-belarus-nicht-mehr-mit-lukaschenko-reden-sondern-mit-putin/a-54614259> (date of access: 20.08.20). – Перевод: *Европа должна забрать у нее (Белоруссии) союзника (Россию – комментарий Н.П.)*. <...> *Нужно не с Лукашенко разговаривать, а с единственным, кто может его **поддерживать**, – с президентом России Владимиром Путиным. Ему необходимо дать понять, что военное вмешательство в Беларусь будет для него катастрофой – не только в политическом, но и в экономическом плане, потому что тогда санкции ЕС против Кремля будут гарантированно расширены*. Маркеры «своих» для Белоруссии – это **Verbündete, unterstützen – союзник, поддерживать**.

Образ В. Путина здесь – это образ сильного политического союзника, который может поддержать такую страну, как Белоруссия, взирая или не взирая, на возможные санкции ЕС.

Таким образом, наиболее часто встречающийся маркер «своих» – это использование местоимений *wir – мы, unsere – наши*, а также слова *kremlfreundlich – дружественный Кремлю, nicht russlandfeindlich – не враждебный России, unterstützen – поддерживать, Unterstützung – поддержка, Verbündete – союзники*. Маркером чуждости, в первую очередь, является местоимение *sie – они*, а также такие слова, как *andere – другие, Herausforderer – соперник, ausländische Kräfte – иностранные силы*. Маркеры помогают ориентироваться в оценочных суждениях, высказываемых в адрес того или иного политика, рассматривая их сквозь призму понимания кого характеризуют – «своих» или «чужих». Следует отметить, что, по нашим наблюдениям, к диффамации соперника политики прибегают чаще. Возможно, эти «порочащие» «врага» технологии лучше отработаны в современном медиадискурсе.

Именно на факте принадлежности к «своим» или «чужим» выстраивается стратегия превознесения («своих») или дискредитации «чужих», а вовсе не на реальных качествах оппонентов. Многие из упреков и обвинений, которыми оппоненты осыпают друг друга, – можно было бы адресовать любой из сторон. Маркеры «своих» и «чужих» можно детерминировать как один из лучших ориентиров в многообразии

эмоциональных высказываний политиков и в процессе интерпретации навязываемых адресату образов.

Политические деятели и журналисты также применяют коммуникативные стратегии с целью формирования нужного им образа политика. В нашем исследовании мы принимаем разделение на стратегию на повышение, понижение (вслед за О.Л. Михалевой) и стратегию нейтральности [Диманте 2015]. При этом попытки остаться нейтральным в изображении актуальной политической ситуации и действующих политиков встречаются не так часто.

Стратегия на понижение реализуется за счет следующих тактик:

- 1) анализ - «минус»,
- 2) тактики обвинения,
- 3) тактики обличения.

Например: *Aleksandar Vucic befürwortet als **Präsident** die Annäherung Serbiens an die Europäische Union - und **flirtet** gleichzeitig mit Moskau und Peking.* URL: <https://www.spiegel.de/politik/ausland/serbiens-praesident-aleksandar-vucic-im-interview-ich-wuerde-in-bruessel-gehaengt-a-1297524.html> (date of access: 31.01.20). – Перевод: *Будучи президентом, Александр Вучич поддерживает сближение Сербии с Евросоюзом, одновременно **заигрывая** с Москвой и Пекином.*

Такую характеристику сербскому президенту Вучичу дает журналист немецкой газеты Шпигель в интервью *«Ich würde in Brüssel gehängt»* (Меня бы повесили в Брюсселе). Сочетание таких несовместимых слов, как *Präsident* и *flirtet* (президент и заигрывает) является характерным примером использования **тактики анализ-минус**, где негативная оценка поступкам и самому политику дается имплицитно, в форме легкой иронии с негативным подтекстом. Таким образом, производится попытка формирования образа «ненадежного президента», который «заигрывает» с другими странами. По аналогии с житейским описанием мужчины, который имеет близкие отношения с одной женщиной и при этом заигрывает с двумя другими. Подобный образ вызывает как минимум недоверие. Интересно, что прочитав интервью до конца, у аудитории формируется совершенно другой образ сербского президента, основываясь на его ответах, на вопросы журналиста. Образ политика Александра Вучича представляется с разных ракурсов, но уж точно не легкомысленным человеком.

