

Политическая медиариторика: системный подход к исследованию речевых практик политического медиадискурса

Political Media Rhetoric: an Integrated Approach to The Study of Speech Practices in Political Media Discourse

DOI: 10.12737/2587-9103-2023-12-4-47-54

Получено: 03 мая 2023 г. / Одобрено: 30 мая 2023 г. / Опубликовано: 26 августа 2023 г.



Т.Г. Добросклонская

Д-р филол. наук, профессор кафедры лингвистики, перевода и межкультурной коммуникации иностранных языков и регионоведения МГУ им. М.В. Ломоносова, почетный профессор Пекинского университета международного сотрудничества, профессор факультета мировой политики МГУ им. М.В. Ломоносова, профессор Санкт-Петербургского государственного университета, e-mail: tatdobro@mail.ru

T.G. Dobrosklonskaya

Dr. Habil in Philology, Professor, Department of Linguistics, Translation and Intercultural Communication, Faculty of Foreign Languages and Area Studies, Lomonosov Moscow State University, Professor at School of World Politics (Faculty of World politics), Lomonosov Moscow State University, e-mail: tatdobro@mail.ru



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

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

Аннотация

В статье обосновано становление нового интегрированного подхода к изучению политических медиакоммуникаций, оформленного в виде самостоятельной научной дисциплины – **политической медиариторики**. Актуальность политической медиариторики как перспективного направления медиалингвистических и риторических исследований обусловлена возрастающим интересом к риторическому аспекту политического медиадискурса и в связи с этим необходимостью разработки комплексного системного подхода к его изучению. В работе указывается, что теория политической медиариторики строится на базе положений классической риторики, медиалингвистики, медиастилистики и прочих гуманитарных наук, так или иначе связанных с исследованием массмедийного дискурса в аспекте политических коммуникаций. Определяются исторические предпосылки становления политической медиариторики как частной риторической дисциплины, ее задачи, цель, методология, а также место в общей системе социально-гуманитарного знания. Отмечается, что предметом политической медиариторики является актуализация языка как разновекторных речевых практик, т.е. взаимосвязь различных сфер политической человеческой деятельности и речепотребления в пространстве политического риторического медиадискурса. Приводится характеристика *понятийно-терминологического аппарата* политической медиариторики. Цель статьи — презентация нового направления дискурсивных исследований в области политических медиакоммуникаций — частной риторики языка политических медиакоммуникаций, а именно, политической медиариторики и ее становления как самостоятельного научного направления.

Задачи работы носят программно-теоретический характер: представить понятийно-терминологический аппарат *политической медиариторики* как частной риторики языка политической коммуникации, методологию и ее теоретические основы как нового направления гуманитарных исследований.

Ключевые слова: политическая коммуникация, политическая риторика, медиариторика, медиалингвистика, медиапространство, медиастилистика, медиатекст.

Abstract

The article outlines a new integrated approach to the study of political media communications, represented as a separate discipline — **political media rhetoric**. The academic demand for media rhetoric as a new branch of media linguistic and rhetoric studies is determined by the growing interest to the rhetoric aspect of political media discourse and hence the necessity of introducing a complex systemic approach to its analysis. The theory of political media rhetoric is constructed on the basis of key assumptions of classical rhetoric, media linguistics, media stylistics and other disciplines related to the study of media discourse in the aspect of political communications. The article defines historical roots of the formation of media rhetoric, its academic goals, methodology, and its place within general structure of humanities. The subject of political media rhetoric is the actualization of different speech rhetorical practices in the sphere of political media discourse. The basic category of political media rhetoric is represented by a polycode multimodal rhetoric mediatext, functioning within the system of political media communications. The research potential of political media rhetoric has been analyzed on the material of public speeches of the French modern politicians. The conducted research shows that the terminology and methodology of political media rhetoric can be effectively applied as a complex systemic approach to the study of rhetoric media practices in the sphere of political media communications.

Keywords: political communications, political media rhetoric, media rhetoric, media linguistics, media stylistics, media space, media text.

Введение

Необходимость научного переосмысления риторического аспекта современных политических коммуникаций сопряжена со всё возрастающей персонализацией политического медиадискурса. Антропоцентризм, доминирующий сегодня в гуманитарной науке и, как следствие, в когнитивистике и медиариторике, обуславливает потребность в детальном полидисциплинарном исследовании всего инструментария манипулятивных практик, широко применяемых в политике для оказания воздействия на сознание социума и решения электората. С развитием медиатехнологий, оказавших существенное влияние на все сферы жизни, включая медиатизацию политики, роль политической ораторской речи значительно возросла, что наглядно прослеживается в ярких выступлениях российских и зарубежных политических лидеров, таких как, например, В.В. Путин, Д. Трамп, Э. Макрон, Марин Ле Пен, Жан-Люк Меланшон и др. Именно поэтому комплексное системное изучение идеологического влияния политического ораторского искусства на сознание общества и индивида приобретает в настоящее время особую **актуальность**.

