

Риторический прием обличения как коммуникативное средство ведения информационной войны во французском политическом медиапространстве

Towards the Rhetorical Representation of Denunciation as a Communicative Method of the Spin War in French Political Medialandscape

DOI: 10.12737/2587-9103-2025-13-1-81-86

Получено: 19 октября 2024 г. / Одобрено: 19 ноября 2024 г. / Опубликовано: 26 февраля 2025 г.



П.Г. Логинова

Канд. филол. наук, доцент, преподаватель французского языка, кафедра международной коммуникации факультета мировой политики МГУ им. М.В. Ломоносова, Россия, Москва, Ленинские горы, 1, стр. 51, e-mail: polina-loginova@inbox.ru

P.G. Loginova

Ph.D. in Linguistics, Senior Lecturer, International Communication Department, School of World Politics, Moscow Lomonosov State University, GSP-1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia, e-mail: polina-loginova@inbox.ru



Н.О. Луценко

Канд. полит. наук, доцент кафедры иностранных языков и коммуникативных технологий Университета МИСИС, старший преподаватель испанского языка, кафедры международной коммуникации факультета мировой политики МГУ им. М.В. Ломоносова, Россия, Москва, Ленинские горы, 1, стр. 51, e-mail: lutsenkono_msu@mail.ru

N.O. Lutsenko

Ph.D. in Political Science, Senior Lecturer of the Department of Foreign Languages and Communication Technologies at MISIS University, Senior Lecturer of Spanish of the International Communication Department, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University, GSP-1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia, e-mail: lutsenkono_msu@mail.ru

Аннотация

В статье осуществлен риторико-стилистический и лингво-когнитивный анализ французского политического медиапространства на примере исследования специфики политической коммуникации лидеров трех ключевых политических партий в современной Франции (Ж.-Л. Меланшона, М. Ле Пен и Э. Макрона), проведенный в рамках нового направления исследований риторико-стилистических особенностей политической медиакоммуникации, — политической медиаторики. Доказывается, что в современном французском политическом медиапространстве риторический прием обличения играет особую роль, выступая в качестве своего рода «коммуникативного орудия» информационной войны. Определяется, что стратегия персуазивности детерминирует использование французскими политическими деятелями определенных риторических средств как рационального убеждения, так и эмоционального воздействия, одним из самых эффективных среди которых и является риторический прием обличения. Цель риторического приема обличения — моделирование негативно-го образа того или иного актора политической арены у реципиента, в частности, дискредитация привычного социуму образа политика-оппонента посредством использования указанного риторико-стилистического средства. В качестве эмпирической базы исследования выступили мультимодальные платформы политиков, такие как <https://lafranceinsoumise.fr/>, <https://rassemblementnational.fr/>, а также фрагменты их дебатов, подвергнутые риторико-стилистическому анализу и репрезентирующие реализацию риторического приема обличения.

Ключевые слова: медиатизация, французское политическое медиапространство, риторический прием обличения, информационная война.

Abstract

The paper considers the rhetoric and cognitive analysis of the contemporary political French medialandscape within linguistic research of political discourse by the example of verbal behavior of J.-L. Mélenchon, M. Le Pen and E. Macron representing three major political parties on the French political stage. It is being mentioned that nowadays political media rhetorics as a new branch of humanities permits to undertake diverse types of linguistic analysis.

It is illustrated that by using special figures of speech the rhetorical representation of denunciation is being implemented and is often used as one of the methods of so — called «spin» or «propaganda war» in contemporary French political medialandscape. The author attempts to illustrate that within special language features the reversed and negative image of the actor of the contemporary French political stage could be created.

The aim of the research is to illustrate that by using diverse rhetoric means and language units within French political landscape it is possible to undertake so-called spin wars. It is as well attempted to draw attention to the fact that by linguistic usage of figurality the contemporary political framework is revealed. The empiric material is based on the linguistic units of the websites of French politicians, such as <https://lafranceinsoumise.fr/> and <https://rassemblementnational.fr/>. The practical significance of the article represents the possibility of implementing the analyzed examples of language units within the preparation of such option courses as contrastive lexicology and contrastive phraseology while teaching the French language at Universities to students of philology.