Рассмотрим пример использования **тактики обвинения**:

Der wichtigste Rat: Putin nicht trauen. Nie und in nichts. Putin manipuliert mit allem: Mit Sinn, Fakten, Ziffern, Landkarten, Gefühlen, warnt Poroschenko da, und er fügt hinzu: Ein Treffen unter vier Augen mit Putin würde ich vermeiden oder, wenn das unmöglich ist, mich nicht seinen Manipulationen und Schmeicheleien hingeben. URL: <https://www.spiegel.de/politik/ausland/ukraine-gipfel-praesident-wolodymyr-selenskyj-trifft-erstmal-auf-wladimir-putin-a-1300282.html> (date of access: 31.01.20). – Перевод: *„Самый важный совет: не доверять Путину. Никогда и ни в чем. Путин манипулирует всем: содержанием, фактами, цифрами, картами, эмоциями, – предупреждает*

Порошенко и добавляет. – Советовал бы избегать встречи с глазу на глаз с Путиным, если этого не избежать, то не поддаваться его лести и манипуляциям“.

Этот совет бывшего украинского президента Порошенко нынешнему президенту Зеленскому – яркий пример использования тактики обвинения, совершенно бездоказательного, с целью дискредитации российского президента в глазах общественности. Отсутствие каких-либо аргументов в данном высказывании на фоне агрессивного стиля изложения позволяет адресовать выступление любому политику из лагеря противника, просто заменив имя «обвиняемого врага». Таким образом, Порошенко пытается сформировать у аудитории образ российского президента – «врага» и антигероя № 1.

Примером использования **тактики обличения** может служить высказывание сербского президента Вучича о деятельности ЕС:

*Glauben Sie, man würde Serbien fast 400 Millionen Euro an EU-Mitteln spendieren, damit von diesem Geld mithilfe **chinesischer Arbeiter** eine Brücke gebaut wird, wie das gerade an der kroatischen Adria passiert? Geschähe das bei uns, **ich würde wahrscheinlich in Brüssel gehängt**. URL: <https://www.spiegel.de/politik/ausland/serbiens-praesident-aleksandar-vucic-im-interview-ich-wuerde-in-bruessel-gehaengt-a-1297524.html> (date of access: 31.01.20). – Перевод: *Думаете ли вы, что Сербия пожертвует почти 400 миллионов евро в бюджет ЕС, чтобы эти деньги могли быть использованы для строительства моста с помощью китайских рабочих, как это происходит в настоящее время на хорватской Адриатике? Если бы это произошло с нашей страной, меня бы, наверное, повесили в Брюсселе.**

Вучич не просто обвиняет, а обличает ЕС в недостаточно разумном способе потратить средства, полученные от стран-членов ЕС на строительство моста **китайцами**. Ироничное замечание, что его бы повесили за такое – это не шутка, а пример действия стратегии на понижение, где в отрицательном свете выступают руководители ЕС. И разоблачающие факты приведены.

Стратегия на повышение реализуется за счет следующих тактик:

- 1) тактики презентации,
- 2) тактики самопрезентации,
- 3) отвода критики,
- 4) тактики анализ - «плюс».

Министр иностранных дел ФРГ Хайко Маас использует прием **wir-отождествления** в рамках **тактики самопрезентации**, где «мы» (wir) – это Германия:

*Aber Deutschland hat sich nach dem Zweiten Weltkrieg als eine Friedensmacht verstanden. **Wir** haben uns dafür eingesetzt, dass es langfristige Linien in der internationalen Politik gibt, um den Frieden zu sichern. Diese möchte **ich** fortführen. URL: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Interview/2018/04/2018-04-16-maas-spiegel.html> (date of access: 30.07.18). – Перевод: *Но Германия после**

Второй мировой войны видела себя мирной державой. Мы работали над тем, чтобы в международной политике существовали долгосрочные проекты для обеспечения мира. Я хотел бы продолжить это. Здесь в этом «мы» (wir) и единство немецкого народа и его правительства, и использование тактики самопрезентации и позиционирования себя как миротворца, т.е. формирование положительного образа.