Языковое качество подачи материала, выразительность выступления политического деятеля в комплексе с невербальными средствами представляются чрезвычайно значимыми в плане убеждения аудитории, или персуазивности, как одной из ключевых целей лидеров политических партий и формаций. Без овладения техниками ораторского мастерства политическая карьера того или иного лидера не представляется возможной. По мнению В.И. Аннушкина, «язык вашего тела должен быть подчинен смыслу речи. Ничто так не ценится как естественность, но естественность бывает результатом долгой работы над собой» [2, с. 16]. Ораторское искусство в сфере политических коммуникаций представляет собой особую форму устной коммуникации с ярко выраженной социальной функцией, а именно — агитационной. В этой связи роль и значение политической риторики, ее эмпирико-прикладные задачи в становлении ораторства как одной из функций политики на современной мировой политической арене сложно переоценить.

Постановка проблемы. Теоретическая часть

На определенном этапе своего развития риторика как наука об ораторской речи, трансформировавшаяся в теорию словесности, подверглась суровой критике в силу своего метафизического характера. В задачи риторики не входила проблематика моделирования ораторского мастерства как «слова публичного». Как отмечает В.А. Гофман, традиционная

риторика не учитывала становление ораторского искусства как такового и не учитывала диалектику его форм: «Риторика отличалась некритическим, антиисторическим, априорным характером. Отсюда все ее методологические грехи как теории; она строилась на метафизических и теологических предположениях, либо оставалась на почве наивной эмпирики» [4, с. 19.]

Если риторика, понимаемая вслед за Г.Г. Хазагеровым как «ораторское искусство, воздействие на аудиторию с помощью слова» [17], то политическая риторика, возникнув в Древней Греции, явилась своего рода пластом риторического учения, в задачи которого входило исследование красноречия в сфере политики наравне с теорией политической речи как таковой, в рамках которой речь детерминирована как средство осуществления государственной власти. Своего рода «предтечей риторики», как подчеркивает В.И. Аннушкин, явилась софистика: «Софистика возникла в Древней Греции как предтеча риторики, способность доказывать любые положения и максимально выгодно для себя распространять повествование» [2, с. 111]. По мнению В.А. Гофмана, «ораторские средства убеждения открывают путь к власти... побеждать и властвовать — цель ораторского воспитания, которое должно вооружить политического деятеля» [4, с. 29]. Цицерон подчеркивал, что «красноречие — спутник мира, союзник тишины и уже хорошо организованного общества (*bene constituae ci — vitatis*) питомец» (*Cicero*) [18, с. 208].

Известно, что еще Аристотель выделил совещательные, судебные и эпидейктические речи. К примеру, политическая риторика Франции тяготеет к эпидейктической модели и направлена на объединение граждан с целью поиска общих ценностей, имеет место своего рода «апелляция к единомышленникам». В соответствии с теорией политической риторики речь политических деятелей подразделяется на государственную и гражданскую (государственная включает в себя президентскую, парламентскую, правительственную и губернаторскую, гражданская, в свою очередь, включает в себя предвыборную и непредвыборную речь).

Так называемый процесс «риторического ренессанса», начавшийся в середине XX в., в России сопряжен с именами таких исследователей, как С.С. Аверинцев, В.И. Аннушкин, М.М. Бахтин и прочих исследователей. Неугасающий интерес к исследованию возрождения риторики за последнее десятилетие в гуманитарной науке обусловил появление такой социально-гуманитарной науки, базирующейся на постулатах медиалингвистики, как медиариторика, т.е. частная риторика языка СМИ, разработанная в докторской диссертации И.В. Аннен-

ковой в 2012 г., а также в работах В.И. Аннушкина. Как отмечает И.В. Анненкова, «современные СМИ являются не только ретрансляторами тех ценностей, которые уже сложились и давно существуют в обществе, но и формируют новую ценностно-оценочную парадигму в сознании массового адресата. Это позволяет говорить о том, что такая деятельность СМИ должна быть рассмотрена как деятельность по конструированию картины мира, которую мы и называем медиакартиной мира» [1, с. 13].

Т.Г. Добросклонская также подчеркивает перспективность медиариторических изысканий: «В условиях постоянного совершенствования информационных технологий, когда всё большее значение приобретают устные формы речевого общения, причём не только на радио и телевидении, но и в сети Интернет, демонстрирующей богатый выбор аудиовизуального контента, весьма перспективным представляются исследования в области медиариторики» [9, с. 33]. Ученый также отмечает, что медиариторика, «сосредоточенная на всестороннем анализе риторических особенностей звучащей медиаречи, с одной стороны, является частным разделом общей риторики, с другой — активно развивается как самостоятельная речеведческая дисциплина, что проявляется в растущем числе работ по соответствующей тематике, а также в организации научных мероприятий, объединяющих специалистов в данной области» [там же].

