

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

И. А. ЗЮБИНА

**ФЕНОМЕН ДОМИНИРОВАНИЯ
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ:
ЮРИСЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

МОНОГРАФИЯ

Ростов-на-Дону – Таганрог
Издательство Южного федерального университета
2024

УДК 32:81'42(035.3)

ББК 66+81.006 я44

3-98

Рецензенты:

доктор филологических наук, профессор кафедры интегративной и цифровой лингвистики, Донской государственной технической университет

Г.Г. Матвеева

доктор филологических наук, профессор кафедры языкознания и иностранных языков, РФ ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия»

В.Р. Саркисянц

доктор филологических наук, профессор кафедры теории языка и русского языка ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет» **И.А. Кудряшов**

Зюбина, И. А.

3-98 Феномен доминирования в политическом дискурсе: юрислингвистические аспекты : монография / И.А. Зюбина ; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2024. – 257 с.
ISBN 978-5-9275-4709-8

Рассматривается феномен доминирования как междисциплинарный многоаспектный объект исследования. Выделяются средства репрезентации феномена доминирования: актуализация немотивированных скрытых речевых стратегий и их планов, а также реализация мотивированных коммуникативных стратегий и их тактик. Исследуются показатели конфликтогенности речевого взаимодействия.

Адресуется всем тем, кто интересуется вопросами юридической лингвистики, политической лингвистики, коммуникативистики, прагмалингвистики, психолингвистики, социолингвистики.

УДК 32:81'42(035.3)

ББК 66+81.006 я44

ISBN 978-5-9275-4709-8

© Зюбина И.А., 2024

© Южный федеральный университет, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ.....	4
ФЕНОМЕН ДОМИНИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ЗНАНИЯ.....	9
ИНВЕКТИВА: ПОНЯТИЕ, СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ, ПРАГМАТИКА.....	14
КОНФЛИКТОГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ФЕНОМЕНА ДОМИНИРОВАНИЯ В ЮРИСЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ.....	23
ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС С ПОЗИЦИИ ФЕНОМЕНА ДОМИНИРОВАНИЯ.....	35
ОТРАЖЕНИЕ ДОМИНИРОВАНИЯ В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКАХ.....	42
РЕАЛИЗАЦИЯ ДОМИНАНТНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	48
Феномен доминирования в кооперационной коммуникации.....	52
Феномен доминирования в конфронтационной коммуникации.....	114
АКТУАЛИЗАЦИЯ ДОМИНАНТНОГО РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ.....	172
Индивидуальное речевое поведение политиков.....	187
Стереотипное речевое поведение групп политиков.....	199
РЕАЛ-ИМИДЖ VS ФАЛЬШ-ИМИДЖ АДРЕСАНТА.....	207
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	213
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	215
Список лексикографических источников.....	240
Источники языкового материала.....	244

ПРЕДИСЛОВИЕ

В современном мире основной тенденцией развития взаимоотношений индивида и общества, с одной стороны, является стремление к более справедливому его устройству, с другой – отсутствие у человека готовности к аккомодации, то есть подстраивания под правила существующего мира; при такой асимметрии доминирует желание приспособить окружающий мир под себя. Поэтому на передний план выходит вечная проблема взаимоотношений между людьми, которая в конечном итоге сводится к распределению социальных ролей. В этой связи феномен доминирования / подчинения («борьба за власть») приобретает особую значимость, поскольку любой человек, взаимодействуя с окружающими, выступает в качестве субъекта или объекта этой борьбы.

Доминирование – это центральное свойство личности, выражающееся в потребности управления, контроля, подавления, преобладания, собственного предпочтения. Феномен доминирования естествен для любого общества, имеющего экономический излишек, и обусловлен действием социально координированного добровольного соглашения / договоренности людей по созданию и поддержанию социальных иерархий, которые обеспечивают стабильность в обществе за счет сложных взаимоотношений доминирующих и подчиненных групп. В основе социального неравенства лежат три основных компонента: богатство, престиж и власть, которые взаимосвязаны с двумя видами функционирования доминирования: в сочетании с дружелюбностью (приводит к просоциальным формам взаимодействия) и враждебностью (ведет к асоциальным формам взаимодействия). Данные виды реализации доминирования охватывают все сферы человеческого существования: физическое превосходство, социальное положение в отношении власти и статуса, эмоциональные реакции доминирования на естественные или социальные ситуации. Поэтому исследование такого сложного феномена, как доминирование, имеет важное значение для политической, социально-экономической и культурной сфер жизни современного общества.

Степень разработанности проблемы. На современном этапе развития языкознания наблюдается тесная взаимосвязь гуманитарных наук с общественными процессами, что свидетельствует о междисциплинарном характере научной мысли. Поэтому проблемы, связанные с феноменом доминирования, находят отражение в посвященных изучению человека научных изысканиях: философских [Абеляр, 1995; Аквинский, 1990; Аристотель, 1983; Арендт, 2011; Борисов, 2013; Вебер, 1990; Власов, 2000; Ледяев, 2001; Макиавелли, 1994; Ницше, 1990; Платон, 1999; Тацит, 1993; Цицерон, 1994; Deleuze, Gvattari, 2010; Freund, 2004 и др.], психологических [Адорно, 2001; Комлев, 2023; Муртазина, 2018; Archer, 2004, 2009; Oosterhof, Todorov, 2008 и др.], социологических [Bierstedt, 1950; Kelly et al., 2011; Pratto, 1994; Sidanius, Pratto, 1999; Weber, 1978; Young, 1990 и др.].

Анализ современных лингвистических работ показывает, что исследование феномена доминирования проводится в ряде работ опосредованно, через призму смежных понятий: в рамках скрытой прагмалингвистики – с позиции участия адресанта и степени уверенности в речевом поведении индивидуального или коллективного адресанта [Багдасарян, 2004; Варнавских, 2004; Горло, 2004; Ленец, 1999; Ломова, 2004; Матвеева, 1999; Матвеева, Зюбина, 2016, 2018; Мкртчян, 2004; Моисеенко, 2000; Мясичев, 2021; Нужнова, 2003; Оберемченко, 2011; Овсиенко, 2010; Сахарова, 2014; Селиверстова, 2004; Чигридова, 1999; Zheltukhina, Zyubina, 2018; Zyubina et al., 2020]; в коммуникативистике акцентируется внимание на намеренной коммуникативной деятельности, связанной с доминантным поведением [Ионова, 2011; Меликян, 2012; Михалева, 2009; Островская, 2016; Самарина, 2006; Шаховский, 2007; Шейгал, 2004; Dijk, 2006; Kudryashov, 2021; Murphy, 2014]; в юридической лингвистике активно изучается инвективный потенциал конфликтогенного высказывания [Балясникова, 2015; Баранов, 2007; Белоус, 2007; Бринев, 2009; Голев, 2002, 2007; Горбачева и др., 2021; Ким, 2017; Макаренко, 2016; Матвеева, 2004; Махина, 2016; Меликян, 2013, 2015, 2017, 2019; Месропян, 2014; Burton, 1990], а также феномен коммуникативного давления, который имеет сходные черты с исследуемым объектом [Андреева, 2014; Голоднов, 2011; Меликян, Трофимова, 2019; Шилихина, 2000а, 2000б]; в психолингвистике – реакция на такие высказывания [Кусоцкая, 2017; Мягкова, 1996; Попова, 2006; Gilbert, 2000; Kuwabara et

al., 2015]; в когнитивной лингвистике, изучающей, к примеру, феномен власти как двувёршинный / амбивалентный (господство – подчинение) концепт [Melikyan et al., 2019]. Несомненно, все эти работы, рассматривающие феномен доминирования через призму смежных понятий, способствуют дальнейшему исследованию механизмов немотивированной актуализации («от лат. *actualis* – деятельный, реализация потенциальных свойств языковых элементов в речи, приспособление их к требованиям *данной речевой ситуации* [ССЛГ, 1985: 13]) и мотивированной реализации собственно феномена доминирования и его конфликтогенного потенциала.

Актуальность исследования заключается в том, что феномен доминирования в силу своей специфики и масштабности является одним из ключевых для социума, поэтому представляет собой объект живого научного интереса. Кроме того, в современном обществе постоянно увеличивается тенденция к использованию конфронтационной коммуникации, представляющей собой специфическое деструктивное / агрессивное социальное поведение, направленное на причинение ущерба адресату в процессе коммуникации. Конфликтогенность доминирования проявляется разноаспектно и включает такие элементы, как раса, национальность, пол, инвалидность, сексуальная ориентация, гражданство, религия, язык, политические предпочтения и другие. Конфронтационное доминирование может быть направлено на дискриминацию, запугивание, создание враждебности и пр., что вызывает серьезные социальные, психологические и иные деструктивные последствия для объекта воздействия, включая эмоциональный стресс, снижение самооценки, депрессию и даже случаи суицидального поведения. Результатом агрессивного коммуникативного доминирования может стать нарушение норм права и / или морали и нравственности, поэтому разноаспектное исследование феномена доминирования позволяет глубже понять механизмы конфронтационной коммуникации, помочь при разработке эффективного инструментария по снижению уровня речевой агрессии не только в политической, но и в других сферах человеческой коммуникации, что, в свою очередь, будет способствовать созданию более безопасного, гармоничного и экологичного современного коммуникативного пространства.

Объект исследования – феномен доминирования в политическом дискурсе.

Предмет исследования – обоснование лингвистического статуса доминирования, а также его характеристики в качестве немотивированного речевого поведения и мотивированного кооперационного / конфронтационного видов коммуникативной деятельности через призму методологии юридической лингвистики.

Материал исследования – выступления политиков в высших государственных законодательных органах России и Великобритании как речевые образцы ядерного жанра политического дискурса в количестве более 60 000 малых синтаксических групп («малая синтаксическая группа (далее – МСГ) – это минимальная актуализированная предикативно-модальная единица» [Матвеева, 1993]) для проведения анализа речевого поведения с позиции скрытой прагмалингвистики и коммуникативные ходы в рамках текстовых фрагментов, извлечённых из более чем 100 выступлений, для исследования коммуникативной деятельности политиков с позиции функциональной прагмалингвистики. Эмпирический материал исследования – стенограммы выступлений, представляющие собой устные тексты, отличающиеся определенной спонтанностью речепорождения и имеющие максимально большое количество схожих черт, таких как содержание (все проанализированные тексты посвящены политическим вопросам), год выступления (с 2018 по 2024), возраст политиков (зрелый и пожилой), гендер адресантов (традиционное деление на мужской пол и женский) и национальная принадлежность авторов текстов (россияне и британцы), язык (русский и английский), а также схожесть адресатов (выступления перед слушателями, участвующими в заседаниях национального Парламента России и Палаты Общин Парламента Великобритании, которая аналогична российской Думе в отличие от Палаты Лордов). Подобная унифицированность позволяет идентифицировать дифференциальные признаки в индивидуальном и стереотипном речевом поведении адресантов.

Целью работы является исследование лингвистической природы феномена доминирования, а также его кооперационного и конфронтационного потенциала.

Методы исследования. Для решения поставленной цели использовались общенаучные методы (наблюдение, сопоставление, статистический подсчет) и частные научные методы (описание языковых единиц, метод

контекстного анализа, метод компонентного анализа, семантико-стилистический метод, объективный прагмалингвистический эксперимент с использованием модифицированного контент-анализа).

Феномен доминирования рассматривается в представленном исследовании с позиций юридической лингвистики. Доминирование конфронтационного типа может выступать маркером таких составов правонарушений, как оскорбление, угроза, экстремизм, вымогательство, фейк и др. По нашему мнению, в задачи юрислингвистики входит изучение не только явных конфликтных коммуникативных ситуаций, но и разграничение различных – кооперационного и конфронтационного – видов доминирования в разных сферах жизнедеятельности человека. Возможно, результаты таких исследований впоследствии найдут отражение и на законодательном уровне. Поскольку юрислингвистика представляет собой интегрированную область знаний, учитывающую результаты исследований различных научных дисциплин, комплексное исследование феномена доминирования предусматривает широкий спектр подходов, связанных как с лингвистическими, так и с экстралингвистическими особенностями актуализации и реализации доминирования.

ФЕНОМЕН ДОМИНИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ЗНАНИЯ

Феномен доминирования как предмет исследования в философии рассматривается в довольно обширном контексте. Прежде всего он соотносится с понятием *насилия*, которое не равнозначно правовому принуждению и природной агрессивности человека, актуализирующейся на бессознательном уровне. Насилие, сопровождающее человечество на протяжении большей части истории, всегда обосновано и совершается сознательно, являясь определенной мерой воспитания, принуждения и контроля. В классических концепциях доминирование как форма власти рассматривается как часть дихотомии *господин – раб* у Платона и Аристотеля, в дальнейшем как *бог – верующие* в сакральных представлениях Средневековья, как *сир – господ* у Макиавелли, как *господствующий класс – пролетариат* у Маркса и Энгельса.

Доминирование в философии изучается также в контексте феномена *власть* и рассматривается через призму традиции понимания насилия как средства политики, как инструмента власти. Такой подход до сих пор занимает первостепенную роль как в делах внутригосударственного устройства, так и на международном уровне. В неклассических философских концепциях оппозиции «доминирование – подчинение» сущность власти была фактически пересмотрена, и было предложено ее новое понимание как идеологического явления, полностью контролируемого разумом. В современной политической философии в отношении проблемы насилия начинает уже затрагиваться проблема свободы и коллективной ответственности, напрямую связанной с политикой, что нашло свое отражение в противопоставлении политики этике. По мнению современных философов, власть не равна принуждению, она является результатом согласованности в действиях людей и не может принадлежать отдельному человеку, только сплоченной группе людей, во главе которой стоит человек, действующий от имени группы, наделившей его этой властью, что уже не предполагает применения насилия, т.е. на основе самоограничения, которое, в свою очередь, вытекает из морали. Власть переходит к насилию только при потере поддержки общности. Философы современности видят развитие общества не во властном доминировании, выражающемся в проявлении насилия, а в доминировании, основанном на авторитете, и в мыслительной составляющей,

когда каждый человек, будучи членом общества, являя себя в своих поступках, развивает свою способность мыслить и способность судить.