Примеры использования тактики **отвода критики** можно найти в интервью Ангелы Меркель: *FAS: Warum reagieren Sie so gelassen auf die Veränderungen in Italien?*

Merkel: Es ist meine grundsätzliche Überzeugung, dass jedes Wahlergebnis und jede demokratisch gewählte Regierung Respekt verdienen. Je respektvoller wir miteinander umgehen und unsere wechselseitigen Interessen berücksichtigen, desto besser. So haben wir auch in dem Konflikt, den wir mit Griechenland über die notwendigen Reformen hatten, eine tragfähige Lösung gefunden. URL: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Interview/2018/06/2018-06-04-merkel-fas.html> (date of access: 30.07.18). – В вопросе журналиста «Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung»: *Почему вы так спокойно относитесь к изменениям в Италии?* – скрыто неявное обвинение. Ответ Ангелы Меркель – это и есть отвод критики: *Я глубоко убеждена, что любой результат выборов и каждое демократически избранное правительство заслуживают уважения. Чем более уважительно мы относимся друг к другу и учитываем наши взаимные интересы, тем лучше. Таким образом, мы нашли жизнеспособное решение в конфликте с Грецией по поводу необходимых реформ.*

Так, Ангела Меркель объясняет «спокойное отношение» к ситуации в Италии уважением к выбору народа, что позволяет сохранять такое же уважительное отношение к ней, как к миролюбивому политику, действующему в рамках общечеловеческих ценностей взаимоуважения и стремления избежать конфликтов. Что положительно характеризует политика.

При игре на повышение наиболее продуктивными для создания положительного образа политика являются тактика самопрезентации и отвода критики, анализ-плюс, при этом на передний план выдвигаются и реальные, и мнимые достижения для формирования положительного образа компетентного политика, лучше других справляющегося со своими обязанностями. В результате проведенного нами анализа установлено, что чаще других используются тактики, действующие в рамках стратегий на понижение. Обвинение, обличение и очернение оппонентов с использованием всевозможных риторических средств представляется политикам и журналистам более действенным и/или более привычным.

Стратегия нейтральности реализуется за счет тактики информирования и является наименее продуктивной для формирования образа политика, так как она не дает необходимого для этого материала, не содержит или недостаточно содержит оценок и оценочных высказываний, которые служат ориентиром для адресата.

Например, о своих взаимоотношениях с Германией, а также отношении к мировой политике президент Сербии Вучич сообщает следующим образом:

*Merkel hat uns unterstützt, mit einem 20-Prozent-Kredit. Ich frage sie, wo sie uns helfen kann. Die **Weltbühne** ist mir egal, mir geht es um Serbien und den Balkan. Punkt.* URL: <https://www.spiegel.de/politik/ausland/serbiens-praesident-aleksandar-vucic-im-interview-ich-wuerde-in-bruessel-gehaengt-a-1297524.html>

(date of access: 31.01.20). – Перевод: *Меркель поддержала нас 20-процентным кредитом. Я спрашиваю ее, в чем она может помочь нам. Меня не волнует мировая арена, я обеспокоен проблемами Сербии и Балкан. Точка.*

Подобный стиль изложения может служить примером попытки реализации **стратегии нейтральности**, относительно мало представленной в политическом медиадискурсе. Стремление оставаться объективным, описывать реальное положение дел, не преувеличивая и не преуменьшая чужие и свои заслуги – такое встретишь не часто.

Использование коммуникативных стратегий подтверждает существование стратегического планирования для реализации коммуникационной цели, что способствует оказанию воздействия на аудиторию с целью формирования того или иного отношения к сообщаемому, следовательно, нужного образа политика. В политических медиатекстах выбор той или иной коммуникативной стратегии является целенаправленным, осознанным, прагматически обусловленным в соответствии с коммуникативной целью говорящего.

Когнитивная метафора является важной составляющей механизма конструирования образов политиков в медиадискурсе. Воздействующий потенциал политического медиадискурса реализуется через специфическое функционирование языковых средств, а именно антропоморфных, социоморфных и артефактных метафорических моделей. Использование моделей, объединенных **сферой-источником «дом», «игра», «болезнь»**, несомненно, оправданно. На фоне знакомых понятий проецируются яркие запоминающиеся образы политиков.