Говоря о месте политической медиариторики в общей системе современного социально-гуманитарного знания, следует отметить, что она формируется в кластере направлений, связанных с междисциплинарным подходом к исследованию речевых практик политического медиадискурса, таких как медиалингвистика, медиадискурсология, медиастилистика, интернет-лингвистика, интернет-стилистика, политическая лингвистика, медиариторика, значительный вклад в становление и развитие которых внесли Т.Г. Добросклонская, Л.Р. Дускаева, Н.И. Клушина, Г.Н. Трофимова, И.В. Анненкова, М.Р. Желтухина, Л.В. Минаева, А.П. Чудинов, Э.В. Будаев, Е.И. Шейгал, Я.Н. Засурский, Е.Л. Варганова и ряд других ученых. Как отмечает Л.Р. Дускаева, «в соответствии с отечественной лингвистической традицией медиалингвистика предстает самостоятельным научным направлением, в котором анализируется лингвистическая архитектура речевой деятельности в медиакоммуникации» [10, с. 60].

Репрезентируя стилистические особенности языка всего политического медиапространства, медиалингвистика представляет собой прочную основу для комплексного, интегрированного исследования языка политической медиакоммуникации наравне с медиастилистикой, основы которой представлены в

работах Н.И. Клушиной. По мнению ученого, медиастилистика представляет собой «область пересечения стилистики и медиалогии, в которой феномен медиа изучается, прежде всего, с точки зрения стилистики [13, с. 71]. Необходимо отметить, что понятие медиастили как ключевой категории медиастилистики — это «качественное развитие публицистического функционального стиля в новых экстралингвистических условиях — условиях революционного развития цифровых технологий» [14, с. 28].

Существование медиалингвистики и медиастилистики способствует появлению такой новой риторической дисциплины в гуманитаристике, базирующейся на постулатах упомянутых гуманитарных дисциплин, как политическая медиариторика. Определение политической медиариторики как частной риторической дисциплины раскрывает потенциал медиалингвистики и медиастилистики как двух смежных дисциплин, исследующих феномен медиа.

Понятийный аппарат политической медиариторики

Политическая медиариторика представляет собой новое направление исследований в гуманитарной науке и является частной риторикой языка политической медиакоммуникации. **Предмет** политической медиариторики — исследование актуализации языка как разнообразных речевых практик в пространстве политического риторического медиадискурса, при этом медиадискурс понимается вслед за Н.И. Клушиной как «совокупность текстов, созданных журналистами и транслируемых на массовую аудиторию через различные медийные каналы (газеты, журналы, радио, телевидение, Интернет» [13, с. 71].

Известно, что функциональный подход к анализу политического медиадискурса позволяет определить медиадискурс как совокупность текстов, репрезентированных в сфере массовой политической коммуникации. При переносе в сферу масс медиа любой текст политического содержания выходит за рамки речевого уровня и приобретает знаковый характер, минуя грани вербальной составляющей, трансформируясь, таким образом, в своего рода поликодовую формацию, синтезирующую различные компоненты мультимедиа (сочетание вербального, медийного уровней, визуальных аспектов, элементов графики и пр.) и становясь фактически своего рода инновационным инструментом распространения политического контента. Как отмечает Е.С. Зиновьева, «в процессе производства общего информационного контента (значений, образов, метафор и т.д.) массмедиа через информационно-смысловые потоки воздействуют на массовое сознание и оказывают

ценностно ориентированное, мировоззренческое влияние на массовую аудиторию» (14, с. 76).

Таким образом, в качестве базовой категории политической медиариторики выступает **поликодовый мультимодальный риторический медиатекст**, актуализированный в медиатекстах первого, второго и третьего порядка (согласно теории Т.Г. Добросклонской (10, с. 41–42), а именно, в журналистских текстах политической тематики, формирующих политический медиаконтент и видеообращения), имплементированный в различных формах политической коммуникации и таких жанрах политической медиаречи, как государственные (президентская, парламентская, правительственная речи), гражданские (предвыборная, неподвыборная, т.е. общественная речь, включающая обращения к гражданам страны по тому или иному поводу), а также репрезентированный в публичных выступлениях политических деятелей (информационные речи, произносимые в официальных ситуациях), распространяемых через СМИ. В равной степени поликодовый мультимодальный риторический медиатекст репрезентирован в таком сегменте современных политических медиакоммуникаций, как онлайн-медиаплатформы конкретной политической партии или политического деятеля. То есть понятие поликодового мультимодального риторического медиатекста восходит к классическому понятию медиатекста и актуализируется в различных медийных единицах.