Keywords: media, social media, new media, science in the information society, mediatization of science, problems of mediatization of science.

Введение

В современную цифровую эпоху медиатизация политической сферы представляет собой один из важных объектов исследования гуманитаристики в силу того, что политические процессы подлежат

рассмотрению в неразрывной связи со средствами массовой коммуникации. Под термином «медиатизация политики» подразумевается процесс, при котором политическая жизнь перемещается в символическое пространство СМИ [8]. Под феноменом

информации, в свою очередь, понимается «совокупность сведений или сообщений, являющихся объектом сбора, переработки, распространения и хранения» [11, с. 38].

С развитием информационно-коммуникативных технологий в современном медиапространстве, определяемым французским лингвистом С. Рукетт как «пространство, где эксплицируется точка зрения читателей, слушателей и даже телезрителей... В медиапространстве комментарии читателей, их вопросы, мнения порождают дискуссии и дебаты по актуальным проблемам современного общества», «*Les médias accordent depuis très longtemps un espace d'expression à leurs lecteurs, leurs auditeurs et même leurs téléspectateurs ... les commentaires des lecteurs, leurs questions, leurs avis participent depuis longtemps à l'espace médiatique au sens où ces commentaires concourent à l'organisation, à la confrontation et à l'animation des débats entre les citoyens sur des sujets d'actualité ou de société*» [18], значительно расширились возможности манипулирования сознанием социума, в частности, на вербально-когнитивном уровне. Как отмечают Брайант и С. Томпсон, «фокус исследований политической пропаганды расширился за счет переноса акцента на когнитивные аспекты. По своей природе такое воздействие может быть периодическим или постоянным» [1, с. 335–336], что актуализируется посредством информационной войны, неразрывно связанной с концепцией политической пропаганды, в той или иной форме проводимой акторами мировой политической арены. Анализ риторической специфики политической медиакommunikации осуществляется в рамках нового направления исследований, а именно, новаторского подхода в области исследования риторико-стилистических особенностей политической медиакommunikации, — политической медиариторики [7].

В соответствии с вышеизложенным **объект исследования** настоящей работы представляет собой французское политическое медиапространство, на просторах которого ведется информационная война, цель которой — дискредитация ведущими акторами политической арены своих оппонентов; **предмет исследования** — актуализация риторического приема обличения и его суггестивного влияния во французском политическом медиапространстве. **Цель работы:** на примере риторико-стилистического анализа лингвистических единиц современного политического медиапространства Франции проиллюстрировать, что риторический прием обличения представляет собой эффективное коммуникативное средство ведения информационной войны. **Новизна** обуславливается анализом риторического приема обличения как коммуникативного средства ведения информационной войны на примере исследования француз-

ского политического медиапространства, не достаточно изученного в российской коммуникативистике и моделирующего специфику современной французской политической медиакommunikации, чем, в равной степени, детерминируется **актуальность** работы.

Основная часть. Постановка проблемы

Благодаря бурно развивающимся коммуникативным технологиям, в современном политическом медиапространстве моделируются различные типы коммуникативных связей, что способствует росту политической пропаганды: информационные войны трансформируются в своего рода коммуникативную технологию. Под термином «информационная война» понимается, вслед за Д.А. Швеца, «коммуникативная технология, цель которой — достижение информационного превосходства» [12, с. 34]. При исследовании проблематики информационных войн особое место уделяется вербальной составляющей коммуникативного процесса. Ж.-М. Денкэн справедливо отмечает, что «мир политики есть мир языка... как мир представлений мир политики обладает той особенностью, то опосредуется языком» [6].

«Мир языка в политике», или теория политической речи изучается в ракурсе политической медиариторики, фокус исследования которой составляет речь акторов политической арены, рассматриваемая как своего рода «средство получения и осуществления государственной власти» [6]. Как наука полигуманитарного характера, политическая медиариторика играет огромную роль в современном политическом медиапространстве: ораторская речь представляется специфической формой идеологии с особой социальной функцией — агитационной. Во французском политическом медиапространстве идеологическая функция СМИ формирует массовое сознание посредством идеологических посылов. В рамках статьи средствами ведения информационной войны как своего рода коммуникативной технологии выступают риторико-стилистические приемы — анализу подвергнут риторический прием обличения, применяемый акторами французской политической арены с попыткой детерминации суггестивного воздействия на реципиентов.