Например, министр культуры Германии Моника Грюттерс использует антропоморфную метафору со сферой источником **«болезнь»** в речи, посвященной 65-й годовщине народного восстания в ГДР:

*Viele von uns sind **krank, zerbrochen**, voller Verachtung gegen unsere damaligen Peiniger in den Haftanstalten der Ex-DDR und doch voller Stolz für das Gelingen der deutschen Wiedervereinigung.* URL:

<https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Rede/2018/06/20018-06-17-bkm-gedenken-ddr-volksaufstand.html> (date of access: 03.07.18). – Перевод: *Многие из нас – **больные и сломленные**, полные презрения к нашим тогдашним палачам в местах лишения свободы бывшей ГДР и все же гордые воссоединением Германии.*

Нынешняя болезненность и сломленность немецкого народа, о которой Грюттерс говорит, используя местоимение *нас* (в тексте «многие из нас»), – конечно, это метафорический образ «больных и сломленных людей», которые не сломлены и у которых все еще есть силы гордиться

воссоединением Германии. Скрытое воздействие на чувства и мысли людей реализуется в использовании местоимения *нас* («многие из нас») для усиления ощущения единства слушателей и правительства (в данном случае в лице министра культуры Моники Грюттерс).

Примером использования **артефактной метафоры** с понятийной сферой «дом» может послужить высказывание Зигмар Габриэль:

*Es ist jetzt von zentraler Bedeutung, dass wir die Spaltung des Un-
Sicherheitsrats überwinden und die Friedensbemühungen unter dem Dach der
Vereinten Nationen voranbringen.* URL:

<https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Interview/2017/04/2017-04-09-gabriel-bams.html> (date of access: 20.02.18). – Перевод: Сейчас крайне важно

преодолеть раскол в Совете Безопасности ООН и перенести усилия по установлению мира дословно «под крышу», то есть под эгиду Объединенных Наций. Он повторяет о важности этого шага неоднократно,

усиливая пожеланием «сохранять холодную голову»: *Alle Seiten müssen jetzt einen kühlen Kopf bewahren. Was wir nicht brauchen, ist eine weitere Eskalation.*

Deshalb ist es ja so wichtig, endlich zu gemeinsamen Friedensbemühungen unter dem Dach der Vereinten Nationen zu kommen. URL:

<https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Interview/2017/04/2017-04-09-gabriel-bams.html> (date of access: 20.02.18). – Перевод: Теперь все стороны

должны сохранить холодную голову. Нам не нужна еще одна эскалация. Вот почему так важно, наконец, прийти к совместным мирным усилиям под эгидой (дословно «под крышей») Организации Объединенных Наций».

В данных примерах активно используется **артефактная метафорическая модель «ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ – ЭТО ДОМ»**. В данной модели заложено и понимание важности сохранения мира в ООН – «общем доме» для стран-участников ООН, в том числе Германии, и руководящая роль ООН, и воздействие на проецируемый образ Габриэля – разумного и осторожного политика.

Примером социальной спортивной метафоры, реализуемой в рамках метафорической модели «ПОЛИТИКА – ЭТО ИГРА» является следующее высказывание:

Wenn im Wettrennen nur ein Läufer antritt, dann ist es unerheblich, wann genauer über die Ziellinie läuft. Auf der Siegertribüne wird er auf dem ersten Platz stehen. Das wird dann als Popularität interpretiert. URL:

<http://www.sueddeutsche.de/politik/interview-am-morgen-russen-sehen-in-putineinen-hoffnungstraeger-1.3907946> (date of access: 21.03.2018). – Перевод:

Если в гонке участвует только один бегун, то не имеет значения, когда он пересечет финишную черту. Он будет на первом месте, на пьедестале победителя. Потом это назовут популярностью.

Данное сообщение приводится на официальном сайте Süddeutsche Zeitung 19.03.18 на утро после выборов президента России. Предвыборная гонка сравнивается с гонкой с единственным участником, обреченным на победу и популярность, такое сравнение является примером скрытой манипуляции противников политики В.В. Путина, выражающих подобным

образом свое бессилие и злость по поводу результатов выборов в России. Опираясь на эти образы, они пытаются сформировать отрицательный образ Владимира Путина.

Были выявлены и проанализированы метафорические модели со сферой-источником «игра»: «спортивная игра», «шахматная игра», «азартная игра», «театральная игра», при этом наиболее часто встречаются метафоры со сферой-источником «спортивная игра».