Как основная категория политической медиариторики поликодовый мультимодальный риторический медиатекст основывается на определении медиатекста, сформулированного в рамках медиалингвистики, которое подразумевает, что медиатекст представляет собой «сложное многоуровневое явление, основанное на неразрывной связи вербальных и медийных компонентов» [9, с. 28], «актуализированное в определенном медиаформате и объединенное общим смыслом последовательное сочетание знаковых единиц вербального и медийного уровней» [9, с. 30]. В данной связи значимой также представляется концепция Я.Н. Засурского, в соответствии с которой текст СМИ — это «полифонический», «коммуникационный» продукт: «Текст обладает новыми возможностями: теперь это и звучащее слово, и изображение зрительное, и, конечно, графика. Такая многоплановость, многомерность текста приводят к созданию действительно полифонического, коммуникационного продукта. В нашей науке анализ текста как универсального продукта массовой коммуникации в условиях конвергенции только начинается» [12, с. 3]. Отметим, что «медиариторический подход к анализу звучащей медиаречи предполагает изучение таких стержневых для аудиовизуальной коммуника-

ции понятий, как медиариторический стиль и образ коллективного / индивидуального медиаритора» [9, с. 32–33], что и репрезентируется в образе политического деятеля, который выступает в качестве медиаритора.

Поликодовый мультимодальный риторический медиатекст, функционирующий в системе политических медиакоммуникаций, включает как устные выступления акторов политических коммуникаций, распространяемые по любым медиаканалам, так и зафиксированные в письменной форме тексты речей политиков, дополненные комментарием и получившие «расширение» в виде гипертекстового формата. Как отмечает Л.Р. Дускаева, «гипертекст технически обеспечивает возможности гипервекторности (разнонаправленности) информирования, т.е. выбора вариантов прочтения и логики осведомления множеством источников информации, освещающих происшествие, и разнообразием способов подачи информации — гиперссылок, фотографий, видео и аудиодемонстраций» [11, с. 180].

Системный подход к исследованию речевых практик политического медиадискурса, актуализированного в поликодовых мультимодальных риторических медиатекстах, подразумевает их анализ в рамках целостного комплекса взаимозависимых уровней языковой системы, а именно, лексического, фонетического, стилистического и синтаксического уровней.

На *фонетическом уровне* исследуется просодическое оформление устных выступлений политических деятелей, репрезентируемых в медиапространстве, а именно, семантико-синтаксические, психофизиологические особенности речи и ее акустико-артикуляционные характеристики (интонационные особенности, темп речи и пр.). На *лексическом и стилистическом* уровнях исследуется вербальное и собственно стилистическое оформление выступлений политических деятелей, а именно: исследуется функция образного компонента, метафоричность языковых единиц, а также роль разнообразных риторических фигур и тропов как стилистически маркированных лингвистических средств (анафоры, антитезы, риторического вопроса и пр.), посредством которых реализуется персуазивная функция как основополагающая функция политического дискурса. Как отмечает А.В. Голоднов, именно «персуазивность является универсальной стратегией текстообразования для регулярно воспроизводимых в разных коммуникативно-речевых сферах (рекламе, политике, религии и т.д.) ситуаций, в которых к доминирующим целям адресанта относится изменение посткоммуникативного поведения реципиента» (4, с. 3).

На *синтаксическом уровне* в рамках политической медиариторики анализу подвергается композицион-

ная структура поликодового мультимодального медиариторического текста (к примеру, с какой целью происходит членение фраз на синтагмы в рамках того или иного выступления политического деятеля и пр.).

Медиариторический портрет политического деятеля как элемент понятийно-терминологического аппарата политической медиариторики восходит к теории речевого портрета, репрезентированной в концепции М.В. Панова, отмечавшего, что в рамках речевого портрета анализу подвергаются различные уровни языковой личности, а именно: вербальный и фонетический. При исследовании медиариторического портрета политического деятеля акцентируется внимание именно на риторическом оформлении медиаречи.

Медиариторическое политическое пространство как одна из категорий политической медиариторики подразумевает семиотическую электронную виртуальную среду, включающую вербальные, звуковые, а также графические компоненты, в рамках которой реализуется политическая коммуникация. Под политическим медиариторическим пространством понимаются самые разнообразные сегменты политических медиакоммуникаций, а именно: как традиционные печатные СМИ, так и электронные версии газет (к примеру, во французском медиапространстве французские периодические издания *Libération*, *Le Parisien*, *Le Monde*, *Ouest-France*, *Canard Enchaîné*, *Le Figaro*), а также такой чистый сегмент медиакоммуникаций, как мультимедийные онлайн-платформы политических деятелей (как, например, существующие в современной Франции платформа правого крыла *Le Rassemblement National*, отражающая идеи М. Ле Пен, платформа левацкого толка *La France Insoumise*, манифестирующая идеи Ж.-Л. Меланшона, онлайн-ресурс *La Renaissance*, платформа, репрезентирующая векторы центризма и идеи Э. Макрона и его сторонников).