С позиции **психологии** доминирование – это понятие, которое в целом относится к проявлению взаимодействия, при котором что-то или кто-то главенствует над чем-то или кем-то. Для подтверждения психологической потребности в *доминировании*, обратимся к определению данного термина в русско- и англоязычных психологических, психиатрических словарях и энциклопедиях:

«При использовании в контексте поведения животных данный термин подразумевает отношения между двумя животными, когда одно животное (подчиненное) уступает другому (доминирующему) в борьбе за ресурсы. Эти отношения могут быть установлены различными способами, включая открытый конфликт, семейный статус, возраст, старшинство в группе и т. д. Сложившиеся отношения поддерживаются с помощью угрожающего поведения» [Кордуэлл, 2000].

«1. В переводе с латинского означает управление. Следовательно, в самом широком смысле это означает отношения, при которых какой-то предмет контролирует другой. "Предмет" здесь понимается в широком смысле, как это будет видно из примеров конкретных способов употребления, приведенных ниже, и "контроль" может означать все что угодно – от физического контроля до временного старшинства, относительной значимости или просто предпочтения. 2. В генетике – это качество, благодаря которому один аллель пары подавляет проявления другого и вследствие этого преобладает в Фенотипе. 3. В этологии – тенденция проявлять контроль над поведением Других членов группы, принадлежащих к тому же виду. См. иерархия доминирования. 4. Более широкое понимание значения 3, свойство личности, характеризующееся тенденцией стремиться контролировать других людей. См. властность (господство). 5. Предпочтение в использовании. Обычно в этом смысле термин употребляется по отношению к двусторонним анатомическим структурам, одна из которых, как правило, предпочитается при функционировании См. доминирование глазное, доминирование латеральное, преобладание развития и функционирования руки. 6. Управление одной структурой или органом другими. Это значение выражается в таких

фразах, как корковое доминирование или мозговое доминирование. Обратите внимание, что здесь существует некоторая неоднозначность; это может быть доминирование мозга над другими частями центральной нервной системы, или доминирование одной части мозга над другими частями. См. обсуждение термина мозговое доминирование. 7. Доминирование полушарий. См. этот термин и мозговое доминирование для дальнейшего обсуждения способов употребления этого термина. Прилагательное – доминантный» [ОТСП, <https://vocabulary.ru/termin/dominirovanie.html>].

«1. управление; 2. подавление; 3. контролирование; 4. Преобладание» [Жмуров, 2012].

«ПОТРЕБНОСТЬ В ДОМИНИРОВАНИИ.

Словообразование. Происходит от лат. dominus - господствующий.

Категория. Элемент мотивационно-потребностной сферы.

Специфика. Характеризуется стремлением контролировать свое социальное окружение, воздействовать на других, давать советы, обольщать, убеждать, приказывать, запрещать, отговаривать» [Кондаков, 2003].

Заслуживает особого внимания исследование Е.П. Муртазиной о связи личностных характеристик индивида в системе поведенческого доминирования и проявления различных психопатологий [Муртазина, 2018]. Она выделяет основополагающие характеристики межличностных взаимоотношений в группе: доминирование vs подчиненность, враждебность vs дружелюбие. «Система поведенческого доминирования (СПД, dominance behavioral system) может быть определена как психобиологически обусловленная, направляемая соответствующей мотивацией совокупность форм поведения, которая выражается в доминантности или подчиненности индивидов и, кроме того, отражается в различном восприятии и отношении субъекта к власти и подчинению» [Муртазина, 2018]. Система поведенческого доминирования может быть связана с большим количеством психопатологий.

С позиции этологии доминирование исследуется на поведении субъектов, выражающих агрессию и соответствующие жесты, тогда как в ответ следует покорность и подчинение, позволяющие избежать конфликтных

ситуаций (например, когда одно животное отказывается от еды при приближении к нему другого животного) [Удалова, 2011; Dunbar, 1988; Sapolsky, 1990]. Но в человеческом обществе доминирование определяется шире, чем у животных. Выделяют два направления параметров: доминирование vs подчинение и дружелюбность vs враждебность [Муртазина, 2018]. «Доминирование в сочетании с враждебностью может приводить к асоциальным стратегиям для получения материальных и социальных ресурсов: угрозы подчиненным, манипулятивное поведение, запугивание, а также социальная или физическая агрессия. Доминирование в сочетании с дружелюбностью приводит к просоциальным формам взаимоотношений, таким как сотрудничество и создание союзов, реципрокный обмен ресурсами, вовлечение в социально значимое поведение, лидерство и соучастие в деятельности группы» [Муртазина, 2018].

Таким образом, с позиции психологии под доминированием понимается центральное свойство личности, выражающееся в потребности управления, контроля, подавления, преобладания, собственного предпочтения. Доминирование предполагает взаимодействие, выраженное в подчинении победителю в борьбе, который отличается волевым характером, активностью и ответственностью в принятии решений, независимостью, способностью к риску, любовью выделяться на фоне остальных. Доминирование ассоциируется с мужественностью и зрелостью, которые сигнализируют об угрозе и потенциальном вреде. Доминирующие лица обычно рассматриваются как менее привлекательные, сердитые или даже злые, поэтому часто женщины выглядят более заслуживающими доверия, чем мужчины, что влияет на намерение человека доверять, а не избегать. Оценка доминирования является обобщением способности человека реализовывать эти намерения и их вероятного успеха или неудачи во время конкурентных взаимодействий с другими. При этом контекстуальные и мотивационные факторы, такие как текущие потребности и цели, могут формировать и искажать процессы восприятия, повышая или подавляя чувствительность к сигналам, которые указывают на характеристики, функционирующие как средство для достижения цели. Контекстуальные факторы, такие как социальная категоризация и выдающиеся цели, могут влиять на восприятие людьми человеческих лиц и их общие оценки. При этом мотивации доминирования имеют четкие физиологические, аффективные, когнитивные и межличностные

корреляты. Поведенческие стратегии, задействованные в стремлении к социальному статусу, могут быть просоциальными или асоциальными. Крайности в системе социального доминирования выражаются в психопатологиях, отличающихся наличием высокой самооценки, мании, бесстрашия и готовностью отдавать приоритет стремлению к власти над социальными издержками. В качестве объекта исследования избрано «нормативное» доминирование, т.е. не связанное с различного рода психосоматикой.

Поскольку доминирование – это качество характера личности, при котором есть потребность контролировать себя и других, быть выше и занимать главенствующее положение, поэтому в малой или большой социальной группе также невозможно обойтись без доминирующей личности, являющейся двигателем развития таких социальных групп.

В связи с этим рассмотрим феномен доминирования с позиции **социологии**. Согласно словарю по конфликтологии, доминирование – это «иерархия социальных отношений, предполагающая борьбу за приоритетные позиции» [Давлетчина, 2005]. Социальное доминирование объясняет процессы существования общественных иерархий.

Базовыми статусными основаниями являются, как правило, следующие составляющие: гендерные различия, возрастные рамки, принадлежность к определенной нации или расе, культурные особенности и др. Социальное расслоение является результатом взаимодействия трех основных компонентов: богатства, престижа и власти.

Социальный ранг можно легко определить по физическим характеристикам людей, например, по чертам лица или голосу. Отмечено, что лица с высоким статусом наказываются меньше, чем их коллеги с низким статусом, особенно когда нарушение неоднозначно. Существует прямая корреляция просоциального поведения в детском возрасте и социального доминирования в дальнейшем. И поскольку нас интересует речевая экспликация различных статусных проявлений, рассмотрим понятие инвективы как проявления феномена доминирования.

ИНВЕКТИВА: ПОНЯТИЕ, СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ, ПРАГМАТИКА

Речь, являясь продуктом социальной жизни человека, определена различными социальными правилами, соблюдение которых гарантирует адресанту реализацию своих целей в коммуникации. Несоблюдение данным социальным конвенциям в коммуникативной ситуации может говорить о том, что адресант преследует другие прагматические цели, определяемые иллокутивным содержанием высказывания. Например, одной из таких прагматических целей может являться социальная дискредитация адресата с помощью инвективы (англ. *invective* – обличительная речь, брань), представляющей собой высказывания, которые воспринимаются в качестве оскорбления для той или иной культуры.

На развитие языкового феномена инвективности оказала огромное влияние экспертная лингвистика, в которой проводятся исследования по вопросам об унижении чести, достоинства и деловой репутации личности, а также об оскорблении. Именно данная отрасль научного знания тесно связана с определением слова (высказывания, текста) как оскорбительного. Среди лингвистов, которые работают с инвективой с точки зрения юрислингвистики, следует выделить Н.Д. Голева, А.Н. Баранова, О.С. Иссерс, С.А. Кузнецова, А.Н. Сперанскую, Б.Я. Шарифуллина и др.

Несмотря на большое количество исследовательских работ, посвященных анализируемому языковому феномену, в современной лингвистической науке, мнение ученых разнится в определении места инвективности в системе языка. В первую очередь это выражается в разнообразии определений для понятия «инвектива». Так, например, исследовательница О.П. Королева под данным термином понимает любое оскорбительное средство, семантика языкового знака которого напрямую зависит от речевого окружения [Королева, 2002: 11].

В.И. Жельвис видит в инвективе культурный знак, нарушение социального табу [Жельвис, 2001: 72]. Ряд ученых причисляет инвективу к речевому акту «оскорбление», где искренность и рациональность высказывания не имеет большого значения, так как оно мотивировано в первую очередь эмоциональным состоянием адресанта [Золотаренко, 2013: 142-145]. В

межличностных отношениях инвектива, как отмечает Т.А. Золотаренко, выступает как установка, выражающая негативное отношение говорящего к адресату или третьему лицу, она включает в себя негативную оценку личности, ее качеств, мыслей и поступков, а также «эксплицирует неготовность адресанта выслушать и понять собеседника» [Золотаренко, 2013: 142]. Представленные причины способствуют формированию отрицательного эмоционального состояния собеседников.

Т.А. Золотаренко, доказывая принадлежность инвективы к речевому акту, обращается к исследованию Дж. Серля, выделявшего прагматические правила, регулирующие образования актов. Так, например, инвектива обладает пропозициональным содержанием, заключающимся в признаке или характеристике, приписываемым говорящим адресату. Данный признак в ситуации конфликта считается оскорбительным, пренебрежительным. Следующим условием выделения является коммуникативная стратегия адресанта, провоцирующего возникновение конфликтной ситуации посредством оскорблений и унижений партнера по коммуникации, таким образом занимающим доминирующую роль в общении. Инвектива как речевой акт также соблюдает правило коммуникативной стратегии слушателя, который сопротивляется позиции объекта инвективы. Другим условием выделения инвективы принято считать иллюкутивную цель высказывания, выражающуюся в намерении говорящего занять доминирующее положение, показать социальный статус выше, чем статус реципиента, обидеть, унижить и т.д. Наконец, правило перлокуции, поскольку использование инвективы показывает отрицательное отношение говорящего к адресату, которое в свою очередь вызывает враждебность или покорность слушателя. Следовательно, данные правила определяют сущность инвективы как экспрессивного речевого акта.

Условием использования инвективы, как полагает Н.А. Трофимова [Трофимова, 2008], является нарушение адресатом правил и норм общественного либо частного поведения, сосуществования людей. Подобное нарушение становится поводом для адресанта изменить речевую ситуацию посредством высказывания, в котором содержится оскорбительная оценка адресата, происходит попытка снижения его авторитета. Необходимо также

отметить, что ситуативным условием произведения подобного акта является обязательное личное присутствие адресата оскорбления при вербализации выражения. В случае оскорбления третьего лица, присутствующего в разговоре, Т.А. Золотаренко воспринимает инвективное высказывание как провокацию [Золотаренко, 2013: 143]. Иного взгляда придерживается Н.А. Трофимова, полагая, что формально данный акт будет представлен не оскорблением, а оценочным высказыванием. Однако она делает исключение в том случае, когда говорящий намеренно выбирает инвективную лексику, а также стратегический характер высказывания, предполагающий присутствие обсуждаемых лиц, что говорит об инвективной интенции адресата [Трофимова, 2008].

А.Ю. Позолотиным было выделено три подхода к интерпретации данного термина: 1. Инвективной считается грубое, вульгарное слово, ругательство. Такая лексическая единица несёт в себе табуированный характер, находится за пределами нормативного литературного языка, чаще всего используется в речи и имеет определенные маркеры с точки зрения стилистического аспекта языка («бран.», «вульг.») 2. Инвективной считается любое слово или высказывание, целью которого является нанесение оскорбления реципиенту. Стилистическая принадлежность в данном подходе не имеет значения для характера инвективности любой лексемы. 3. Инвективной считается ругательство, которое реализуется в функции оскорбления [Позолотин, 2005: 113]. В приведённых выше подходах основой для определения инвективы является лексико-семантический аспект.

Стоит отметить, что в современной лингвистике находит место и другой подход для раскрытия понятия «инвектива». Российский психолингвист, В.И. Жельвис, говорит о двойном характере понимания данного явления. В узком смысле он считает инвективу способом реализации вербальной агрессии. При рассмотрении понятия инвективности с другой стороны инвективой может считаться вербальное нарушение этических законов, которое выражается в некодифицированной форме. В широком смысле – реализация негативного, агрессивного отношения вербальным путем в адрес оппонента [Жельвис, 2001: 19].