Построение образа происходит как внутри текста так за его пределами. В данном случае интерес представляет изучение роли интертекстуальности и прецедентности в формировании положительного и отрицательного образа политика. Рассматривая **интертекстуальность** как необходимое условие для понимания текста, созданного автором с вплетением в него других известных текстов, мы учитываем тот факт, что интертекстуальность влияет и на понимание выстраиваемого автором образа. Дешифровка текстов и образов, проявляющихся в новых текстах, может стать увлекательной игрой для читателя при условии наличия достаточных знаний для этого. Поэтому построение образа политика строится на интертекстуальности с задействованием хорошо узнаваемых текстов и образов. В медиатекстах явление интертекстуальности тесно переплетается с явлением **прецедентности**, традиционно понимаемым как более узкое. Д.Б. Гудков определяет прецедентные феномены как единицы, которые «знакомы большинству лингво-культурного сообщества, хранятся в коллективной памяти этого сообщества и регулярно актуализируются в речи» [Гудков 1999: 12]. То есть, в качестве прецедентного феномена могут выступать названия песен или строчки из песен, названия литературных произведений, а также названия или герои фильмов, пьес, мюзиклов, пословицы, устойчивые выражения.

Например, заголовок «*Scholz kann nicht alle Wünsche erfüllen*» URL: <https://www.sueddeutsche.de/politik/bundeshaushalt-finanzplan-1.4373000> (date of access: 18.03.19). – Перевод: «*Шольц не может исполнить все желания*» – это аллюзия на Деда Мороза. Даже сказочный Дедушка Мороз может, к сожалению, исполнить не все желания: *der Weihnachtsmann will ja jedem Kind was schenken und daher kann nicht jedem ALLE Wünsche erfüllen*. – Перевод: *Дед Мороз хочет что-то подарить каждому ребенку и поэтому не может исполнить ВСЕ пожелания для всех*. Ироничный заголовок напоминает нам о том, что если Дед Мороз не всемогущ, то, конечно, министр финансов Олаф Шольц – тоже. Вот только разочарование от несостоятельности Шольца больше, такое сравнение отнюдь не в его пользу, оно способствует формированию отрицательного образа политика, у которого не все получается.

В статье «*Der Richter und sein Präsident*» URL: <https://www.spiegel.de/politik/ausland/brasilien-justizskandal-um-praesident-jair-bolsonaro-a-1273563.html> (date of access: 12.08.19). – Перевод: «*Судья и его президент*» – прецедентный феномен встречается не только в заголовке, который напоминает нам о романе Ф. Дюрренматта «*Der Richter und sein*

Henker» – «Судья и его палач», но и в тексте самой статьи, посвященной тому, что *Geleakte Aufnahmen stützen den Verdacht, dass Justizminister Sérgio Moro einst zum eigenen Vorteil sein Richteramt missbrauchte - und half, Präsident Bolsonaro ins Amt zu hieven.* – Перевод: *Полученные кадры подтверждают подозрения в том, что министр юстиции Сержио Моро когда-то злоупотреблял своим служебным положением - и помог назначению президента Болсонаро.* Необязательно вспоминать досконально сюжет детективной истории, написанной Дюрренматтом. Параллель с вышеназванным произведением проводится именно для обозначения намека на «детективный» характер самой ситуации, а значит, сюжета, описанного в статье. Далее в статье мы находим: *Das Gericht ist ebenso politisiert und gespalten wie die gesamte brasilianische Gesellschaft. Während politischer Krisen haben die Richter sich oft als Opportunisten erwiesen. Moro und die Staatsanwälte haben das einkalkuliert. «In Fux we trust», scherzen sie in einem der «Intercept»-Mitschnitte. Luiz Fux heißt einer der Richter. Er gilt als besonders willfährig gegenüber der Moro-Fraktion.* – Перевод: *Суд так же политизирован и разделен, как и все бразильское общество. Во время политических кризисов судьи часто оказывались оппортунистами. Моро и прокуратура приняли это во внимание. «Мы верим в Фукса», - шутят они в одной из записей «Intercept». Луис Фукс - имя одного из судей. Он считается особенно послушным фракции Моро. «In Fux we trust» – это перефразированное «In God we trust» – «Мы верим в Бога» или «На Бога уповаем» – официальный девиз Соединенных Штатов Америки. Верить, а тем более «уповать» на сговорчивого судью Фукса – это ирония, которая иллюстрирует не только образ упомянутого Фукса, но и образ президента Болсонаро, чья власть опирается на Фукса и ему подобных людей, которым, вероятно, совсем не стоит верить. Если даже сторонники Фукса насмеваются над своим доверием к нему, то это доверие неоправданно.*