В качестве научной базы политической медиариторики служит теория классического риторического учения, которая восходит к учениям Сократа, Аристотеля, Марка Туллия Цицерона и Марка Фабия Квинтилиана. Цицерон говорил: «Красноречие — спутник мира, союзник тишины и уже хорошо организованного общества (*bene constituae civitatis*) питомец» [13]. Риторика структурировала композиции речей, способы аргументации, персуазивности, детерминиро-

вала принципы эмоционально-психологического воздействия на реципиента (электорат), а также определила спектр стилистических приемов, средств и фигур, используемых политическими деятелями в современном французском политическом медиапространстве. Наравне с теорией классической риторики, научным фундаментом политической медиариторики являются общепризнанные теории коммуникаций. В широком смысле теория коммуникации определяется как «теория речевых актов, привязанных к определенным типизированным условиям» [4]. Под процессом коммуникации определяется «связанный с отношениями процесс создания и интерпретации сообщений, которые вызывают определенную реакцию» [9, с. 36]. В той или форме в политической риторике находят отражение теория аутопоетической системы Н. Лумана, который в символически обобщенные средства коммуникации включает также власть как средство коммуникации и истину» [11, с. 146], теория перформативов Дж. Остина (перформативный стиль коммуникации акторов современной политической арены видоизменяет структуру политического языка Как отмечает М.Н. Грачев, под воздействием перформативного стиля коммуникации «меняется структура политического языка, происходит его сближение со спонтанной речью благодаря интонационному выделению отдельных слов и словосочетаний, использованию пауз, эмоционально-экспрессивной и разговорной лексики» [3]. Также научным базисом политической медиариторики представляется теория М. Маклюэна, считавшего, что медиа — своего рода «продолжение», «расширение» чувств» [10], что находит свое подтверждение в лингвистических примерах суггестивного воздействия на эмоциональный фон и психику реципиентов именно на уровне риторико-стилистических средств. В равной степени в качестве «научного фундамента» политической медиариторики выступает теория (формула) Г.Д. Лассуэлла, в рамках которой коммуникационный процесс трактуется как своего рода процесс императивный, в ходе которого отправители сообщений стремятся оказать воздействие на точку зрения и манеру поведения реципиентов.

Материал и методы исследования. Методологию работы представляют собой современные теории коммуникаций, а также постулаты классического риторического учения. В работе применялись такие общенаучные методы, как анализ и синтез, а также такие специальные лингвистические методы, как метод контент-анализа, риторико-стилистический и интерпретационный методы. В качестве **эмпирической базы** исследования выступили мультимодальные платформы политиков, такие как [\[lafranceinsoumise.fr/\]\(https://lafranceinsoumise.fr/\), <https://rassemblementnational.fr/>, а также фрагменты их дебатов, подвергнутые риторико-стилистическому анализу и репрезентирующие реализацию риторического приема обличения.](https://</p>
</div>
<div data-bbox=)

Дискуссия. Результаты исследования. В качестве яркого примера западноевропейской державы с богатым риторико-политическим наследием выступает Франция, мультипартийность политической системы которой характеризуется сосуществованием, высокой степенью активности и вовлеченности во французский политический процесс большого числа политических партий. Среди наиболее влиятельных современных французских политических партий, репрезентирующих ключевые политические течения, выделяются партия правого толка «Национальное объединение» (*Rassemblement National*), которой с 2011 по 2021 г. руководила Марин Ле Пен (в настоящее время во главе партии — молодой политик Джордан Барделла); партия «Непокоренная Франция» (*La France Insoumise*), транслирующая идеи французского левацкого крыла, бессменный лидер которой — Жан-Люк Меланшон, а также партия «Возрождение» (*Renaissance*), во главе которой находится действующий президент Франции Э. Макрон, пропагандирующий идеи центризма. Благодаря разнообразным риторическим приемам, указанные акторы французской политической арены ведут информационные войны, цель которых — дискредитация, «медиаунитожение» оппонента в глазах потенциального электората.