Задачи политической медиариторики сводятся к следующему: моделирование политического медиадискурса в актуальной медиасреде (медиапространстве), анализ политического медиапространства с применением основных категорий риторики и постулатов классического риторического учения, а именно: интенции, элокуции, диспозиции, мемории, акции, т.е., по сути, анализ проблематики агитации и пропаганды в политической медиасреде, а также анализ языкового наполнения и качества ораторской подачи материала, т.е. изучение вербального и невербального поведения лидеров политической арены, исследование специфики их идиолекта, а также моделирование медиариторического портрета политического деятеля, репрезентирующего языковую личность политика.

Цель политической медиариторики заключается в исследовании функционирования языка как системы речевых практик в политическом медиариторическом пространстве западноевропейских государств на примере анализа поликодовых мультимодальных риторических медиатекстов в парадигме современного политического и культурного контекста.

Теоретические основы политической медиариторики детерминированы такими отраслями социально-гуманитарного знания, как теория классического риторического учения (Аристотель, Цицерон, Г.Г. Хазагеров, В.А. Гофман, В.И. Аннушкин), теория медиалингвистики (Т.Г. Добросклонская, Л.Р. Дускаева, Я.Н. Засурский, Е.Л. Вартанова), теория медиастилистики (Н.И. Клушина), парадигмами дискурсивных исследований в языкознании, т.е. теорией когнитивной лингвистики в ее глобальном понимании, а именно: теорией современного мирового политического дискурса и политической коммуникации (теорией дискурс-анализа), теорией политической метафорологии, теорией современной интернет-коммуникации, медиатекста и интернет-дискурса, теорией языка СМИ и теорией имиджологии политических деятелей.

Лингвокультурологические теоретические основы политической медиариторики как науки об исследовании вербального и невербального поведения политического деятеля любого европейского этноса детерминированы современными концепциями в исследованиях ментальности и национального характера этносов.

В силу того, что проблема восприятия ораторской речи напрямую зависит от формы, в которую облекаются выступления политических деятелей, оратор выстраивает ход своих рассуждений применительно к аудитории. Элокуции как самой разработанной категории риторического учения в политической медиариторике отводится особая роль, так как предмет исследования элокуции представляют собой фигуры речи и тропы, придающие идиолекту политических деятелей выразительность и убедительность за счет речевой формы, ввиду того, что цель любого политика — приход к власти и ее удержание. В своем труде «Риторика» Аристотель подчеркивал значимость психологического контакта оратора с аудиторией, со слушателями, отмечал особую роль экспрессии и эмоционального воздействия, реализуемых успешным оратором. Ученый акцентировал внимание на универсализме риторики, ее всеобъемлющем характере, проводя параллель с диалектикой: «Обе они (риторика и диалектика. — Прим. П.Л.) касаются таких предметов, знакомство с которыми может некоторым образом считаться общим достоянием всех и каждого и которые не относятся к области какой-либо отдельной науки» [3, с. 1].

Теория речевого имиджа политика, в свою очередь, теснейшим образом связана с такими риторическими категориями, как пафос и логос. Данные категории классического риторического учения также составляют теоретическую основу политической медиариторики. Политическая медиариторика, изучающая различные жанры политического дискурса в фокусе актуализаций упомянутых риторических категорий, моделирует речевой имидж (образ) политического деятеля. Категория «пафос» связана с главной идеей, которую политик стремится донести; категория «логос» связана с выражением мыслей и уже включает в себя элокуцию, т.е. словесное выражение мыслей.

Политическая медиариторика как новое направление риторических исследований на примере анализа французского политического медиариторического пространства