Среди наиболее продуктивных для формирования образа политика лингвостилистических средств рассмотрим **фразеологические и синтаксические средства**. Политики, а также тексты о политиках чаще употребляют не какие-то особенные «политические» фразеологизмы, а общепринятые и общеизвестные пословицы, устойчивые и крылатые выражения, которые служат беспроблемным средством убеждения. Например, крылатое выражение: *Irren ist schließlich menschlich. Auch in der Politik* URL: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/sigmar-gabriel-fordert-seehofer-zu-sofortigem-ruecktritt-auf-a-1216116.html> (date of access: 02.07.18). – Перевод: *В конце концов, человеку свойственно ошибаться. И в политике тоже* – используется для иллюстрации неправильных, по мнению Габриэля, шагов его политических оппонентов. Цель – воздействовать на аудиторию, создать образ политиков – неудачников, тех, кому пора уйти из политики. В данной статье это Зеэхофер и его партия ХСС. Далее партию ХСС обвиняют в игре с огнем: *Die CSU spielt mit dem Feuer.* То есть говорят о том, что действия Зеэхофера и его партии просто опасны. Рисует яркий образ «опасного» Зеэхофера и рядом с ним подразумевается образ «спасителя»

Габриэля. Выбор читателя очевиден.

Одна и та же фразеологическая единица может послужить созданию и положительного, и отрицательного образа политика. Например: *Als ständige Mitglieder des UN-Sicherheitsrates lassen sie (China und Russland) westliche Initiativen gerne mal ins Leere laufen, etwa bei Interventionen in Syrien oder Venezuela. Und Putin und Xi haben bereits klar gemacht, dass sie hinter dem Iran stehen, so groß der Druck der USA auch werden wird. Chinas Außenminister Wang Yi sprach am vergangenen Dienstag sogar von einer «Büchse der Pandora» in Bezug auf den Iran. Wer diese Büchse öffnet, so der griechische Mythos, wird alle der Menschheit bekannten Übel wie Mühsal, Krankheit und Tod über die Welt bringen haben.* URL: <https://www.dw.com/de/sierens-china-die-eiscreme-freundschaft/a-49274567> (date of access: 28.07.20) – Перевод: Будучи постоянными членами Совета Безопасности ООН, они (Китай и Россия) с удовольствием отвергают западные инициативы, такие как вмешательство в Сирию или Венесуэлу. И Путин и Си уже дали понять, что они поддерживают Иран, каким бы большим ни было давление со стороны США. Министр иностранных дел Китая Ван И в минувший вторник даже говорил о «**ящичке Пандоры**» в отношении Ирана. Тот, кто откроет этот ящик, согласно греческому мифу, навлечет на себя все зло, известное человечеству: невзгоды, болезнь и смерть. Приведенный пример демонстрирует, что китайский и российский президенты выступают как осторожные, дальновидные политики, а американскому президенту Дональду Трампу опять досталась отрицательная роль того, кто может открыть ящик Пандоры.

Проанализированные нами примеры позволяют сделать вывод, что обычно тот, кто открывает ящик Пандоры, – это отрицательный герой, неумный, не понимающий, что он творит и какие беды на людей навлечет его поступок. Тот, кто неодобрительно относится к «открыванию ящика», наоборот, выступает как умный политик, способный просчитывать возможные последствия своих действий на мировой арене.

Для чего используется одно и то же крылатое выражение разными политиками, в разных ситуациях? Это узнаваемый всеми универсальный культурный код, который расскажет о происходящем лучше, чем много других слов. Следовательно, фразеологизмы – это одно из наиболее продуктивных средств, создающих яркие, запоминающиеся образы.