Медиаплатформы, личные интернет-сайты, форумы и блоги рассматриваемых политических деятелей представляют собой французские новые медиа, базирующиеся на принципах интерактивности. Данные цифровые ресурсы трансформировались в своего рода площадку для критики, обличения и дискредитации оппонентов, чем и обусловлен в настоящей статье выбор эмпирического материала: риторико-стилистическому анализу подвергнуты лингвистические единицы указанных французских новых медиа, репрезентирующих реализацию риторического приема обличения. Исследуются фрагменты политических дебатов, примеры из личных блогов политических деятелей, репрезентирующих на вербальном уровне технологию ведения информационной войны против своих политических противников.

Основной стратегией политических деятелей представляется персуазивность, так как именно умение убеждать, «завоевывать» электорат ведет к достижению самой главной их цели — приходу к власти и ее удержанию. По мнению А.В. Голоднова, «персуазивность является универсальной стратегией текстообразования для регулярно воспроизводимых в разных коммуникативно-речевых сферах (рекламе, полити-

ке, религии и т.д.) ситуаций, в которых к доминирующим целям адресанта относится изменение постокоммуникативного поведения реципиента» [2]. Во французском политическом медиапространстве персуазивная стратегия детерминирует использование определенных языковых средств как рационального убеждения, так и эмоционального воздействия. Именно в персуазивности реализуется риторический аспект политической коммуникации, актуализируясь в пафосе, этосе и логосе как категориях риторики. Понятие персуазивности соотносится с теорией аргументации в политической речи, аргументация же — главный компонент риторического процесса. Как субъективно-оценочный акт персуазивность представляет собой стилистическую актуализацию аргументирования. Персуазивная стратегия детерминирует использование определенных языковых средств как рационального убеждения, так и эмоционального воздействия, одним из которых является именно риторический прием обличения, нацеленный на формирование негативного его образа у реципиента и являющийся своеобразным орудием информационной войны во французском политическом медиапространстве.

Рассмотрим лингвистические примеры, в которых риторический прием обличения выступает в качестве средства ведения информационной войны против своих политических противников во французском политическом медиапространстве на примере политической коммуникации Э. Макрона, Ж.-Л. Меланшона и Марин Ле Пен.

С целью высмеивания действующего политического режима и президента страны Э. Макрона на одной из своих медиаплатформ *Melenchon.fr* Ж.-Л. Меланшон в формате, напоминающим детскую сказку с сопутствующим графическим сопровождением (Э. Макрон с короной на голове в окружении «свиты»), обращаясь к молодежной аудитории, следующим образом иронично описывает устроенный Э. Макроном в Версале прием представителей французской элиты. Ж.-Л. Меланшоном используются метафоры и эпитеты в составе риторического приема обличения в одной фразе:

- «*Aujourd'hui à Versailles le monarque présidentiel reçoit tous les rois du fric*». *La France paie*» [16] («Сегодня в Версальском дворце президентский монарх принимает всех денежных королей. Франция платит»). Посредством риторического приема обличения на уровне языковых средств Ж.-Л. Меланшон «рисует» перед аудиторией образ «президент-взяточника», президента элиты, не интересующегося проблемами среднего класса.

С целью дискредитации своего главного оппонента, обладая огромным желанием словесно «унич-

тожить» противника, Ж.-Л. Меланшоном вводятся в речь неологизмы. Критикуя стиль управления Э. Макрона, открыто его порицая, Ж.-Л. Меланшон создает неологизм *Macronie*, дословно, «Макрония» в значении «деятельность Макрона»: *Macronie est absurdie* [16], «политический курс Макрона является насквозь абсурдным».