Таким образом, при узком подходе к пониманию инвективности основной являются лексико-семантические особенности языкового знака. Такой подход предполагает обращение к лексическим единицам, инвективность которых обладает общепризнанным характером, по мнению носителей языка. Вторая точка зрения рассматривает понятие «инвективы» в широком смысле: в данном подходе принимается во внимание инвективный потенциал текста, который реализуется с помощью взаимодействия языковых знаков на разных уровнях языка. Основой такого подхода является контекст. Инвектива рассматривается как комплексное взаимодействие единиц, принадлежащих к разным ярусам языка. В данном случае инвективное значение выражается не только с помощью отдельной лексемы, но и – высказывания, текста.

Особая направленность юридической лингвистики говорит о необходимости вычленения в высказываниях как эксплицитных, так и имплицитных оскорблений. При данном рассмотрении языкового характера инвективы следует говорить о ней не только, как об отдельной лексической единице, но и о ее особенностях реализации на разных языковых уровнях и контекстах. «Инвектива как речевое явление, речевое событие, реализующее определенные коммуникативные и экспрессивные интенции ее автора, – это словесный «наезд», вербальная атака, нападки, далеко не всегда выраженные в форме собственно брани или сквернословия, но, безусловно, реализующие языковую (вербальную) агрессию, являясь одновременно лишь одной из форм языкового насилия над личностью» [Шарифуллин, 2005: 112].

Основная задача, которая стоит перед лингвистом, объективная оценка как намерений автора текста, так и интерпретации текста адресатом [Голев, 1999, б: 9]. Таким образом работают приемы воздействия, строящиеся на использовании речевых импликатур. Суть данного приема заключается в том, что интенция автора прямо не содержится в тексте, но вытекает из него в виде утверждений как речевая импликатура [Заложная, 2011], которая даёт возможность для вариативного понимания содержания текста, в таком случае при необходимости автор может опровергнуть наличие скрытой интенции в содержании утверждения. В этой ситуации адресат может интерпретировать высказывание либо в обидном, либо в необидном смысле

с точки зрения оскорбительности, основательность его интерпретации – все еще неизведанный предмет науки [Голев, 1999, а: 9]. Б.Я. Шариффулин отмечает, что «Оправдать факт языковой агрессии или языкового насилия с использованием определенных инвективных средств достаточно сложно. Однако, если восстановить и создать всю цепочку представленного речевого события: намерения адресанта анализируемого текста и его коммуникативную стратегию, выбор им определенных речевых тактик, их реализацию в «прочитываемых» инвективных речевых жанрах, языковое воплощение данных жанров в соответствующих инвективных единицах языка» [Шариффулин, 2005: 20].

Нарушение моральных и этических норм в результате коммуникативной деятельности может формировать разные составы правонарушения. «Лишь инвективные языковые единицы, в обязательном порядке характеризующиеся наличием негативных субъективно-оценочных смысловых компонентов, связаны с таким составом, как «оскорбление» (ст. 5.61 КоАП). Языковые единицы, содержащие в сигнификативном аспекте значения семы, выражающие обвинение в обладании лицом какими-либо негативными качествами, не являются инвективными. Те из них, которые содержат обвинения в нарушении норм права или / и норм морали и этики, формируют такой состав, как «клевета» (ст. 128.1 УК) и «унижение чести и достоинства» (ст. 152 ГК). Если же эти обвинения сопровождаются негативной эмоциональной оценкой, такая языковая единица приобретает статус инвективной, а также содержит признаки другого состава правонарушения – «оскорбление» [Меликян, 2019: 8].

Существует широкое толкование «инвективы»: «Термином «имплицитная инвектива» в работе обозначается негативно-оценочная информация о лице, выраженная без использования особых лексических единиц, воспринимаемых в сознании носителей современного русского языка как инвективные, а также негативная фактологическая информация о лице, не имеющая эксплицитного выражения» [Заложная, 2011: 9]. По мнению В.Ю. Меликяна, можно выделить целый ряд факторов, влияющих на инвективность лексемы: «Следует, в первую очередь, учитывать интралингвистические параметры лексемы, которые формируют общий коннотативный ас-

пект значения: коннотации, детерминированные спецификой сигнификативного значения, внутренней формы; наличие образности, особенности образа (дистанция в объективной действительности между первичным и вторичным денотатом, а также «аксиологическая дистанция» между ними); тип эмоциональной оценки (общая или частная); тип значения (лексико-семантическое или грамматическое, собственно признаковое значение или опредмеченный признак); характер языкового знака (дискретный или непрерывный); наличие или отсутствие гендерной асимметрии между денотатом и значением» [Меликян, 2019: 23]. Существуют и экстралингвистические (дискурсивные) источники: «тема, место и время коммуникации, характер взаимоотношений между коммуникантами, интенция адресанта, наличие или отсутствие адресации, возрастные, гендерные, социальные, интеллектуальные, культурные, национальные, религиозные и иные параметры коммуникантов и т.п.» [Меликян, 2019: 24].

В юридической лингвистике в рамках широкого подхода ставится проблема о выделении и описании имплицитной инвективы. Этот термин употребляется во многих теоретических и практических исследованиях, касающихся проблем экспертной лингвистики. Он включает в себя способы реализации инвективной семантики, которые не входят в разряд общепринятой оскорбительной лексики, то есть инвективное значение актуализируется в словах с нейтральным, с этой точки зрения, значением посредством нестандартного их использования. Вопрос о природе скрытой инвективы все еще не имеет общего пути решения, как в теоретическом, так и в прикладном аспекте.

Вопрос о степени инвективности языковых единиц привлекает внимание целого ряда ученых [Балова и др., 2014; Бринев, 2011; Ватлецов, 2020; Голев, 1999, 2003; Голованова, 2005; Жельвис, 2000, 2005; Иссерс, 1999, 6; Ким, 2017; Коряковцев, 2009; Кудряшов, 2017; Кусов, 2005, 2013; Саржина, 2004; Чернышова, 1999; Шилихина, 2014 и др.]. В настоящее время инвективная лексика рассматривается с точки зрения разных аспектов: структурно-семантического, лингвокультурологического, психолингвистического, гендерного, социолингвистического, юрислингвистического.

Шкала инвективности является условным вариантом для индексации инвективного значения. Она разделяет инвективные лексемы по группам, каждой из которой присваивается определенный индекс: 0 – слова, которые не являются оскорбительными, однако обладающие возможным инвективным потенциалом; 1 – слова, обладающие низкой степенью инвективности; 2 – слова, обладающие средней степенью инвективности; 3 – слова, обладающие высокой степенью инвективности [Голев, 2003: 88]. Аналогичную шкалу инвективности предлагают О.В. Головачева и А.В. Коряковцев: «0 – неоскорбительное, 1 – низкая степень оскорбительности, 2 – средняя степень оскорбительности, 3 – высокая степень оскорбительности. При этом исследователи отмечают, что каждой из степеней соответствуют свои стилистические пометы, выявленные по совокупности стилистических помет, представленных в словарях: 0 – нейтральное; 1 – неодобрительное, фамильярное, уничижительное; 2 – презрительное, пренебрежительное; 3 – бранное, грубое, вульгарное» [Коряковцев, Головачева, 2004].

Инвективными называются речевые акты с лексемами, выражающими отрицательную оценку, которая в том числе формирует соответствующее поведение партнеров по коммуникации. Употребление говорящим вульгаризмов, скотологизмов, соматизмов, а также других гробианизмов, обладающих профанным содержанием, настраивают собеседников на деструктивный лад, создают общий отрицательный эмоциональный фон коммуникации. Подробно изучением данной лексики занимался К.И. Бринев, полагавший, что в русском языке есть два вида инвективных выражений: первые – внелитературные, в состав которых входят диалекты, жаргоны и обценная лексика; вторые – литературные [Бринев, 2009: 99-102]. Вторая группа для ученого представляет наибольший интерес, так как, занимаясь ее исследованием, по тематическому критерию он выделяет восемь разрядов литературной лексики, в которой содержится инвектива.

Так, в первую группу вошли слова, представляющие собой номинацию лица, характеризующую его негативную деятельность с точки зрения общества (вор, бандит, мошенник и др.). Дополнительную экспрессию по-

добного рода слова получают при метафорическом употреблении (политическая проститутка – (презр.) беспринципный и продажный политик [Ожегов, 2012: 621]). Вторая группа включает в себя слова и сочетания с негативной оценкой деятельности, занятости или поведения кого-либо. Например, *враг народа* или *предатель*. Отличие от первой группы заключается в том, что данные выражения не требуют метафор для реализации инвективной оценки, дополнительная экспрессия уже заложена в их содержание. В третьем разряде лексики представлены выражения, отражающие профессии или род занятий лица, употребленном в переносном значении для выражения негативной оценки. К примеру, *бюрократ* – «2. Неодобр. Должностное лицо, выполняющее свои обязанности в ущерб делу: формалист, буквоед» [ТСЕ, т.1: 131]. Четвертая группа содержит зоосемантические метафоры, выражающие отрицательную характеристику адресата, смесь грубой экспрессии и неодобрения (*кобель, кобыла*). К пятой группе относятся лексемы, которые отражают определенные свойства, действия или качества кого-либо. Например, экспрессивные глаголы (*хапнуть, лицемерить*). Слова и словосочетания, которые негативно характеризуют кого-либо как личность, находятся в шестом разряде инвективных литературных высказываний (*гнусный, дурак*). Седьмая группа представляет эвфемизмы номинаций первой группы. Стоит отметить, что слова данной группы не образуют прямую инвективу, однако обладают высокой степенью экспрессивности (*женщина легкого поведения*). Окказионализмы, строящиеся на игре слов, образуют восьмой разряд инвективной лексики (*дермократы, коммуниаки*). Классификация инвектив К.И. Бринева показала, что инвективы могут быть представлены разнообразной лексикой, а степень эмоциональности и экспрессивности влияют на ее силу. Кроме того, по нашему мнению, деление на литературную и нелитературную лексику не вполне эффективно, т.к. и литературная лексика способна обладать инвективным потенциалом, что противоречит ее отнесенности к языковой норме. Последняя должна учитывать, в том числе нормы морали и нравственности, получившие детальную интерпретацию в коммуникативных максимах и постулатах.

В.П. Коровушкин считает, что следует разделять лексические единицы по количеству инвективного компонента: «шутливо-ироническая – фамильярно-насмешливая – отрицательно-оценочная – саркастическая –

неодобрительная – осуждающая – снисходительно-пренебрежительная – презрительная – грубоватая – грубая – эвфемистическая – дисфемистическая – ругательно-бранная – оскорбительная – уничижительно-пейоративная – вульгарная-табу» [Коровушкин, 2005: 349]. Приведенное разграничение инвективной лексики находит свое отражение в словарных статьях «Словаря инвективной лексики русского языка». Однако проблема состоит в том, что в одном и том же словаре все эти стилистические пометы не используются, а шкала инвективности представляется чрезвычайно дробной, что усложняет лингвоэкспертную практику.

Таким образом, главное условие для обнаружения инвективной составляющей – это иллокутивная цель, которая выражается в мотивированном намерении адресанта реализовать в речевом акте свое доминантное положение и подчеркнуть свой более высокий социальный статус. В связи с этим далее рассмотрим конфликтотенциальный потенциал феномена доминирования в юрислингвистическом аспекте.

КОНФЛИКТОГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ФЕНОМЕНА ДОМИНИРОВАНИЯ В ЮРИСЛИНГВИСТИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Конфликтогенный потенциал определенных дискурсов исследует целый ряд лингвистов [Балясникова, 2015; Голев, 2002, 2007; Ким, 2017; Макаренко, 2016; Махина, 2016; Никишин, 2020; Перов, Перова, 2014; Цой, [https; Burton, 1990; Kitanina, Trukhanova, 2020](https://www.psychologos.ru/) и др]. Дословный перевод понятия *конфликтоген* – это «рождающий конфликт». Проводя исследования с психологической точки зрения, впервые предложил этот термин А.П. Егидес: «Инициальный посыл, необоснованно (неоправданно) фрустрирующий потребность партнера, порождает конфликт. Назовем его конфликтогенным посылом, или конфликтогеном» [Егидес, <http://www.psychologos.ru/>]. Затем понятие *конфликтоген* стало использоваться и в других науках.

По мнению Д. Лайдера, истинной причиной конфликта является чрезмерная зависимость человека от внешнего окружения и отсутствие уверенности в своем поведении [Layder, 2004]. При этом конфликт, как правило, связан со стремлением человека к доминированию и может проявляться в прерывании речи коммуниканта-визави, принижении его роли, акценте на разнице с собеседником в свою пользу, непризнании своих ошибок и чужой правоты, завышенной самооценке, навязывании своего мнения и безразличии к противоположным точкам зрения.

Но склонность к агрессивному доминированию имеет не только индивидуальные истоки, но и социальные причины. Социально значимые сценарии накапливаются в подсознании человека и создается своеобразная «база данных», которая используется в дальнейшем в новых ситуациях [ван Дейк, 1989: 276]. Лингвоконфликтология занимается изучением того доминантного поведения, которое сочетается с негативной оценкой, поскольку в таких высказываниях реализуются конфронтационные стратегии и могут содержаться составы языковых правонарушений, так как «первичным показателем «неприличности» (инвективности) языковой единицы является наличие негативного эмоционально-оценочного компонента значения» [Меликян, 2019: 7]. Доминантное поведение может привести к конфликту в результате следующих проявлений:

– озвучивание приказов (кроме официально оправданных), угроз, замечаний в форме отрицательной оценки, обвинений, насмешек и издевок;

– покровительственное снисхождение с оттенком мнимой доброжелательности (Деточка, не берите в голову; Ты же вполне здравомыслящий, а ведешь себя как ребенок);

– выпячивание своих успехов и достижений, что воспринимается как хвастовство;

– чрезмерная самоуверенность в форме не терпящих возражений высказываний (без всяких сомнений, определенно, уверен на сто процентов), которые, напротив, порождают у адресата сомнения и желание поспорить;

– навязчивые советы, приводящие к противоположному результату, желанию сделать по-своему, поскольку они вызывают раздражение и отторжение, особенно, если сделаны не наедине, в таком случае они даже могут восприниматься как упрек;

– прерывание речи говорящего, общение на повышенных тонах, исправление собеседника без его просьбы как сигнал стремления к ментальному превосходству.