Среди **средств экспрессивного синтаксиса**, наиболее часто используемых в медиадискурсе, следует выделить отрицательные конструкции, риторические вопросы, параллельные конструкции, повторы и противопоставления. Формируемый образ зависит не от употребления какого-то определенного синтаксического средства, а в первую очередь от интенций автора, от того, каким он хочет, чтобы увидели образ политика в конкретной ситуации и созданном контексте. Одно и то же синтаксическое средство, например, повтор, может участвовать в конструировании и положительного, и отрицательного образа. Например, в выступлении канцлера А. Меркель на ежегодном приеме ХДС в Тюрингском

государственном парламенте 13 июня 2017 года в Эрфурте Меркель повторяет:

*Das heißt, **wir müssen** insbesondere Wachstum und Beschäftigung fördern. Denn für viele Menschen ist die Europäische Union nicht mehr die Verheißung, dass man einen Arbeitsplatz hat. **Wir müssen** beim Umgang mit Flucht und Migration entschieden zusammenarbeiten. **Wir müssen** zusammenhalten, wenn es um den Kampf gegen Terrorismus geht. **Wir müssen** auch bei der Bewältigung der außen- und sicherheitspolitischen Herausforderungen zusammenarbeiten <...>*

***Wir wollen** in der G20 eine Diskussion zu den Chancen der Globalisierung anstoßen. **Wir wollen** über die Vorteile der Globalisierung sprechen. **Wir wollen** über die Nachteile von Abschottung sprechen. Gleichzeitig **wollen wir** natürlich **nicht** verschweigen, vor welch riesigen Herausforderungen wir stehen. Die G20 ist eines der wichtigsten Foren, um sich international auszutauschen. URL: <https://www.bundesregierung.de/Content/DE/Rede/2017/06/2017-06-13-rede-merkel-cdu.html> (date of access 03.07.18) – Перевод: Это означает, что **мы должны**, в частности, стимулировать рост и занятость. Потому что для многих людей Европейский Союз больше не гарантирует то, что у вас есть работа. **Мы должны** понять, что нам нужно работать сообща, чтобы справиться с бегством и миграцией. **Мы должны** держаться вместе, когда дело доходит до борьбы с терроризмом. **Мы также должны** сотрудничать в решении проблем внешней политики и безопасности <...>*

***Мы хотим** начать дискуссию в G20 о возможностях глобализации. Мы хотим поговорить о преимуществах глобализации. **Мы хотим** поговорить о недостатках изоляции. В то же время, конечно, **мы не хотим** скрывать огромные проблемы, с которыми мы сталкиваемся. G20 является одним из наиболее важных форумов для обсуждения проблем на международном уровне. Подобная манифестация обязательств и намерений, которая начинается со слов **Wir müssen** – **мы должны** и **Wir wollen** – **мы хотим** – может быть интерпретирована по-разному. С одной стороны, это четкое видение и понимание существующей политической ситуации и планов будущих действий, что может служить конструированию положительного образа компетентного политика, этому же способствует употребление **Wir** – **мы**, как демонстрация единства Меркель и ее народа. Но, с другой стороны, такая частая манифестация, озвученная во многих выступлениях Меркель, может послужить и аргументом в пользу формирования отрицательного образа политика, деятельность которого характеризуется многократными призывами к единству и разобщенностью в реальности.*

Все проанализированные нами лингвостилистические средства оказывают влияние на установки адресата, корректируя их в заданном направлении, тем самым создавая нужный автору положительный или отрицательный образ политика, который может в разной степени отличаться от характеристик реального человека.

Таким образом, формирование положительного или отрицательного образа политика средствами масс-медиа в массовом сознании – это явление

со сложным, продуманным и целенаправленным, но в то же время скрытым механизмом. Манипулятивный характер процесса конструирования образов политиков проявляется в выборе именно тех языковых средств, которые помогут создать образ, нужный адресанту.

В результате проведенного нами анализа установлено, что чаще других используются тактики, действующие в рамках стратегий на понижение. Обвинение, обличение и очернение оппонентов с использованием всевозможных риторических средств представляется политикам и журналистам более действенным и/или более привычным. В рамках стратегии на повышение наиболее продуктивными для создания положительного образа политика являются тактика самопрезентации и отвода критики, анализ-плюс. Самой нетипичной для медиадискурса является стратегия нейтральности, то есть реализация стремления фактического изложения событий и объективных, непредвзятых характеристик участников событий.