С точки зрения использования Ж.-Л. Меланшоном риторического приема обличения особый лингвориторический интерес представляет содержание закладки *Communiqués de presse* («Пресс-релизы») медиаплатформы партии *La France Insoumise*, в которой содержатся обращения членов партии к действующему правительству по тому или иному поводу, призывы и слоганы. Репрезентируя идеологию партии «Непокоренная Франция», в коммюнике используются следующие языковые единицы «*La planète brûle et la macronie veut mettre à mort un outil public indispensable à une vraie politique de planification écologique, en rupture avec les logiques libérales actuellement à l'œuvre*» [17], «Планета «горит» и режим Макрона («Макрония» дословно) хочет уничтожить (дословно «придать смерти») необходимый инструмент осуществления политики в области экологии, идя в разрез с логикой либерализма». Метафора в составе фразеологизма, содержащего лексему *mort* «смерть», выступает в качестве риторического приема обличения действующего режима Э. Макрона. Неологизм *macronie* (режим Макрона, «Макрония», созвучный лексеме *maladie* «болезнь») часто используется в устных выступлениях самим Ж.-Л. Меланшоном как некая «вербальная квинтэссенция презрения» по отношению к Э. Макрону.

В качестве следующих примеров рассмотрим отрывки из предвыборных дебатов 2017 г. между Э. Макроном и М. Ле Пен, в ходе которых риторический прием обличения оппонента, применяемый Э. Макроном, является самым настоящим средством ведения информационной войны. Образному компоненту в примерах ниже отводится ключевая роль; стилистически-маркированные единицы языка политической коммуникации Э. Макрона выполняют сразу несколько функций: коммуникативную, персуазивную и эстетическую.

- *Qui joue avec les peurs de nos concitoyens? C'est vous (...) La grande prêtresse de la peur, elle est en face de moi* (там же), «Кто запугивает наших соотечественников? Это великая жрица страха, которая сидит напротив меня» [14]. С целью «завоевания» электората Э. Макроном вырисовывается чудовищный образ женщины-политика, запугивающей население и вызывающей чувство неприязни и невольного страха и опасения, «отбивающего» у

реципиента всякое желание голосовать за нее на выборах президента страны.

- *Ce que vous proposez, comme d'habitude, c'est de la poudre de perlimpinpin* [15], «Вы предлагаете, как обычно, чудодейственное шарлатанское средство, пустой порошок». В данной фразе Э. Макрон открыто обвиняет М. Ле Пен в некомпетентности; используя в составе приема обличения колоритный фразеологический оборот *la poudre de perlimpinpin*, «шарлатанское средство».

В политической коммуникации М. Ле Пен, в свою очередь, риторический прием обличения также весьма частотен: особое место отводится критике деятельности Э. Макрона. Обличая и обвиняя Э. Макрона в развале государства, лидер правых употребляет стилистически маркированные эпитеты, приковывающие внимание реципиента:

- *M. Macron est le candidat de la mondialisation sauvage, de la précarité, de la brutalité sociale, de la guerre de tous contre tous, du saccage économique* [14], «Господин Макрон — кандидат чудовищной, дикой глобализации, символизирующий бедность, разруху, беспорядки и насилие в обществе, войну всех против всех, а также экономический упадок». Благодаря риторическому приему обличения М. Ле Пен вырисовывается образ политика, не заботящегося о своем народе и о сохранении французской идентичности.

Выводы

В условиях неуклонно растущей медиатизации политической сферы, способы информационного

воздействия на общественное сознание требуют глубокого научного осмысления. Инструментарий политической медиариторики, нового направления исследований риторико-стилистических особенностей политической медиакommunikации, позволяет осуществить анализ воздействия вербального поведения акторов современной политической арены на сознание потенциального электората.

Во французском политическом медиапространстве «власть языка в политике» детерминируется такими коммуникативными технологиями, как информационные войны. Риторико-стилистические приемы представляют собой коммуникативные средства ведения современной информационной войны во Франции. Одним из подобных языковых средств является риторический прием обличения, широко используемый во французском политическом медиапространстве (в частности, на интернет-площадках политиков, создающих своего рода «эффект идейного единства», на психологическом уровне сближая реципиентов). Являясь относительно новым сегментом французских политических медиакommunikаций, данные цифровые ресурсы представляют собой ценный источник лингвистического материала. Цель информационной войны, проводимой такими ведущими акторами современной французской политической арены, как М. Ле Пен, Ж.-Л. Меланшон и Э. Макрон, состоит в дискредитации привычного социуму образа политика-оппонента посредством использования в словесной атаке такого коммуникативного средства, как риторический прием обличения.