Все перечисленные проявления доминантного поведения нарушают принцип вежливости Дж. Лича [Leech, 1983], актуализирующийся в шести максимах: такта, великодушия, одобрения, скромности, согласия и симпатии. Данный принцип обращается к морально-этическому аспекту коммуникации. Среди хорошо известных правил коммуникативного поведения, помимо принципа вежливости Дж. Лича, самым оптимальным для нашего исследования является принцип кооперации / сотрудничества, выдвинутый Г. Грайсом [Grice, 1975], при этом оба эти принципа успешно дополняют друг друга. Принцип кооперации Грайса реализуется в следующих постулатах: quantity (количества), quality (качества), relation (отношения / релевантности) и manner (манеры / способа). Г. Грайс и его последователи «исходят прежде всего из истинности высказывания и поэтому больше сосредоточены на пропозиции, в то время как Дж. Лич предлагает более широкую, социально-психологическую трактовку принципа вежливости и тем

самым делает решающий скачок от семантического к прагматическому взгляду на вежливость» [Ерзинкян, 2018: 62].

Принцип кооперации Г. Грайса зачастую нарушается в политических дебатах, поскольку нередко политики проявляют несговорчивость в своем общении и кажутся неискренними, нарушая принципы коммуникации. Но такие нарушения происходят не только в политических дебатах [Buddharat et al., 2016], но и в публичных беседах [Mukaro et al., 2013], в суде [Grundy, 2000], в обсуждениях кино [Pham, 2018], в юморе [Attardo, 1993]. Интересно отметить, что шутка сама по себе является источником нарушения принципа сотрудничества, поскольку способна передавать информацию сквозь призму субъективной пресуппозиции, поэтому анекдоты могут представлять собой некооперационные тексты. Рассмотрим нарушение принципа кооперации в политическом дискурсе.

В политическом дискурсе наблюдается частое нарушение максимы количества, которая как один из кооперативных принципов касается предоставления информации по мере необходимости. Так, отвечая на вопросы, политический деятель почти всегда предоставляет больше достаточной информации, чем у него спрашивают. Даже если на вопрос требуется только ответ «да» или «нет», политик выдает длинные высказывания с большим количеством информации, которая нарушает максиму количества. Это нарушение максимы количества в политическом дискурсе обычно происходит для усиления эмоций либо для подкрепления своих требований, чтобы заручиться поддержкой аудитории. Это особенно распространено среди политиков, являющихся профессионалами и в других областях, например, среди врачей, учителей и бизнесменов, поскольку они могут предоставить много дополнительной информации на различные темы, являясь экспертами в своей области. Поэтому политики имеют склонность, излагая свою позицию, предоставлять больше единиц информации, чем нужно, при ответе на вопросы. Хотя иногда они нарушают принцип количества, когда предоставляют меньше информации, чем того требует ситуация. Как правило, это случается тогда, когда адресанту нужно избежать отвечать прямо, и он пытается завуалировать информацию. Таким образом, при предоставлении большей или меньшей информации нарушается разговорный принцип количества.

В политической коммуникации также нарушается максима качества. Максима качества связана с правдивостью заявления человека. Это означает, что говорящий должен сообщать только правду. Нельзя лгать и утверждать что-либо без доказательной базы. Нарушаться максима качества может и в случаях, когда политик использует ссылки на информацию от других людей, на сплетни. Адресант может использовать такие вводные слова, как *может быть, возможно, скорее всего* и т.п., что создает неопределенность и свидетельствует о возможной неточности информации. Утверждения с элементами слухов и сообщений от других лиц, а не с личными знаниями политика нарушают максиму качества, поскольку у политика нет доказательств, подтверждающих его утверждение. Кроме того, в соответствии с теорией Грайса [Grice, 1975], необходимо произносить то, что вы считаете истинным, и ожидаете, что вклад будет подлинным, а не ложным. Поэтому ожидается, что говорящий будет искренним и правдивым. В искренней коммуникации предполагается, что выступающие не говорят ничего, что они считают ложным, или что-либо, для чего у них нет доказательств. Если политик будет предоставлять ложную информацию, в таком случае он может потерять очень важный в политической сфере социальный актив – доверие.

Следующее нарушение принципа кооперации – это максима отношения или релевантности. Данная максима подчеркивает важность соответствия информации обсуждаемой теме. Данная максима выполняется тогда, когда говорящий дает информацию, имеющую непосредственное отношение к теме. Нарушение максимы отношения происходит, когда адресант не понимает адресата, не отвечает на заданный вопрос, дает неуместные ответы. Политики могут давать ответы, не относящиеся к заданному вопросу. Таким образом происходит нарушение принципа отношения, так как адресант предоставляет информацию, которая не относится к рассматриваемому вопросу. Каждый респондент должен не отклоняться от темы беседы, в противном случае максима отношения будет нарушена.

Принцип кооперации нарушается и при несоблюдении максимы манеры или способа, которая обязывает говорящего быть ясным. Грайс утверждает, что «*speaker should be brief and orderly, thus avoiding obscurity and*

ambiguity in expressions» («говорящий должен быть краток и аккуратен, избегая тем самым неясности и двусмысленности в выражениях») [Grice, 1975: 46]. Поэтому вклад каждого участника должен быть достаточно прямым, не должен быть двусмысленным или чрезмерно многословным. Максима манеры нарушается не только тогда, когда высказывание произносится растянуто, нарушение этой максимы также происходит, когда утверждение неясно или конкретно не сформулировано. Оратор не должен использовать слова, которые могут быть не поняты слушателями. Говорящий также не должен излагать что-то длинно и растянуто, если он может сказать это просто. Некоторые политики даже пытаются включить в свои выступления и опыт прошлых жизней в отношении обсуждаемого вопроса. При этом может иметь место частичное совпадение максим количества и способа, если рассматривать продолжительность и манеру высказывания. Это совпадение можно объяснить, рассматривая максимум количества в единицах информации. Так, если адресату требуется, например, пять единиц информации от адресанта, а получается либо больше, либо меньше пяти, то адресант прибегает к нарушению максимы количества. Но если даются пять требуемых единиц информации, но в чрезвычайно краткой форме или, наоборот, в многословной, то это уже нарушение максимы манеры. Поэтому бывают случаи, когда мы можем говорить о том, что нарушаются обе максимы.

Нарушение принципа вежливости Лича и принципа кооперации Грайса при «актуализации доминирования в сочетании с враждебностью» проявляется в конфронтации и не нацелено на кооперацию, что является реализацией конфликтного коммуникативного поведения. Прямая форма конфликтного доминирования является результатом коммуникативного акта, в котором в составе иллокуции содержится открытая, очевидная враждебность. По нашему мнению, конфликтный потенциал феномена доминирования проявляется и в косвенной форме доминирования в непрямой речевой агрессии. Речь идет о негативной иллокуции, которая не выводится из суммы всех значений компонентов высказывания» [Зюбина, 2022]. В косвенных речевых актах «на первое место выдвигается проблема их интерпретации адресатом и наблюдателем, основывающейся на ряде пресуппозиций, постулатов и презумпций» [Дементьев, 2006: 120].

В речевом конфликте происходит несоответствие речевых действий, когда «одна из сторон в ущерб другой сознательно и активно совершает речевые действия, которые могут выражаться негативными средствами языка и речи» [Третьякова, 2003]. Словами, порождающими конфликт в общении, могут быть фразы, эксплицирующие признаки недоверия (например, Вы в этом не разбираетесь, я не верю тебе, ты врешь), угрозы (Вы об этом пожалеете, я это так не оставлю, ты еще умоешься горячими слезами), насмешки (метр с кепкой, тютя-матютя, жирный), плохого отношения (даже сидеть с тобой рядом противно, я Вас презираю, не хочу иметь ничего общего с тобой). Конфликтогенами могут стать нелицеприятные сравнения (как обезьяна, как осел, как стервятник) и обвинения (все из-за тебя, ты трус, ты подонок). Конфликтогенным потенциалом обладает доминантное долженствование (ты обязан, вы должны) наряду с лексемами с семой категоричности (ничто, всегда, никогда) и, конечно же, инвективная лексика.

Работы, посвящённые исследованию экспликации конфликта на языковом уровне, свидетельствуют о том, что маркеры вербальной агрессии еще недостаточно изучены. Но ученые пришли к выводу, что актуализация определенных характеристик языкового знака, создающих ситуацию коммуникативного конфликта, находится в зависимости от контекстного окружения, который «создаёт структуру предпочтений, а последняя создаёт новый контекст» [Kotthoff, 1993], то есть выбор адресантом методов и приемов, нацеленных на достижение коммуникативной цели, ограничивается актуальным контекстом, а с другой – варьируется в зависимости от него.

Термином *конфликтный текст* могут называть тексты, которые созданы до начала самого конфликта и которые спровоцировали конфликтную ситуацию. Но это могут быть и тексты, создаваемые в течение конфликта и даже вне его [Белоус, 2007: 103]. Конфликтный текст – это «текст, реализующий социально-психологическую ситуацию конфликта, то есть ситуацию столкновения двух и более разнонаправленных сил с целью реализации их интересов в условиях взаимодействия» [Усачёва, 2010: 13]. А.Н. Баранов рассматривает конфликтный текст как сферу «функционирования языка, где лингвистическое исследование необходимо для решения практических задач. Конфликт в тексте может быть преднамеренным и непредна-

меренным, но в любом случае адресат осознанно или нет использует глубинные свойства языка» [Баранов, 2007: 3]. При этом «конфликтные тексты, попадающие в сферу юридической практики и, соответственно, лингвистической экспертизы, – это прежде всего тексты средств массовой информации» [Чернышова, 2003: 23]. С точки зрения К.И. Бринева, «большинство конфликтных текстов являются текстами СМИ, представляют собой регистрацию публичных, агитационных и иных дискурсов либо ситуации служебного общения» [Бринева, 2009: 47]. По мнению А.Н. Ковальчук, конфликтный текст представляет «такой текстовый инвариант, который объективно допускает некоторое число интерпретационных вариантов. Их в случае юрислингвистического функционирования конфликтного текста, по крайней мере, два: один представлен адресантом, другой – адресатом. Конфликт разворачивается в тексте: ни одна единица языка не является исключительно инвективой, умаляющей честь и достоинство» [Ковальчук, 2014: 127]. Е.С. Кубрякова полагает, что «анализ конфликтного текста должен представлять собой анализ конфликтного события, другими словами, лингвистическое исследование должно проходить в широком экстралингвистическом контексте» [Кубрякова, 2004: 187].

Следует отметить, что некоторые исследователи разграничивают конфликтный и конфликтогенный тексты: «Под конфликтным мы понимаем текст, который уже стал причиной конфликта и объектом исследования в рамках юрислингвистической экспертизы, а конфликтогенным признается такой текст, который потенциально может спровоцировать конфликт и явиться поводом для судебного разбирательства» [Макаренко, 2016: 192]. Конфликтогенный текст, в отличие от конфликтного, – более узкое понятие, которое предполагает текст, соответствующий ряду условий: 1) как правило, такой текст распространяется посредством СМИ; 2) провоцирует коммуникативное столкновение говорящих, формирующее противоречие разной степени интенсивности; 3) может иметь правовые последствия [Макаренко, 2018]. Конфликтогенный потенциал, в отличие от конфликта, не обязательно приводит к эскалации противостояния, так как большое значение имеет субъективное восприятие слушающего, которое зависит от ряда факторов, например, от уровня образования [de Sousa and Moriconi, 2013], национальной принадлежности [Зюбина, 2021, б] или пар-

тийной приверженности [Anduiza et al., 2013]. Влияет на восприятие и отношение к экономической ситуации в стране: избиратели более энергично наказывают коррумпированных политиков в периоды неблагоприятных экономических условий и сильнее ценят позитивные сообщения в более благоприятных экономических ситуациях [Krause, Méndez, 2009]. Поэтому для исследования конфликтогенных текстов специалисты-эксперты изучают перлокутивный эффект сообщения. Н.Д. Голев утверждает, что конфликтогенный текст – это текст, ищущий выгодную интерпретацию для автора (адресанта), который ссылается на то, что его не так поняли, что он не то имел в виду.

Ситуация становится практически неразрешимой, когда текст построен на импликации, невербализованных намеках, сравнениях, коннотативных значениях и пр., т. е. на тех способах передачи смысла, которые не подлежат непосредственному формальному определению. Адресат конфликтогенного текста, как правило, имеет возможность «выбора»: интерпретировать высказывания как порочащие его честь, достоинство и деловую репутацию, либо как вполне приемлемые с этой точки зрения. Для объективного исследования конфликтогенного текста необходимо применение определённого алгоритма экспертных действий, включающего в сложных случаях проведение эксперимента, нацеленного на исследование речевого действия как перлокутивного акта, – отмечает Н.Д. Голев [Голев, 2002: 128]. «Конфликтогенный» текст не соотносим со «спорным», так как в нём автор ищет выгодную для себя интерпретацию и намеренно уклоняется от спора, эвфемизирует свою речь, пытаясь изменить мнение оппонента в свою пользу и тем самым уйти от ответственности. Эта попытка «ухода от ответственности» разнит «конфликтогенный текст» с «конфликтным», так как «конфликтный» нацелен на конфликт, «конфликтогенный» же нацелен на «сглаживание» конфликта ситуации или, при условии «мастерской манипуляции», – на его снятие [Хасан, Сергоманов, 2006].