В **заключении** делаются выводы, подводятся итоги проведенного исследования, намечаются перспективы дальнейшего исследования в данной области. Исследование открывает **перспективы** дальнейшего изучения языковых механизмов формирования образа политика. **Перспективным** представляется:

- сравнение образов политиков, создаваемых немецкоговорящими и русскоговорящими СМИ;
- сопоставительный анализ языковых средств создания образа политика мужчины и политика женщины;
- изучение невербальных средств, задействованных СМИ для создания образов политиков;
- сравнение лингвокультурной составляющей, традиций и стереотипов, оказывающих влияние на формирование образов политиков западных и восточных стран.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях:

Научные статьи в журналах, входящих в реестр ВАК РФ:

1. Погребняк Н.В. (соавт.) Метафорическое моделирование образа политика в медиадискурсе / З.Р. Хачмафова, Н.В. Погребняк // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2018. – №. 4 (227). – С. 112-116 (0,4 п.л.).

2. Погребняк Н.В. Воздействующий потенциал метафоры в современном политическом медиадискурсе / Н.В. Погребняк // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. Серия: Филологические науки. – 2019. – № 3 (136). – С. 118-125 (0,6 п.л.).

3. Погребняк Н.В. Коммуникативные стратегии формирования образа политика в немецком медиадискурсе / Н.В. Погребняк // Политическая лингвистика. – 2020. – №. 4. – С. 60-67. – DOI: 10.26170/pl20-04-07 (0,8 п.л.).

4. Погребняк Н.В. Механизм формирования образа политического деятеля в немецком медиадискурсе (на примере образа Владимира Зеленского в немецких электронных СМИ) / Н.В. Погребняк // Современный ученый. Серия: Языкознание. – 2020. – №6. – С. 185-189 (0,5 п.л.).

Статьи в журналах, сборниках научных трудов и материалов научных конференций:

5. Погребняк Н.В. Признаки языковой манипуляции в политическом медиадискурсе / Н.В. Погребняк // Вестник современных исследований. – 2018. – № 11.5. – С. 184-187 (0,3 п.л.).

6. Погребняк Н.В. Убеждение и внушение как способы речевого воздействия, функционирующие в политическом медиадискурсе / Н.В. Погребняк // Филологический аспект. – 2018. – № 12 (44). – С. 131-143 (0,6 п.л.).

7. Погребняк Н.В. Прецедентный феномен как источник создания языковой игры в заголовках политических медиатекстов (на материале немецкоязычных интернет-изданий) / Н.В. Погребняк // Actual problems of the theory and practice of philological researches : materials of the IX international scientific conference on March 25–26, 2019. – Prague : Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2019. – С. 98-102 (0,3 п.л.).

8. Погребняк Н.В. Прагматический потенциал отрицательных конструкций в формировании образа политического деятеля / Н.В. Погребняк // Сборник по материалам Всероссийской научно-практической конференции «Язык. Общество. Культура». – Краснодар, 2019. – С. 128-134 (0,3 п.л.).

9. Pogrebnyak N. The role of the precedent phenomenon in creating a language game in the headlines of political media discourse / N. Pogrebnyak // Linguistic Frontiers. – 2019. – Т. 2. – № 1. – С. 23-27. DOI: 10.2478/lf-2018-0016 (0,5 п.л.).

10. Погребняк Н.В. Ирония как средство формирования отрицательного образа политического деятеля (на материале немецкоязычных статей) / Н.В. Погребняк // Материалы Международной научной конференции «Лингвистика будущего: новые тенденции и перспективы». – Майкоп, 2019. – С. 249-254 (0,3 п.л.).

11. Погребняк Н.В. Роль фразеологических единиц в процессе конструирования образа политика в медиадискурсе (на материале немецких электронных СМИ) / Н. В. Погребняк // Языковая личность и эффективная коммуникация в современном поликультурном мире : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф., посвящ. 100-летию Белорус. гос. ун-та, Минск, 29–30 окт. 2020 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол. : С. В. Воробьева (гл. ред.) [и др.]. – Минск : БГУ, 2020. – С. 40–44 (0,2 п.л.).