Литература

1. *Брайант Д.* Основы воздействия СМИ [Текст] / Д. Брайант, С. Томпсон; пер. с англ. — М.: Вильямс, 2004. — 432 с.
2. *Голоднов А.В.* Персуазивность как универсальная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе (на материале немецкого языка) [Текст]: дис. ... д-ра филол. наук: 10.02.04 / А.В. Голоднов. — СПб., 2011. — 402 с.
3. *Грачев М.Н.* Трансформация политико-коммуникационных процессов в информационном обществе: от медиации к медиатизации [Текст] / М.Н. Грачев // Российская школа связей с общественностью. — 2020. — Вып. 18–19. — С. 23.
4. *Гриффин Э.* Коммуникация: теории и практики [Текст] / Э. Гриффин; пер. с англ. — Харьков: Гуманитарный центр, Науменко А.А., 2015. — 688 с.
5. *Данилина В.Р.* Политическая риторика как научное направление // Вестник Моск. ун-та. Серия 21. Управление (государство и общество). — 2005. — № 2 [Электронный ресурс]. — URL: file:///C:/Users/User/Downloads/politicheskaya-ritorika-kak-nauchnoe-napravlenie%20(3).pdf
6. *Денкэн Ж.-М.* Политическая наука. Международный независимый эколого-политологический университет [Текст] / Ж.-М. Денкэн; перевод И.А. Гобозова. — М.: Изд-во МНЭПУ, 1993. — 162 с.
7. *Добросклонская Т.Г.* Политическая медиариторика: системный подход к исследованию речевых практик политического медиадискурса [Текст] / Т.Г. Добросклонская, П.Г. Логинова // Научные исследования и разработки. Современная коммуникативистика. — 2023. — Т. 12. — № 4. — С. 47–55.
8. *Засурский Я.Н.* Масс-медиа Второй республики [Текст] / Я.Н. Засурский. — М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1999. — 272 с.
9. *Колшанский Г.В.* Коммуникативная функция и структура языка [Текст] / Г.В. Колшанский. — 4-е изд. — М.: Ленанд, 2018. — С. 23.
10. *Маклюэн М.* Понимание медиа: внешние расширения человека [Текст] / М. Маклюэн; пер. с англ. В.Г. Николаева. — М.: Гипербория, Кучково поле, 2007. — 462 с.
11. *Олешко В.Ф.* СМИ как медиатор коммуникативно-культурной памяти [Текст]: монография / В.Ф. Олешко, Е.В. Олешко; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2020. — 470 с.
12. *Швец Д.А.* Информационное управление как технология обеспечения информационной безопасности [Текст] / Д.А. Швец // Сб. «Массовая коммуникация и массовое сознание». — М.: Изд-во МГИМО, 2003. — 34 с.
13. *Cicero. Ciceronis Scripta. Brutus. Vol. II. Part I. Lips., 1863. Параграф 45. — С. 208.*
14. *Débat d'entre-deux-tours: Débat 2017 entre Marine Le Pen et Emmanuel Macron résumé en 15 minutes | Archive INA [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=ncl3t-lmqGg*

15. Débat présidentiel 2017: Emmanuel Macron — Marine Le Pen | Archive INA [Электронный ресурс]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=FIJpp_TZC6k
16. Macron et les rois du fric [Электронный ресурс]. URL: <https://melenchon.fr/2023/05/15/macron-et-les-rois-du-fric-2>
17. La France Insoumise [Электронный ресурс]. URL: <https://lafranceinsoumise.fr/>
18. Rouquette S. Aux marges de l'espace public médiatique. *Politique de communication*. 2016 / 1 (no. 6), pp. 81–111 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cairn.info/revue-politiques-de-communication-2016-1-page-81.htm?ref=doi>