С точки зрения лингвистики, изучающей, как известно, виды и способы речевой актуализации тех или иных элементов содержания и смысла, к «конфликтогенным» можно отнести такие тексты, которые содержат в своем составе или представляют собой цельные высказывания, стимулирующие возникновение и развитие конфликта (или высказывания-конфликто-

гены), иными словам, тексты, которые в целом или в отдельных своих частях содержат речевые сигналы когнитивного и/или коммуникативно-прагматического диссонанса между автором и реципиентом и вследствие этого потенциально или реально вызывают в качестве перлокутивного эффекта появление конфликта и/или враждебности. Подобные тексты также могут быть названы «высказываниями-конфликтотгенами».

Конфликтотгенные тексты предполагают наличие или возбуждение оппозиционных отношений между субъектом и предметом речи. Оппозиционные отношения подчеркиваются через экспликацию оценочности (оценка «хорошо/плохо») и позиционирование автором себя и предметов речи, близких ему, относительно созданной им системы образов [Махина, 2016]. То есть для реализации оценки используются концепты «свой» – «чужой», которые «являются средством реализации одной из базовых семантических категорий современной персуазивной коммуникации – категории «свой круг» [Иссерс, 2006: 54]. Очевидно, что не все отнесения лиц к категории «свой»-«чужой» являются признаком конфликтотгенных текстов, так как деление культурных явлений и процессов на «свои» и «чужие» является нормой и способом познания мира. Однако конфликтотгенные тексты, являющиеся источником враждебности, имеют свои особенности проявления дихотомии «свой» – «чужой», «мы» – «они». Отношения между группой «свои» и «чужие» в конфликтотгенных текстах – это отношения антагонистического противопоставления, неприятия друг друга, причем главным принципом организации конфликтотгенных текстов является выражение в текстовом целом концепта «свой» – «чужой» с восхвалением (скрытым или явным) группы «свой» и уничижительным, резко негативным описанием группы «чужой» (как правило, явным), сопровождаемыми нередко призывами к уничтожению последней [Махина, 2016].

Конфронтационное доминирование реализуется посредством актуализации конфликтотгенов, которые порождают у адресата внутренний дискомфорт. С позиции юрислингвистики данный вид воздействия считается «противоправным», так как выполняет деструктивную функцию [Трофимова, 2021: 77], нарушая нормы коммуникации. При лингвистическом описании конфликта, как правило, за основу берутся два типа противополож-

ных стратегий: это кооперационные и конфронтационные стратегии, которые регулируют речевое поведение коммуникантов. По мнению Ю.Е. Лариной, подводное течение в конфликтогенных текстах – это наличие гипертемы *свой – чужой*, что обнаруживает два противоположных вида оценки: положительной для «своих» и отрицательной для «чужих». Оценки, противопоставленные по параметрам «свой / чужой», «необычный / традиционный», «удачный / неудачный», называются мелиоративными и пейоративными [Ларина, 2007: 56].

Говоря о наличии в тексте языковых сигналов конфликтогенного потенциала, следует отметить, что они могут выражаться не только эксплицитно, но и имплицитно. С помощью конфликтогенных маркеров говорящий нарушает этико-речевые нормы языка, принятые в обществе, и реализует коммуникативное намерение конфронтационного доминирования, направленного на адресата. Такое доминирование проявляется в определенном перлокутивном эффекте унижения, обиды, оскорбления, эмоционального подавления. «Конфликт, основанный на оскорблении, в юридическом смысле предполагает обязательное одновременное наличие следующих характеристик спорного текста: негативный характер сообщаемых о лице или организации сведений; отнесенность негативных сведений к лицу или организации; публичность сообщения негативных сведений, наличие факта распространения негативных сведений; информационный характер спорного текста (направленность спорного текста главным образом на передачу информации, а не выражение эмоции); фактологический характер негативных сведений. Данный параметр предполагает, что негативные сведения о лице или организации являются утверждениями (в отличие от мнения, оценки, предположения) о конкретных фактах, которые могут быть проверены на соответствие действительности» [Саломатина, 2022: 204].

Одно из самых спорных и поэтому сложных понятий в лингвокриминалистике – это неприличная языковая форма, упоминаемая в статье 5.61 КоАП РФ Оскорбление: «Оскорбление, то есть унижение чести и достоинства другого лица, выраженное в неприличной или иной противоречащей общепринятым нормам морали и нравственности форме <...>» (КоАП РФ). Квалификация языковой формы в качестве неприличной – это один из важных параметров, применяемых для анализа спорного текста на предмет

наличия в нем языковых признаков оскорбления. «Обязательным признаком объективной стороны преступления (оскорбления) является способ унижения чести и достоинства другого человека – неприличная (т. е. открыто циничная, резко противоречащая принятой в обществе манере общения между людьми) форма. Таковы, например, нецензурные выражения, циничные прикосновения к телу, плевок в лицо, срывание одежды с интимных частей тела» [СУП, 1997].

Оскорбление как юридический термин в лингвистическом плане всегда предполагает наличие неприличной языковой формы, которая реализует доминирование конфронтационного типа. Так, оскорбление как действие, квалифицируемое в качестве правонарушения, входит в содержание норм Уголовного кодекса РФ (ст. 297. Неуважение к суду; ст. 319. Оскорбление представителя власти; ст. 336. Оскорбление военнослужащего; ст. 107. Убийство, совершённое в состоянии аффекта; ст. 113. Причинение тяжкого или средней тяжести вреда здоровью в состоянии аффекта), Кодекса РФ об административных правонарушениях (ст. 5.61. Оскорбление; ст. 5.26. Нарушение законодательства о свободе совести, свободе вероисповедания и о религиозных объединениях (оскорбление религиозных чувств граждан либо осквернение почитаемых ими предметов, знаков и эмблем мировоззренческой символики), Уголовно-исполнительного кодекса РФ (ст. 116. Злостное нарушение установленного порядка отбывания наказания осуждёнными к лишению свободы (неповиновение представителям администрации исправительного учреждения или их оскорбление при отсутствии признаков преступления), Семейного кодекса РФ (ст. 65. Осуществление родительских прав. При осуществлении родительских прав родители не вправе причинять вред физическому и психическому здоровью детей, их нравственному развитию. Способы воспитания детей должны исключать пренебрежительное, жестокое, грубое, унижающее человеческое достоинство обращение, оскорбление или эксплуатацию детей), Трудового кодекса РФ (ст. 336. Дополнительные основания прекращения трудового договора с педагогическим работником (применение, в том числе однократное, методов воспитания, связанных с физическим и (или) психическим насилием над личностью обучающегося, воспитанника).

Правовое вмешательство возможно и правомерно только в тех случаях, когда: а) прямо адресовано конкретному лицу или группе лиц; б) при

этом имеет место прямой умысел на оскорбление; в) инвективная лексика [Цена слова, 2002: 340]. Мы придерживаемся широкого толкования инвективной лексики, поэтому к неприличной форме относим не только нецензурную лексику, но и иные конфликтогенные маркеры, при помощи которых говорящий нарушает этико-речевые нормы языка, принятые в обществе, и реализует коммуникативное намерение конфронтационного доминирования, направленное на адресата. Такое доминирование может проявляться в перлокутивном эффекте оскорбления.

Доминирование-агрессия реализуется и в таком неправомерном действии, как **угроза**. В гражданско-правовом аспекте угроза влечет недействительность сделки (ст. 179 ГК РФ), в трудовом праве угроза относится к понятию запрещенного в РФ принудительного труда (ст. 4 ТК РФ). В уголовном праве наличие или отсутствие угрозы отягчает или смягчает наказание (ст. 40 УК РФ), является преступлением угроза убийством или причинением тяжкого вреда здоровью (ст. 119 УК РФ).

Конфронтационное доминирование реализуется в преступлениях по делам об **экстремизме** (Федеральный закон РФ «О противодействии экстремистской деятельности» (от 25 июля 2002 года, № 114-ФЗ), которому посвящена статья 280 («Публичные призывы к экстремистской деятельности») и 282 («Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства») Уголовного кодекса РФ).

Поскольку наше внимание сосредоточено на конфликтогенном потенциале феномена доминирования именно в политической коммуникации, обратимся к рассмотрению политического дискурса как предмета исследования в языкознании.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС С ПОЗИЦИИ ФЕНОМЕНА ДОМИНИРОВАНИЯ

Феномен доминирования представляется актуальным в политическом дискурсе, где объективируется борьба за власть между отдельными политиками, политическими партиями, движениями, обеспечивающая доминирование в социуме. Так, в своей работе о роли языка в английской политике Дж.А. Эпштейн писал, что «борьба за то, чьи голоса и какие формы политического языка обладают властью в публичной сфере дискурса, необходима для воспроизведения отношений доминирования и подчинения в современном обществе» [Epstein, 1994: 28]. Это утверждение в равной степени важно в контексте политического противоборства и в России, и в Великобритании, где конфликт между официальными лицами и оппозицией в конечном итоге является борьбой за власть, основанной на общем наборе языковых идиом. Это соперничество необходимо из-за несовместимых взглядов на общество, предлагаемых этими конкурирующими группами, каждая из которых стремилась оправдать свои действия против другой, артикулируя свою политику посредством построения дискурса, который обеспечил бы легитимность их дела.

В настоящее время на фоне общей заинтересованности общества в политике возрос интерес к исследованию политического дискурса среди лингвистов [Ансокова, 2012; Афанасьева, 2021, 2019; Базылев, 2005; Балахонская, 2015, 2021; Боженкова, 2017; Бондарева, 2007; Борисова, 2020; Ворожцова, 2010; Демьянков, 2003; Карасик, 2002; Кассирер, 1990; Макаров, 2003; Маслова и др., 2021; Мельник, Савельева, 2021; Михалева, 2005; Моногарова, 2020; Новикова, 2021; Паршина, 2007; Переверзев, 2008; Перельгут, Сухицкая, 2013; Плотникова, Домышева, 2009; Руженцева, 2018; Садуов, 2011; Саркисян, 2022; Селезнева, 2012; Сергеева, 2012; Синельникова, 2009; Халатян, 2011; Чудинов, 2006, 2013; Шейгал, 1999, 2000, 2002, 2004; Щербаков, 2019, 2021; Baigozhina et al., 2020; Buddharat, Ambele, Boonsuk, 2016; Burkhardt, 1996; Elspaß, 1998 и др.]. Следует отметить, что исследования чаще всего носят дискурсивно-аналитический характер. Одним из главных в данной сфере стал вопрос определения политического дискурса, который трактуется как «текст, взятый в событийном аспекте» [СЛТ, 1969: 136], «единство языковой формы, знания и действия» [ван Дейк, 1989: 121],

как «речь, погружённая в жизнь» [Арутюнова, 1990: 136], «речевая деятельность в звуковой, графической или электронной репрезентации, включенная в широкий социальный, психологический, деятельностный и т.д. контекст» [Шейгал, 2004: 16] и т.д.

При всем интерпретационном богатстве определений следует отметить, что в лингвистике термин *политический дискурс* понимается в узком и широком смысле. Представителем узкого понимания является голландский лингвист Т. ван Дейк. Он считает, что политический дискурс – это ограниченный политической сферой класс жанров, к которым относятся парламентские дебаты, правительственные обсуждения, партийные программы партий и речи политиков. Одновременно с этим политический дискурс – это форма институционального дискурса, т.е. он воспроизводится в институциональной окружающей обстановке (съезд политической партии, сессия парламента, заседание правительства и т.п.) [Крячкова, 2019]. Т. ван Дейк настаивает, что дискурс является политическим только в том случае, если он выступает орудием политиков, то есть сопровождает политическую коммуникацию [ван Дейк, 1989]. По мнению Ж.В. Зигманна, политическим дискурсом называется вербальная коммуникация, «в которой отправитель и получатель наделяются социальными ролями по их участию в политической жизни и предметом общения является политическая жизнь социума» [Зигманн, 2003: 6]. При узком понимании дискурс является политическим, если он «сопровождает политический акт в политической обстановке» [ван Дейк, Кинч, 1988].

С позиции широкого понимания политический дискурс представляет такие речевые образования, в которых к сфере политики может относиться или субъект, или адресат, или содержание [Шейгал, 2000: 23]. А.П. Чудинов полагает, что политический дискурс включает в себя составляющие, относящиеся к политическим взглядам коммуниканта, его задачам, представлению об адресате и оппоненте и актуальной политической ситуации. Термин политический дискурс отличается множеством специфик: региональный и федеральный дискурсы, парламентский дискурс, митинговый дискурс, дискурс отдельной избирательной кампании или дискурс конкретного этапа развития политического языка [Чудинов, 2006: 254]. Широкая трактовка политического дискурса включает такие его типы, как: официальный полити-

ческий дискурс; медийный политический дискурс; интернет-тексты политической тематики (блоги, сайты, комментарии); научные статьи, посвященные политике и т.д. Таким образом, широкое понимание политического дискурса неразрывно связано с процессами глобализации, увеличением влияния масс-медиа и появлением новых технологий коммуникации.