Рассматривая становление политической медиариторики как нового направления риторических исследований на примере Франции и учитывая тот факт, что политика как концепт в данном европейском светском государстве может рассматриваться как своего рода модель социального и межклассового соперничества, принципы риторического учения Пятой республики представляются созвучными политическим принципам. Политические речи идеологов и политических деятелей эпохи Великой французской революции 1789 г. (М. Робеспьера, Ж.-П. Марата, Ж.-Ж. Дантона, Оноре Г. Рикети Мирабо) и ее итоги как социально-классовой борьбы имеют огромное значение для формирования современного французского политического медиариторического стиля. Буржуазно-ораторский стиль детерминирует французский политический язык, или дискурс французской классовой борьбы. В своем знаменитом труде *Les grands discours parlementaires de la Révolution de Mirabeau à Robespierre* («Великие парламентские речи революции от Мирабо до Робеспьера») ученый Ги Шосинан-Ногарэ, анализируя риторический стиль выступлений идеологов Великой французской буржуазной революции, отмечает «1789: *Les orateurs s'improvisent, carrefours et jardins publics retentissent de mots séditieux, de mors violents, de mots révolutionnaires. Surtout un espace s'ouvre désormais à un exercice inédit: l'éloquence politique*» («1789 год: ораторы импровизируют, на всех перекрестках и в садах ощущается мятежный дух, звучат революционные речи и господствуют революционные настроения, первое место отныне отводится ранее неслыханному: политическому красноречию¹» [19].

¹ Здесь и далее перевод оригиналов французских книг выполнен автором статьи.

Говоря о специфике французской современной политической медиариторики, необходимой представляется апелляция к понятию дискурса как своего рода дискурсивных, или речевых практик, «синтеза «уже сказанного» и «никогда-не-сказанного», некой «группы утверждений, ограниченных правилами», термином, введенным М. Фуко, исследовавшим феномен власти, политики и языка и их взаимосвязи [16, с. 27]. Подчеркнем, что понятие дискурса в концепции французских философов-структуралистов соотносится с понятием политической риторики как своего рода «речепроизводства» политической речи. Как и Мишель Фуко, французский писатель-постмодернист и философ-структуралист Жак Деррида также полагал, что вселенная не существует вне текста, утверждая, «вне текста не существует ничего» [7, с. 173–286].

Кристиан Ле Бар, доктор политических наук Университета г. Ренн, один из выдающихся современных французских мировых ученых в области исследования французской политической риторики и дискурса, в свою очередь, отмечает следующее: *L'analyse de la production des discours politiques s'orientera par conséquent dans deux directions complémentaires: d'abord le rappel des déterminants sociaux du travail d'énonciation, ensuite l'élucidation des logiques propres à l'activité discursive dans le champ politique* («Исследование проблематики политической риторики, или политического дискурса в той или иной форме соотносится с двумя взаимодополняющими категориями: если в начале речь идет о так называемых социальных детерминантах (социальном характере) высказывания, или манеры выражения, то далее следует логическая составляющая дискурсивной практики на политической арене (в политической среде)» [20, с. 11–26].

Методология политической медиариторики

Синтез различных методов анализа, т.е. интегрированный подход к методологии исследования политических текстов того или иного этнического медиaproстранства представляет возможным анализ как идиолекта и специфики вербального поведения акторов современной политической арены, так и стилистического наполнения и вычленения образного компонента политических медиатекстов различного уровня современного европейского медиaproстранства, репрезентированного как в печатных версиях электронных газет, так и в устных выступлениях политиков и прочих сегментах СМИ.

Когнитивный подход представляется основополагающим в политической медиариторике в силу того, что в языке политической коммуникации использование инструментов когнитивной лингвистики, а именно, вариаций современного критического

дискурс-анализа как средства достижения цели прихода к власти и ее удержания, видится определяющим фактором реализации персуазивной стратегии политических деятелей (к примеру, может быть применен критический дискурс-анализ Теуна ван Дейка и прочих западных когнитивистов).

Анализ образного компонента континуума политических взглядов в политической медиариторике — креативная задача полидисциплинарного уровня на стыке медиалингвистики, журналистики и когнитивистики. Образный компонент как инструмент стилистического анализа в может быть исследован посредством метафорического уровня анализа политического медиатекста, а также посредством фреймового анализа как когнитивного инструмента работы с политическими медиатекстами. Согласно М. Минскому, «фрейм — это своего рода структура данных для предоставления (отображения) стереотипной ситуации [15]». Говоря о рациональности использования категории фрейма в политической медиакоммуникации в целом, Т. Ван Дейк и В. Кинч отмечают, что «при создании образа политика вербальными средствами можно понимать под некоторым событием и некоторым реальным объектом фрейм, или контекстуальную модель» [5; 6]. При исследовании специфики ментальности этноса в политической медиариторике может быть применен лингвокультурологический метод.

Выводы / Заключение

На современном этапе становления и развития европейского политического дискурса и политической коммуникации антропоцентрический подход видится одним из ключевых при анализе специфики политической риторики лидеров ведущих мировых политических формаций. Со времен Перикла в Древней Греции мастерство публичного выступления является определяющим фактором в процессе завоевания и удержания власти.