References

1. Brajant D., Tompson S. *Osnovy vozdejstvija SMI / Per. s angl. M.: Vil'jame*, 2004. 432 s.
2. Golodnov A.V. *Persuazivnost' kak universal'naja strategija tekstoobrazovanija v ritoricheskom metadiskurse (na materiale nemeckogo jazyka): dis. ... d-ra filol. nauk: 10.02.04. SPb., 2011. 402 s.*
3. Grachev M.N. *Transformatsija politiko-kommunikacionnykh protsessov v informacionnom obshhestve: ot mediatzii k mediatizatsii // Rossijskaja shkola svjazej s obshhestvennost'ju: al'manah. 2020. Vyp. 18–19. S. 23.*
4. Griffin Je. *Kommunikatsija: teorii i praktiki. Per. s angl. X.: Izd-vo «Gumanitarnyj Centr», Naumenko A.A., 2015. 688 s.*
5. Danilina V. R. *Politicheskaja ritorika kak nauchnoe napravlenie // Vestnik Mosk. Un-ta. Serija 21. Upravlenie (gosudarstvo i obshhestvo), 2005. № 2. [Elektronnyj resurs]. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/politicheskaja-ritorika-kak-nauchnoe-napravlenie%20(3).pdf*
6. Denkjen Zh.-M. *Politicheskaja nauka. Mezhdunarodnyj nezavisimyj ekologo-politologicheskij universitet. Perevod I.A. Gobozova.*
7. Dobrosklonskaja T. G., Loginova P.G. *Politicheskaja mediaritorika: sistemnyj podkhod k issledovaniju rechevykh praktik politicheskogo mediadisakursa. Nauchnye issledovanija i razrabotki. Sovremennaja kommunikativistika, t. 65, no. 4, pp. 47–55.*
8. Zasukij Ja.N. *Mass-media Vtoroj respubliki. M.: Izd-vo Mosk. gos. un-ta. 272 s. 1999.*
9. Kolshanskij G.V. *Kommunikativnaja funktsija i struktura jazyka. Moskva, Izd-vo «Lenand», 2018 g. 4-e izdanie. S. 23.*
10. Makljujen M. *Ponimanie media: vneshnie rasshirenija cheloveka / per. s angl. V. G. Nikolaeva. M.: Giperboreja, Kuchkovo pole, 2007. 462 s.*
11. Oleshko V. F. *SMI kak mediator kommunikativno-kul'turnoj pamjati: [monografija] / V.F. Oleshko, E.V. Oleshko; Ministerstvo nauki i vysshego obrazovanija Rossijskoj Federatsii, Ural'skij federal'nyj universitet. Ekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta, 2020. 470 s.*
12. Shvets D.A. *Informacionnoe upravlenie kak tekhnologija obespechenija informacionnoj bezopasnosti // Sb. «Massovaja kommunikatsija i massovoe soznanie», Moskva, MGIMO. 2003. 34 s.*
13. Ciceron. *Ciceronis Scripta. Brutus. Vol. II. Part I. Lips., 1863. Paragraf 45. S. 208.*
14. Débat d'entre-deux-tours: Débat 2017 entre Marine Le Pen et Emmanuel Macron résumé en 15 minutes | Archive INA [Elektronnyj resurs]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=ncl3t-lmqGg>
15. Débat présidentiel 2017: Emmanuel Macron — Marine Le Pen | Archive INA [Elektronnyj resurs]. URL: https://www.youtube.com/watch?v=FIJpp_TZC6k
16. Macron et les rois du fric [Elektronnyj resurs]. URL: <https://melenchon.fr/2023/05/15/macron-et-les-rois-du-fric-2>
17. La France Insoumise [Elektronnyj resurs]. URL: <https://lafranceinsoumise.fr/>
18. Rouquette S. *Aux marges de l'espace public médiatique. Politique de communication. 2016 / 1 (№ 6). PP. 81–111 [Elektronnyj resurs]. URL: https://www.cairn.info/revue-politiques-de-communication-2016-1-page-81.htm?ref=doi*