По нашему мнению, политический дискурс представляет собой *совокупность коммуникативных ситуаций в сфере политики, обусловленных сложной комбинацией экстралингвистических факторов*. Политический дискурс важно рассматривать, опираясь на непосредственное функционирование самих политиков, то есть авторов политических текстов и выступлений. Политики в этом смысле – это группа людей, которым платят за их деятельность, и которые избираются или назначаются на свои должности в результате общественного голосования для донесения политических проектов и предложений обществу. Поэтому на данном этапе рассмотрения понятия политического дискурса важно упомянуть получателей, участвующих в политических коммуникативных событиях, то есть граждан определенного государства, людей, на которых нацелена политическая речь [Зюбина, 2021, а]. Все эти группы и отдельные лица, а также их организации и институты могут принимать участие в политическом процессе, и многие из них необходимы для определения политического дискурса [Safwat, 2015: 700]. Политика – это социальное явление и сфера человеческой деятельности, которая по своей природе является совокупностью речевых действий. В.И. Карасик определяет политический дискурс как институциональное общение со своим собственным подязыком и своей собственной системой знаков (лексикой, фразеологией, паремиологией), отличающееся наличием определенных адресантов и адресатов, равно вовлеченных в политическое коммуникативное событие [Карасик, 2004: 281].

По мнению Е.И. Шейгал, к ключевым функциям политического дискурса относятся следующие функции: «1) интеграция и дифференциация групповых агентов политики; 2) развитие конфликта (агональность) и установление консенсуса; 3) осуществление вербальных политических действий и информирование о них; 4) создание «языковой реальности» поля политики и ее интерпретация; 5) манипуляция сознанием и контроль действий политиков и электората» [Шейгал, 2000: 5].

Ядерными функциями политического дискурса признаются:

- информативная функция, цель которой состоит в репрезентации политических событий;
- аргументативная функция, которая сводится к объяснению политических действий;
- персуазивная функция, которая заключается в убеждении массового адресата;
- контролирующая функция, направленная на манипуляцию общественным сознанием;
- интерпретационная функция, позволяющая создать множество вариативных моделей политических событий;
- функция социальной идентификации, призванная как интегрировать, так и дифференцировать субъектов политической коммуникации;
- делимитивная функция, призванная подчеркнуть отличие «своей» политической группы от политических противников;
- агональная функция, которая проявляется в вербальной агрессии, направленной против политических оппонентов.

Поскольку основная задача политического дискурса – это борьба за власть, язык в политической коммуникации должен быть ясен и должен ориентироваться на отдельную группу [Водак, 1997: 42]. По мнению большинства лингвистов, основная функция политического дискурса – это персуазивная функция. Основная цель коммуникации в политическом тексте заключается в воздействии на массового адресата, чему способствует выбор определенных лингвистических средств [Паршин, 1987: 403]. Формулировка и разъяснение политической позиции (ориентация), поиск и сплочение сторонников (интеграция), борьба с противником (агрессия как проявление агональности) относятся к функциональному содержанию политической коммуникации. Основным организующим принципом семиотического пространства политического дискурса становится семантическая триада (ориентация – интеграция – агональность), которая лежит в основе базовой оппозиции «свои – чужие» [Шейгал, 2000: 15].

Некоторые ученые считают, что политическая деятельность вообще сводится к языковой деятельности [Edelman, 1988: 137; Graber, 1976: 361]. Язык нужен политикам для убеждения адресата, информирования, дачи указаний, проведения законодательных актов, манипулирования и т. п. По-

литический дискурс – это не только выдвижение политических предложений. Речь идет об определенном употреблении слов и языка в целом. Они используются в данном дискурсе для того, чтобы повлиять на слушателей и, следовательно, на политическое направление.

Лексические единицы при организации политических речей их авторами могут специально быть отобраны не только из-за политкорректности некоторых терминов и соблюдения всеобщих критериев приличия, но также потому что они эффективно подчеркивают политические взгляды и мнения, манипулируют общественным мнением, помогают заключать соглашения и компромиссы, устанавливают законную политическую власть [Safwat, 2015: 705].

А.А. Каджарова выделяет ряд выразительных средств, необходимых для организации правильного и убедительного политического текста:

- Идеи подчеркиваются с помощью анафоры. Например, используя анафору, оратор апеллирует к патриотическим чувствам народа.
- Лексические повторы можно использовать для усиления эмоциональности.
- Вводные конструкции выражают степень достоверности сообщаемого говорящим (уверенность, предположение, сомнение, неуверенность и тому подобное).
- Для того, чтобы наглядным образом охарактеризовать или передать состояние государства, политик может использовать сравнение.
- Фразеологизмы придают речи образность и способствуют установлению контакта с аудиторией, что присуще харизматичным лидерам.
- Использование разговорной лексики в контексте выступления политиков придает речи выразительность, помогает избежать повтора слов.
- Важно грамотное использование местоимений «мы» и «наш». Притяжательные местоимения выполняют функцию объединения [Каджарова, 2019: 225]. Данные выразительные средства могут применяться для любого речевого акта, прагматически направленного на достижение целей, которые сходны с политическими.

Однако в политическом дискурсе все же есть особые предпочтительные структуры, стратегии, тактики и приёмы, которые требуют именно политического контекста для уместного и функционального использования. Политический дискурс оперирует своим собственным языком, который является

главным инструментом политической речи. Этот язык производит запланированный эффект внушения и влияния, он стимулирует фрагментарные интерпретации, делает ссылки с помощью своих знаков. С другой стороны, этот же язык может стать скучным или, скорее, однообразным и раздражающим [Зюбина, 2021, а]. Здесь стоит отметить, что эффективность политической речи не обусловлена наличием в ней истины или единственно правильных, или правдивых смыслов; это, скорее, вопрос структуры и очередности представления аргументов [Dramenscu, 2014: 16].

В настоящее время в политическом дискурсе отмечается тренд, заключающийся в антиинтеллектуальной направленности [Lim, 2008]. Это явление известно как популизм, тактика прямого заигрывания с широкими массами народа, при которой происходит уход от идеи лидерства заранее заданной политически элитной группы [Inglehart, Norris, 2016] и при которой популисты предпочитают использовать дискурс низшего класса, обычных людей, а не официальный язык. Для составления политических речей, как правило, используется довольно понятный и простой язык, чтобы выдвинутые идеи легко воспринимались целевой аудиторией и другими людьми, которые могут впоследствии прочитать или услышать то или иное выступление политика в СМИ. Кроме того, политические тексты составляются группой профессиональных авторов, которые обучены использованию определенных стратегий и структур для того, чтобы речь звучала убедительно из уст оратора [Зюбина, 2021, а].

Условность – главная особенность политической речи, которая отличает ее от других существующих жанров речи. Политическому выступлению практически всегда предшествует событие, дающее повод для создания политического текста. По этой причине авторы политических выступлений максимально вовлечены в содержание своих текстов, которые ориентируются на представление аргументированной и правильной версии событий как комментариев на изначальное событие, которое дает повод для выступления.

Целью политического языка является представление реальности в виде площадки для реализации политических интересов. Авторы политических выступлений часто пользуются целым рядом ресурсов для того, чтобы убе-

дить слушателя в чем-либо: начиная с жестов, мимики и интонаций, заканчивая каламбурами, словами с сильным эмоциональным воздействием, неологизмами и сленгом [Brotten, 2015: 4].

Политический язык гибкий и точный, что делает его амбивалентным. С помощью гибкости можно создавать идеологические образы, каламбуры, пользоваться жаргоном, делать намёки. С другой стороны, его точность навязывает логическую структуру, с помощью которой строится речь.

Адаптация к определенному контексту позволяет политическому языку (при использовании определенных форм, стилей и структур) передавать сообщения, которые, выполняя интересы отправителя, прививают получателям текста убеждения и ценности, укрепляя их уверенность в том, что решения, которые они принимают, не навязаны им политиком, а являются их собственными и благоприятны в первую очередь для слушателей, а не политических деятелей и их партий [Brotten, 2015: 4].

Для полноты изучения доминирования рассмотрим данный феномен с позиции лексикографии.

ОТРАЖЕНИЕ ДОМИНИРОВАНИЯ В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКАХ

Обратимся к одному из способов определения понятия феномена доминирования, а именно к анализу значения лексемы *доминирование* в лексикографических источниках, так как именно данные словарей скрупулезно фиксируют компоненты значений, появляющиеся в ходе развития языка. Проанализируем сначала толкование термина *доминирование* в ряде русскоязычных словарей.

Во всех толковых словарях русского языка термин доминирование определяется как действие по значению глагола *доминировать*, например, в «Толковом словаре Ефремовой» это «1. быть основным; преобладать, господствовать; 2. перен. возвышаться над окружающей местностью» [ТСЕ, <https://gufo.me/dict/efremova/%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D1%8C>].

Данное толкование практически совпадает с определением А.П. Евгеньевой: «преобладать, господствовать, быть основным» [СРЯ, Т. 1, 1999: 413].

«Большой толковый словарь русского языка» под редакцией С.А. Кузнецова дает следующее толкование: «[от лат. *dominari*] Преобладать, господствовать, быть основным. Возвышаться над окружающей местностью» [БТСРЯК,

<http://www.gramota.ru/slovari/dic/?lop=x&bts=x&zar=x&ag=x&ab=x&sin=x&lv=x&az=x&pe=x&word=%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D1%8C>].

В результате анализа представленных словарных статей мы пришли к выводу, что по содержанию они практически дублируются. Поэтому для более глубокого исследования данной лексемы следует обратить внимание на словари синонимов, которые содержат информацию, касающуюся операционального потенциала слова. Согласно «Словарю русских синонимов и сходных по смыслу выражений» существуют такие синонимы, относящиеся к лексеме *доминировать*, как «главенствовать, господствовать, первенствовать» [СРСССВ,

<http://gramota.ru/slovari/dic/?word=%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%82%D1%8C&all=x>]. В словаре З.Е. Александровой представлены следующие синонимы слова *доминировать*, связанные с лексемами 1. см. *господствовать*. 2. см.

возвышаться [ССРЯПС, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/synonyms-aleksandrova/fc/slovar-196-2.htm#zag-6348>]: «господствовать. 1. главенствовать, первенствовать, царить, царствовать; играть первую скрипку (разг.); властвовать (высок.); владычествовать (устар.) / о мотиве, мысли в речи, произведении: проходить красной нитью, доминировать; превалировать (книжн.)» [ССРЯПС, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/synonyms-aleksandrova/fc/slovar-195-2.htm#zag-5323>]; «возвышаться. 1. выситься, стоять, подниматься, подыматься, вздыматься; господствовать над чем, доминировать над чем (книжн.); возноситься (высок.); воздыматься (устар.) / беспорядочно: громоздиться; 2. см. выделяться» [ССРЯПС, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/synonyms-aleksandrova/fc/slovar-194-3.htm#zag-3115>].

В результате интегрального анализа лексикографических источников выявлены следующие компоненты лексемы *доминировать*: «быть основным, преобладать, господствовать, возвышаться над окружающей местностью, главенствовать, первенствовать, царить, царствовать, играть первую скрипку, властвовать, владычествовать, проходить красной нитью, превалировать, выситься, стоять, подниматься, подыматься, вздыматься, возноситься, выделяться».

В словаре В.А. Арефьева и Л.А. Лисовенко, занимающихся генетическими терминами, *доминирование* трактуется как *доминантность*: «умение диктовать другим свою волю и оказывать влияние на мысли и поступки других людей» [АРТСГТ, 1995: 324]. С.Б. Давлетчина в словаре по конфликтологии определяет термин *доминирование* как «иерархию социальных отношений, предполагающую борьбу за приоритетные позиции» [СПК, 2005: 134]. Согласно дефиниции В.А. Жмурова из «Большой энциклопедии по психиатрии» *доминирование* предполагает «1. управление; 2. подавление; 3. контролирование; 4. Преобладание» [БЭП, 2012: 18]. «Оксфордский толковый словарь по психологии» трактует лексему *доминирование* как «отношения, при которых какой-то предмет контролирует другой» [ОТСП, 2002: 215].

Далее целесообразно обратить внимание на анализ лексемы *dominance* в британских лексикографических источниках для установления инварианта речевого действия, присущего британцам, и выявления в результате сопоставления универсальных и национально-культурных компонентов этого инварианта.

В словаре «Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus» (CALDT) лексема *dominance* имеет следующие значения: «the quality of being more important, strong, or successful than anything else of the same type; *PSYCHOLOGY specialized*: the action of taking control of other people or animals in a forceful way, or the quality of liking to do this; *BIOLOGY specialized*: the quality in a gene of always producing a particular characteristic in a person, plant, or animal; *BUSINESS ENGLISH*: the situation in which one company, product, etc. has more power, influence, or success than others» [CALDT, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/dominance>]. В словаре «Collins Thesaurus. Synonyms, Antonyms and Definitions» лексема *dominance* имеет следующее толкование: «The dominance of a particular person or thing is the fact that they are more powerful, successful, or important than other people or things» [CT, <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/dominance>]. В «Новом международном английском словаре Вебстера» *dominance* трактуется как «1. dominant position in an order of forcefulness : ascendancy; 2. position or exercise of dominant authority, leadership, or influence; 3. dominant position in space; 4. highest or superior prevalence : preponderance; 5. a.: the quality of one of a pair of alleles that suppresses the expression of the other member of the pair when both are present ; also : the suppression so exerted; b.: the influence or control over ecological communities exhibited by dominants; c.: functional asymmetry between a pair of bodily structures dominance of the right hand over the left in right-handedness» [WNIED. <https://slovar-vocab.com/english/websters-international-vocab/dominance-8489287.html>]. В Оксфордском словаре это «the state of being dominant; control, authority» [OEV. <https://slovar-vocab.com/english/oxford-vocab/dominance-6708465.html>]. Английский словарь «Merriam-Webster English vocab» предлагает следующее толкование лексеммы *dominance*: «[dom.i.nance] n (1819) 1: the fact or state of being dominant: as a: dominant position esp. in a social hierarchy» [MWEV. <https://slovar-vocab.com/english/merriam-webster-vocabulary/dominance-7174656.html>]. В «Urban Dictionary» («Городском словаре»), составляемом обычными пользователями Интернета, ставится акцент на властных и гендерных признаках данного феномена: лексема *доминирование* имеет следующие дефиниции: «True dominance is gaining allegiance out of respect not tyranny», «A word to describe superior form of action, for example toying or going up multiple steps at a time», «When a man lets the girl know he is in

charge. A.K.A. Who wears the pants. But don't get confused, dominance is not, "Go make me a sandwich bitch!" That's being a jerk. To be dominant is to lead the girl into another room. To steal her away from her friends, because you can. To tell her your plans for the night because YOU decided what to do. A dominant man is calm and collected, a gentleman, confident, but respectful as well. Women are often attracted to dominant men because they are leaders. To be dominant is to be a MAN», «When a man walks into a room and all the weak men's anuses pucker. Not a homosexual thing. Like when a dog humps another dog of the same sex», «When a man controls a woman's sexual life. And if she does something he doesn't like like interact with another guy, she is to be punished sexual or teased to a great amount. most woman enjoy this who tend to have big fetishes and kinks» [UD. <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Dominance>]. Но, поскольку этот словарь не составляется профессиональными лингвистами, мы не будем учитывать представленные значения при сопоставлении авторитетных лексикографических источников России и Великобритании.