Медиариторический анализ политических текстов современных СМИ представляется важнейшим и

актуальным в современных гуманитарных исследованиях, что способствовало возникновению нового направления исследований в современной гуманитаристике, а именно, такой частной риторики языка политической медиакоммуникации, как *политическая медиариторика*. Политическая медиариторика представляет собой новое направление исследований со своим предметом, целями, задачами и методологией. Понятийно-терминологический аппарат политической медиариторики, функционирующий в системе политических коммуникаций, включает *поликодовый мультимодальный риторический медиатекст* как базовую категорию политической медиариторики, *медиариторический портрет* политического деятеля, а также *медиариторическое политическое пространство*.

Методология политической медиариторики может успешно применяться в виде комплексного системного подхода к анализу риторических медиапрактик в сфере политических коммуникаций, актуализируемых в политическом медиапространстве стран Западной Европы (Франции, Италии, Испании, Великобритании).

Методы политической медиариторики были апробированы в процессе работы с магистрами первого и второго годов обучения в магистратуре при преподавании дисциплины «Профессиональный иностранный язык (французский)» на факультете мировой политики МГУ им. М.В. Ломоносова, а также в ходе преподавания учебной дисциплины «Язык политики и прессы» на третьем и четвертом курсах бакалавриата в 2019–2022 гг.

Политическая медиариторика, в задачи которой входит исследование специфики политических медиатекстов различного уровня, их вербальной, невербальной составляющей, а также их стилистических и лингвомедийных особенностей в условиях становления современных конвергентных медиа, а также когнитивный подход к анализу речи, реализуемый в современном медиапространстве, представляет собой одно из перспективных направлений современных медиалингвистических исследований.

Литература

1. Анненкова И.В. Современная медиакартина мира: неориторическая модель [Текст]: лингвофилософский аспект: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / И.В. Анненкова. — М., 2012. — 60 с.
2. Аннушкин В.И. Риторика. Экспресс-курс [Текст]: учеб. пособие для практических семинаров и краткосрочных курсов / В.И. Аннушкин. — М.: Флинта: Наука, 2006. — 175 с.
3. Аристотель. Риторика [Текст] / Аристотель; пер. Н. Платоновой. — СПб., 1984.
4. Голоднов А.В. Персуазивность как универсальная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе: на материале немецкого языка [Текст]: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / А.В. Голоднов. — СПб., 2011.
5. Гофман В.А. Слово оратора: риторика и политика. — М.: Либроком, 2021. — 230 с.
6. Дейк Т.А. ван. Эпизодические модели в обработке дискурса [Текст] // Т.А. ван Дейк. Язык. Познание. Коммуникация. — М.: Прогресс, 1989. — С. 68–110.
7. Дейк Т.А. ван. Стратегии понимания связного текста [Текст] / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. — М.: Прогресс, 1988. — Вып. 23. — С. 153–211.
8. Деррида Ж. Поля философии [Текст] / Ж. Деррида; пер. с фр. Д.Ю. Кралечкина. — М.: Академический проект, 2012. — 376 с.
9. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика. Актуальные направления изучения медиаречи [Текст] / Т.Г. Добросклонская // Вестник Моск. ун-та. Сер. 19 «Лингвистика и межкультурная коммуникация». — 2020. — № 4.