В качестве синонимов отмечены следующие лексемы: «control, government, power, rule, authority, command, sway, domination, supremacy, mastery, ascendancy, paramountcy» [СТ, <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english-thesaurus/dominance>]. «The Oxford Thesaurus. An A-Z Dictionary of Synonyms» (Оксфордский тезаурус / Словарь синонимов от А до Я) приводит следующие объяснения употребления лексемы *dominance*: the fact of being more important, powerful or easy to notice than somebody/something else; political/economic dominance; America's rise to global dominance; dominance over somebody/something to achieve/assert/establish dominance over somebody [ОТ. <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/dominance?q=dominance>].

В результате сопоставления дефиниций лексемы *dominance* из авторитетных лексикографических источников были обнаружены следующие варианты значений: «important, strong, successful, taking control, forceful, power, influence, success, government, rule, authority, command, sway, domination, supremacy, mastery, ascendancy господство, paramountcy».

Представим в Таблице 1 корреляцию основных смысловых компонентов лексемы *доминирование* и лексемы *dominance*.

Таблица 1. Корреляция смысловых компонентов лексем *доминирование* и *dominance*

Параметр	Смысловые компоненты лексем <i>доминирование</i>	Смысловые компоненты лексем <i>dominance</i>
Компоненты соответствия	быть основным, преобладать, господствовать, главенствовать, первенствовать, царить, царствовать, играть первую скрипку, властвовать, владычествовать, превалировать	important, taking control, forceful, power, rule, authority, command, sway, domination, supremacy, mastery, ascendancy, paramountcy
Компоненты соответствий без	возвышаться над окружающей местностью, выситься, стоять, подниматься, подыматься, вздыматься; возноситься, выделяться, проходить красной нитью	strong, successful, influence, success, government

Важно отметить, что выделенные соответствия указывают на проявления универсального характера слов, представляющих психологические и социальные категории, тогда как обнаруженные смысловые компоненты, которые не имеют соответствий, свидетельствуют о национальной и культурной специфике. Инвариант русского языка имеет признаки, которые связаны с возвышением над чем-либо, вознесением, что, возможно, относит нас к христианским ценностям. С помощью слова *dominance* англоговорящие пользователи языка также могут актуализировать разнообразные смыслы, проявляющие и универсальность, и национально-культурную специфику. Обращает на себя внимание наличие смысловых компонентов, не имеющих соответствий в русском языке, связанных с акцентированием силы, успеха, влияния, управления.

Интегрировав данные словарных статей авторитетных лексикографических источников, посвященных лексеме *dominance*, мы наглядно продемонстрировали значительно более высокий уровень прагматизма британской языковой картины мира и, соответственно, вербальной репрезентации феномена.

В выявленных в лексикографических источниках смысловых компонентах отражается инвариантное содержание лексемы *доминирование*, но при помощи данной методики нет возможности выделить личностные, субъективные смыслы, представляющие собой существенные составляющие феномена доминирования. Мы обратимся к данным вопросам в дальнейшем исследовании.

РЕАЛИЗАЦИЯ ДОМИНАНТНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Проведенный анализ лексикографических источников недостаточен для всестороннего понимания феномена доминирования, поскольку, согласно Джорджу Юлу, при семантическом анализе всегда делается попытка сосредоточиться лишь на том, что обычно означают слова [Yule, 1996: 114]. Таким образом, семантика изучает общепринятое значение, передаваемое при использовании слов, фраз и предложений языка. Прагматика, с другой стороны, часто описывается как изучение используемого языка. Разница, однако, заключается в том, что, по мнению Питера Гранди, в то время как при семантическом анализе предпринимается попытка сосредоточиться на том, что слова обычно означают, прагматический анализ фокусируется на том, что говорящий, возможно, хотел бы, чтобы слова означали в конкретном случае [Grundy, 2000: 33]. Поэтому, на наш взгляд, наиболее универсальным набором инструментов, позволяющих диагностировать как целенаправленные, так и скрытые намерения, реализуемые человеком в процессе коммуникации, обладает современная прагмалингвистика. Научные методы, используемые при прагмалингвистическом анализе, могут быть эффективно применены и в экспертной практике лингвистической экспертизы, и в политической лингвистике [Зюбина, 2021, а].

Учет речевой ситуации и коммуникативного контекста играет ключевую роль для определения ролей коммуникантов, интенции высказывания и перлокутивного эффекта, определяемого восприятием информации получателями. Проиллюстрировать вышесказанное можно примером из статьи «Прагмалингвистический аспект речевого поведения коммуникантов в ситуации «оскорбление» [Матвеева, Зюбина, Лесняк, Муругова, 2019]. Летом 2018 года супруга действующего на тот момент президента США Меланья Трамп появилась в куртке с надписью *I really don't care. Do U?* – Мне действительно все равно. А вам? в центре содержания детей нелегальных мигрантов на границе с Мексикой. Появление госпожи Трамп в этой одежде было интрепретировано общественностью как политическое послание, означающее поддержку концепции миграционной политики, проводимой

американским президентом, и было воспринято как оскорбление по отношению к мигрантам.

Эта ситуация вызвала серьезный общественный резонанс и повлекла за собой забастовку сотрудников медицинского центра, оказывающего помощь несовершеннолетним иностранцам, куда первая леди приехала с официальным визитом. При этом одна из активисток забастовки появилась на демонстрации в медицинском халате с надписью *We really do care. Do u?* – Нам действительно не все равно. А вам? Таким образом, интенция, заложенная в первое высказывание, была нацелена на совершение действий неязыкового характера, а именно: требование нелегальных мигрантов покинуть страну. Однако в интервью, данном одному из авторитетных телевизионных каналов ABC News, Меланья Трамп попыталась оправдать свой поступок тем, что изначально в высказывание была заключена совершенно иной смысл. Данная фраза была адресована вовсе не мигрантам, а людям и левым СМИ, постоянно критикующим госпожу Трамп, и означала равнодушие к этой критике, не способной остановить первую леди США совершать действия, которые она считает верными [Melania Trump finally gave an explanation for her “I don’t really care. Do U?” jacket. <https://www.vox.com/the-goods/2018/10/13/17971702/melania-trump-interview-abcnews-i-dont-really-care-do-u-jacket>]. Тем самым адресат высказывания модифицировала изначальную интенцию высказывания в связи с тем, что достигнутый перлокутивный эффект имел ярко выраженную негативную окраску. В данном случае прагматический подход позволяет нам сделать выводы об истинных намерениях отправителя текста путем учета коммуникативной ситуации. В заданной коммуникативной ситуации Меланья Трамп обязана соблюдать формальные правила дресс-кода и политического этикета, предписываемые ее ролью супруги президента. Участие в благотворительных проектах, международных мероприятиях и дипломатических встречах требует от первой леди не только умения вести себя соответственно ситуации, но и накладывает запреты на выбор определенной одежды, как, например, короткие юбки. Поэтому выбор куртки с надписью изначально означает выбор целенаправленного послания для достижения конкретного посткоммуникативного эффекта. Выбор лексем «мне действительно все равно» является осознаваемым и реализуется в рамках заданной рече-поведенческой

стратегии. Риторический вопрос «А вам?» усиливает воздействующий эффект. Таким образом, мы видим, что путем выбора таких лексем госпожа Трамп пыталась оказать провокационное влияние на политический электорат и продвинуть актуальную президентскую политику. Однако провокация создала коммуникативную ситуацию оскорбления.

Подобные примеры коммуникативного взаимодействия показывают, что, хотя «установка на интересы собеседника в коммуникации» и является главным условием эффективности общения [Седов, 2003: 21], в то же самое время результаты исследования политического дискурса свидетельствуют о намерении большего количества коммуникантов не придерживаться данной установки, поскольку политики, как правило, реализуют конфронтационную доминирующую позицию в речевом взаимодействии. В политическом дискурсе немаловажное место занимает и манипуляция, нацеленная на массового адресата [Гуляйкина, 2011; Данилова, 2009; Суздальцева, 2018; Терин, 1999], что является признаком проявления доминирования-давления. Рассмотрение доминирования в аспекте коммуникативных стратегий и соответствующих тактик поможет приблизиться к пониманию процесса функционирования коммуникативного доминирования в политическом дискурсе.

Оговоримся, что коммуникативная деятельность любой личности – это своего рода иерархическая система, которая состоит из коммуникативных стратегий и тактик. Перед говорящим стоит определенная коммуникативная цель, согласно которой он вырабатывает наиболее подходящую коммуникативную стратегию, которая «в дальнейшем преобразуется в коммуникативную тактику, являющуюся иерархически более мелким «коммуникативным шагом» и отражающую намерения человека, проявляющиеся в ходе общения» [Андреева, 2009: 156].

Приведем примеры определения понятия *коммуникативная стратегия*:

– «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Андреева, 2009: 109];

– «некая обобщённая согласованная схема коммуникативного поведения, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения цели субъекта коммуникации» [Гавра, 2018: 97];

– «совокупность, единство коммуникативных и практических целей» [Городецкий, 1990: 49];

– «творческая реализация коммуникантом плана построения своего речевого поведения с целью достижения общей (глобальной) языковой (неязыковой) задачи общения» [Зернецкий, 1988: 40];

– «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [Иссерс, 1999: 54], а также «когнитивный план общения, посредством которого контролируется оптимальное решение коммуникативных задач говорящего в условиях недостатка информации о действиях партнера» [Иссерс, 1999: 100];

– «процесс построения коммуникации, направленный на достижение долговременных результатов» [Максимов, 2001: 413];

– «сверхзадача речи, диктуемая практическими целями говорящего», «определенная направленность речевого поведения в данной ситуации в интересах достижения цели коммуникации» [Паршина, 2005: 57];

– «основная задача, генеральная интенция в рамках данного коммуникативного процесса» [Рытникова, 1996: 94];

– «обусловленные коммуникативной целью общие стереотипы построения процесса коммуникативного воздействия в зависимости от условий общения и личности коммуникантов» [Стернин, 2001: 14].

Из множества вышеперечисленных определений мы можем выделить главную особенность коммуникативной стратегии – цель, которую преследует говорящий. Именно эту цель он реализует с помощью стратегии, используя все необходимые средства коммуникации. Коммуникативная цель отражает отношения коммуникантов в соответствии с таким принципом ор-

ганизации коммуникации, как кооперация. В связи с этим коммуникативные стратегии можно разделить на кооперационные и некооперационные (конфронтационные).

Феномен доминирования в кооперационной коммуникации

Кооперационная коммуникация представляет собой речевое взаимодействие, «характеризующееся позитивной направленностью, реализующееся в наборе кооперативных стратегий и тактик, в стремлении участников процесса интеракции к достижению взаимопонимания, к реализации координированных и согласованных когнитивных и речевых действий, к конструированию толерантного и вежливого сценария межличностного и межнационального взаимодействия» [Кошкарлова, 2015: 19]. На основе проанализированных примеров нами были выделены следующие кооперационные коммуникативные стратегии и соответствующие им тактики, реализующие гиперстратегию доминирования в политическом дискурсе:

1. Коммуникативная стратегия инициирования сотрудничества

1. Тактика инициирования обмена информацией.
2. Тактика вовлечения в социально значимое поведение.
3. Тактика призыва следовать примеру адресанта.
4. Тактика дружеского совета.

2. Коммуникативная стратегия одобрения

1. Тактика положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата.
2. Тактика положительной оценки действий адресата.
3. Тактика согласия с мнением адресата.
4. Тактика положительной оценки информации.

3. Коммуникативная стратегия самопрезентации, имеющая три под-вида:

3.1. Демонстрирование осведомленности

1. Тактика оперирования точными цифровыми данными.
2. Тактика апелляции к авторитетным источникам.
3. Тактика отсылки к историческим событиям.

4. Тактика указания на личную причастность.

3.2. Демонстрирование интеллектуальных способностей

1. Тактика формулирования проблемы.

2. Тактика разъяснения сложных вопросов.

3. Тактика предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации.

3.3. Демонстрирование моральных качеств

1. Тактика демонстрирования патриотизма.

2. Тактика проявления гуманизма.

Рассмотрим выявленные нами кооперационные коммуникативные стратегии и соответствующие им коммуникативные тактики, реализующие доминирование-сотрудничество в российском и британском политическом дискурсе.

1. Коммуникативная стратегия инициирования сотрудничества

Приведем примеры коммуникативных ситуаций с иллокутивной целью кооперационного доминирования посредством инициирования сотрудничества и с ожидаемым перлокутивным эффектом доминирования-сотрудничества адресанта. В целях достижения коммуникативного намерения адресанта используются следующие коммуникативные тактики:

1. Инициирование обмена информацией.

2. Вовлечение в социально значимое поведение.

3. Призыв следовать примеру адресанта.

4. Дружеский совет.