10. *Добросклонская Т.Г.* Медиалингвистика: теория, методы, направления [Текст] / Т.Г. Добросклонская. — М.: Университет, 2020. — 180 с.
11. *Дускаева Л.Р.* Медиалингвистика в России: становление структуры и векторы развития [Текст] / Л.Р. Дускаева // Вестник Московского университета. Серия 10 «Журналистика». — 2018. — № 6. — С. 48–63.
12. *Дускаева Л.Р.* Речевая структура новостных текстов сетевых изданий [Текст] / Л.Р. Дускаева // Вестник Пермского университета. — 2014. — Вып. 1. — С. 179–183.
13. *Засурский Я.Н.* Медiateкст в современных СМИ. Колонка редактора [Текст] / Я.Н. Засурский // Вестник Московского ун-та. Серия 10 «Журналистика». — 2005. — № 2. — С. 3–6.
14. *Зиновьева Е.С.* Изучение дискурса в рамках медиалингвистики [Текст] / Е.С. Зиновьева // Верхневолжский филологический вестник. — 2016. — № 3. — С. 73–80.
15. *Клушина Н.И.* Медиастилистика [Текст] / Н.И. Клушина // Экология языка и коммуникативная практика. — 2014. — № 2. — С. 68–75.
16. *Клушина Н.И.* Аксилогический аспект медиастилистики. — С. 27–29 [Электронный ресурс]. — URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/77235/1/978-5-91256-452-9_2019_11.pdf
17. *Минский М.* Фреймы для представления знаний [Текст] / М. Минский. — М.: Энергия, 1979. — 152 с.
18. *Фуко М.* Археология знания [Текст] / М. Фуко; пер. с фр; общ. ред. Б. Левченко. — Киев: Ника-Центр, 1996. — 208 с.
19. *Хаззагеров Г.Г.* Политическая риторика [Текст] / Г.Г. Хаззагеров. — М.: Никколо-Медиа, 2002. — 313 с.
20. *Цицерон. Ciceron.* Ciceronis Scripta. Brutus, vol. II, part I, Lips., 1863. Параграф 45.
21. *Chaussinand-Nogaret G.* Les grands discours parlementaires de la Révolution de Mirabeau à Robespierre: 1789–1795. Armand Colin, 2005, 272 p.
22. *Le Bart Ch.* Le discours politique. Presses Universitaires de France — PUF. Paris, 1998, 128 p.
4. *Golodnov A.V.* Persuazivnost' kak universal'naja strategija tekstoobrazovanija v ritoricheskom metadiskurse: na materiale nemeckogo jazyka: avtoref. dis. ... doktora filologicheskikh nauk. Sankt-Peterburg, 2011.
5. *Gofman V.A.* Slovo oratora: ritorika i politika. M.: Librokom, 2021, 230 p.
6. *Dejk T.A. van.* Jepizodicheskie modeli v obrabotke diskursa // T.A. van Dejk. Jazyk. Poznanie Kommunikacija. M.: Progress, 1989, pp. 68–110.
7. *Dejk T.A. van, Kinch V.* Strategii ponimanija svjaznogo teksta // Novoe v zarubezhnoj lingvistike. M.: Progress, 1988, vyp. 23, pp. 153–211.
8. *Derrida Zh.* Polja filosofii / Zh. Derrida; per. s fr. D.Ju. Kralechkina. M.: Akademicheskij Proekt, 2012, 376 s.
9. *Dobrosklonskaja T.G.* Medialingvistika. Aktual'nye napravlenija izuchenija mediarechi. Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 19. Lingvistika i mezhkul'turnaja kommunikacija, 2020, № 4.
10. *Dobrosklonskaja T.G.* Medialingvistika: teorija, metody, napravlenija. M.: Universitet, 2020, 180 s.
11. *Duskaeva L.R.* Medialingvistika v Rossii: stanovlenie struktury i vektory razvitija. Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 10. Zhurnalistika, 2018, no. 6, pp. 48–63.
12. *Duskaeva L.R.* Rechevaja struktura novostnyh tekstov setevyh izdanij. Vestnik Permskogo universiteta, 2014, vyp. 1, pp. 179–183.
13. *Zasurskij Ja.N.* Mediatekst v sovremennyh SMI. Kolonka redaktora. Vestnik Mosk. Un-ta. 2005. Serija 10. Zhurnalistika, 2005, no. 2, pp. 3–6.
14. *Zinov'eva E.S.* Izuchenie diskursa v ramkah medialingvistiki. Verhnevolzhskij filologicheskij vestnik, 2016, no. 3, pp. 73–80.
15. *Klushina N.I.* Mediastilistika. Jekologija jazyka i kommunikativnaja praktika, 2014, no. 2, pp. 68–75.
16. *Klushina N.I.* Aksilogicheskij aspekt mediastilistiki, pp. 27–29 [Elektronnyj resurs]. URL: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/77235/1/978-5-91256-452-9_2019_11.pdf
17. *Minskij M.* Frejmy dlja predstavlenija znanij. M.: Jenergija, 1979, 152 s.
18. *Fuko M.* Arheologija znanija / M. Fuko; per. s fr; obshh. red. B. Levchenko. Kiev: Nika-Centr, 1996, 208 p.
19. *Hazagerov G.G.* Politicheskaja ritorika. M.: Nikkolo-Media. 2002, 313 p.
20. *Ciceron. Ciceron.* Ciceronis Scripta. Brutus. Vol. II. Part I. Lips., 1863, Paragraf 45.
21. *Chaussinand-Nogaret G.* Les grands discours parlementaires de la Révolution de Mirabeau à Robespierre: 1789–1795. Armand Colin. 2005, 272 p.
22. *Le Bart Ch.* Le discours politique. Presses Universitaires de France — PUF. Paris, 1998, 128 p.

References

1. *Annenkova I.V.* Sovremennaja mediakartina mira: neoritoricheskaja model': lingvofilosofskij aspekt: avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. Moskva, 2012, 60 s.
2. *Annushkin V.I.* Ritorika. Jekspress-kurs: uchebnoe posobie dlja prakticheskikh seminarov i kratkosrochnyh kursov / V.I. Annushkin. M.: Flinta: Nauka, 2006, 175 s.
3. *Aristotel'.* Ritorika. Perevod N. Platonovoj. Sankt-Peterburg, 1984, pp. 1.