1. *Коммуникативная тактика инициирования обмена информацией*

Коммуникативная тактика инициирования обмена информацией как способ реализации глобальной цели кооперационного доминирования по-

средством инициирования сотрудничества является намерением побуждения, проявляющегося в запросе информации, предоставлении информации и обмене информацией.

Инициирование относится к доминантному типу поведения. Для обоснования этого положения обратимся к лексикографическому описанию значения данного слова, обобщив существующие словарные дефиниции. Так, согласно «Толковому словарю Ефремовой» *инициировать* означает «давать импульс, толчок чему-либо; вызывать, возбуждать что-либо; проявлять инициативу в каком-либо деле» [ТСЕ, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary-efremova/fc/slovar-200-9.htm#zag-35355>]. В «Словаре иностранных слов» Н.Г. Комлева лексема *инициировать* имеет следующее значение: «способствовать возникновению, развитию чего-л., выступать в качестве инициатора чего-л.» [СИС, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/foreign-words-komlev/fc/slovar-200.htm#zag-867>]. В рамках русской деловой лексики инициировать – это «активизировать, активировать, воздействовать, возбуждать» [ТРДЛ, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary/business-vocabulary/fc/slovar-200.htm#zag-3910>]. В «Словаре русских синонимов» *инициировать* – это «предпринять, инспирировать, начинать, начать, предпринимать, зачинать, активизировать, активировать, воздействовать, возбуждать» [СРСССВ, <https://sin.slovaronline.com/26494-INITSIIROVAT>]. Антонимами же являются лексемы «тормозить, останавливать, подавлять, заканчивать» [СРСССВ, <https://sin.slovaronline.com/26494-INITSIIROVAT>], а также «смягчать» [СА, https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_antonyms/2425].

Представленные толкования позволяют выделить следующие компоненты дефиниций лексемы *инициировать*: «импульс, инициатива, активизировать / активировать, воздействовать, возбуждать, предпринять, инспирировать, возбуждать».

В свою очередь, существительное *импульс* имеет значение «внутреннее побуждение, толчок к чему-н., обусловленный деятельностью нервных возбудителей» [Ожегов, 1997: 205], при этом *побудить* означает «заставить, вызвать желание сделать что-нибудь, понудить чем-нибудь к какому-нибудь действию» [ТСРЯ, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/940202>].

«Толковый словарь русского языка» Д.Н. Ушакова дает следующее определение существительному *инициатива*: «1. Почин, побуждение к началу какого-нибудь дела. 2. Руководящая роль в каких-нибудь действиях. 3. Предприимчивость, способность к самостоятельным активным действиям [ТСРЯ, <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ushakov/824214>]. Предприимчивость же обнаруживается у человека, о котором можно сказать, что он *предприимчивый*, т.е. «энергичный, находчивый и изобретательный, обладающий практической сметкой» [СРЯ, Т. 3, 1999: 369].

Обратимся к описанию значения лексемы *to initiate* в англоязычных лексикографических источниках: «to cause something to begin; to teach someone about an area of knowledge, or to allow someone into a group by a special ceremony; to begin something» – «заставить что-то начаться; научить кого-либо определенной области знаний или допустить кого-либо в группу посредством специальной церемонии; начать что-то» [CALDT, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/initiate>], «to cause or facilitate the beginning of : set going; to induct into membership by or as if by special rites; to instruct in the rudiments or principles of something» – «вызвать или облегчить начало: начать движение; вводить в членство посредством или как бы посредством особых обрядов; обучать основам или принципам чего-либо» [MWEV, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/initiate>], «1. a. : to begin or set going : make a beginning of : perform or facilitate the first actions, steps, or stages of : establish as an institution, custom, or trend; b. : to bring about the initial formation of : originate; c. : to mark the beginning of; 2. : to begin the instruction of in some field : lead to knowledge of elements or rudiments : foster the first steps or beginning progress of : aid in becoming familiar or knowing; 3. : to receive or induct into membership of a society, club, or group, or into a certain status by or as if by special rites or formalities» – «1. а. : начать или приступить к работе : положить начало : выполнить или облегчить первые действия, шаги или этапы : утвердить в качестве института, обычая или тенденции; б. : вызвать начальное формирование : возникнуть; в. : отметить начало; 2. : начать обучение в какой-либо области : привести к знанию элементов или рудиментов : способствовать первым шагам или началу прогресса : помочь в ознакомлении или познании; 3.: получить или ввести в члены общества,

клуба или группы или в определенный статус посредством или как бы с помощью особых обрядов или формальностей» [WNIED, <https://slovar-vocab.com/english/websters-international-vocab/initiate-8679755.html>].

Очевидно, что все эти дефиниции лексем *инициировать / to initiate* объединены признаком «доминирование, т.е. доминантное отношение к личности другого человека», и коррелируют с выводами интегрального анализа лексикографических данных, произведенного в параграфе 2.1. и позволившего выявить следующие компоненты лексемы *доминировать*: быть основным, преобладать, главенствовать, первенствовать, играть первую скрипку, выделяться.

Рассмотрим фрагменты выступлений политиков сначала перед русскоговорящим коллективным адресатом, затем – англоговорящим и приведем примеры соответствующих локуций.

Для нас крайне важна обратная связь и открытость парламента, чтобы принимать эффективные, выверенные решения. Государственная Дума структурирована по партийному принципу, и у каждой фракции есть свои идеологические предпочтения, подходы к решению задач. Так что, коллеги, партийные споры должны быть – это балансирует нашу политическую систему, дискуссия должна быть – это делает законы лучше, позволяет избежать ошибок, но мы должны всегда помнить о людях, мы должны помнить о нашей стране (Володин В.В., Единая Россия, 21.12.2021).

В данном фрагменте выступления адресант использует несколько коммуникативных тактик. Рассмотрим ведущую коммуникативную тактику инициирования обмена информацией (стратегия инициирования сотрудничества), которая реализуется с помощью коммуникативного хода сообщения новой информации о важности обратной связи. В рамках данного хода применяется речевой акт-утверждение – констатив (*Для нас крайне важна обратная связь и открытость парламента, чтобы принимать эффективные, выверенные решения*), являющийся в данном случае непрямым речевым актом, поскольку локуция не совпадает с иллокуцией, т.е. с тем, что подразумевается адресантом; констатив выступает в роли директива и способствует стимулированию адресата к сотрудничеству с адресантом.

Политик не просто констатирует наличие особой важности открытости и готовности к сотрудничеству в политическом процессе, но и при помощи коммуникативного хода обещания при определенных условиях принимать адекватные решения актуализирует коммуникативную тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) – берет на себя ответственность говорить от имени всех парламентариев, что подтверждает его роль инициатора коммуникации, демонстрирующей доминантное положение адресанта. Указанный коммуникативный ход реализует и тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей), что имплицитно указывает как на наличие проблемы, связанной с недостатком обратной связи и открытости парламента, так и на постановку перед своими коллегами цели (*принимать эффективные, выверенные решения*). Постановка цели имплицитно свидетельствует о доминантном положении коммуниканта, а также фиксирует противоположные роли участников коммуникации – доминирование и подчинение.

Следующий коммуникативный ход сообщения информации реализует тактику разъяснения (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Адресант использует речевой акт констатив (*Дума структурирована по партийному принципу, и у каждой фракции есть свои идеологические предпочтения, подходы к решению задач*), и несовпадение в данном случае локуции и иллокуции свидетельствует о его косвенном (непрямом) характере. Содержание высказывания является избыточным (трюизмом), т.к. очевидно само по себе. В результате может возникнуть импликатура в форме пресуппозиции конфронтационного типа: «адресат некомпетентен», содержание данной импликатуры по понятным причинам не соответствует действительности. Отсюда можно сделать вывод о том, что говорящий злоупотребляет своим доминирующим положением, ставит адресата в социальной иерархии гораздо ниже, чем есть на самом деле, что нарушает закон формальной логики – тождества (происходит подмена понятий: адресат компетентен → адресат не компетентен), который относится к такому компоненту модели речевого воздействия (модели риторической коммуникации), как логос, а также нормы морали и нравственности, относящиеся к этосу. Такой вид коммуникативного поведения демонстрирует речевое превосходство, что служит проявлением

речевой агрессии. Таким образом, реализация гиперстратегии доминирования при несоблюдении ключевых постулатов кооперации легко может перевести кооперационное намерение в конфронтационное.

Далее коммуникант, развивая свою мысль, с помощью коммуникативного хода императива как побуждения к определенным действиям реализует уже в прямой форме коммуникативную тактику инициирования обмена информацией (стратегия инициирования сотрудничества) в политической сфере (*партийные споры **должны быть** – это балансирует нашу политическую систему, дискуссия **должна быть** – это делает законы лучше, позволяет избежать ошибок, но **мы должны** всегда помнить о людях, **мы должны** помнить о нашей стране*), реализуя кооперационное доминирование.

Использование данных коммуникативных тактик осуществляется при помощи следующих языковых средств: обращения к собеседнику (*коллеги*); инклюзивного местоимения «мы» и его форм (*Для нас / нашу / мы / мы / нашей*) и инклюзивных лексем и словосочетаний (*парламента / Государственная Дума / у каждой фракции / о людях / о нашей стране*), которые предполагают участие в речевом событии одновременно и адресанта, и адресата; синтаксического параллелизма (*партийные споры должны быть – это балансирует нашу политическую систему / дискуссия должна быть – это делает законы лучше*) и повторения (***мы должны** всегда **помнить** о людях / **мы должны** **помнить** о нашей стране*), свидетельствующих о доминантном поведении адресанта, занимающего доминирующее положение в структуре Парламента РФ, а также о принадлежности к ведущей политической партии.

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

I was particularly pleased that the Farm to Fork summit will, as we suggested, now be an annual event, alongside the publication of an annual UK food security report. In February, the Government announced that they would publish an annual food security index, in line with our recommendation in paragraph 29 of the report. I look forward to other aspects of that report being taken up, particularly the response to John Shropshire's independent review of labour shortages (Sir Robert Goodwill. Food Security. 21.03.24).

Первый коммуникативный ход в данном фрагменте (*I was particularly pleased that the Farm to Fork summit will, as we suggested, now be an annual event, alongside the publication of an annual UK food security report* – Меня особенно порадовало то, что саммит «От фермы до вилки», как мы предложили, теперь станет ежегодным мероприятием наряду с публикацией ежегодного отчета о продовольственной безопасности Великобритании) реализует кооперационную коммуникативную тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Эту же тактику реализует и второй коммуникативный ход (*In February, the Government announced that they would publish an annual food security index, in line with our recommendation in paragraph 29 of the report* – В феврале правительство объявило, что будет публиковать ежегодный индекс продовольственной безопасности в соответствии с нашей рекомендацией, содержащейся в пункте 29 доклада). Адресант подчеркивает вклад своей партии в решение важной национальной проблемы – продовольственной безопасности Великобритании.

Завершается представленный фрагмент коммуникативным ходом (*I look forward to other aspects of that report being taken up, particularly the response to John Shropshire's independent review of labour shortages* – Я с нетерпением жду рассмотрения других аспектов этого отчета, в частности ответа на независимый обзор нехватки рабочей силы, проведенный Джоном Шропширом), реализующим тактику инициирования обмена информацией (стратегия инициирования сотрудничества).

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: эксклюзивное местоимение «я» в начальной позиции (*I was particularly pleased*); эксклюзивное местоимение «мы», предполагающее участие адресанта и его партии, но не кооперацию с адресатом (*as we suggested*); повторение (*now be an annual event, alongside the publication of an annual UK food security report / they would publish an annual food security index; in paragraph 29 of the report / to other aspects of that report*).

2. Коммуникативная тактика вовлечения в социально значимое поведение

Коммуникативная тактика вовлечения в социально значимое поведение как способ реализации глобальной цели кооперационного доминирования

ния посредством инициирования сотрудничества является намерением побуждения, проявляющегося в привлечении адресата к участию в социально важных событиях.

Кооперационное доминирование реализуется и при помощи коммуникативной тактики вовлечения адресата в социально значимое поведение, ожидаемым перлокутивным эффектом при этом является установление сотрудничества. Вовлечение адресата в социально значимое поведение относится к доминантному типу поведения. Согласно лексикографическому описанию значения данного слова в «Толковом словаре Ефремовой», *вовлечение* означает действие по значению глагола *вовлечь / вовлекать*, т.е. «1. Втащить что-либо, вводить силою кого-либо куда-либо. 2. Побуждать к чему-либо, привлекать кого-либо к участию в чём-либо» [ТСЕ, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary-efremova/fc/slovar-194-15.htm#zag-11572>]. Лексема *склонить* имеет следующие толкования: «2. *перен.* Расположить к себе, привлечь на свою сторону. 3. *перен.*; к чему, на что или с *неопр.* Убедить сделать что-л., согласиться на что-л.» [СРЯ, Т. 4, 1999: 111]. Значение слова *убедить*: «1. *обычно в чем.* Заставить поверить чему-л., уверить в чем-л. 2. *обычно с неопр.* Уговаривая, склонить к чему-л., заставить сделать что-л.» И соответственно *заставить* обозначает «принудить сделать что-л., поступить каким-л. образом» [СРЯ, Т. 4, 1999: 443].

Перечисленные значения дают возможность выделения следующих компонентов дефиниций лексемы *вовлечь*: «склонить / привлечь к участию; с усилием ввести, втащить; расположить к себе, привлечь на свою сторону; убедить сделать что-л., согласиться на что-л.; заставить поверить / уверить в чем-л.; заставить сделать что-л.; принудить сделать что-л., поступить каким-л. образом». Несомненно, представленные дефиниции лексемы *вовлечь* коррелируют с основными компонентами лексемы *доминировать*: «быть основным, преобладать, главенствовать, первенствовать, играть первую скрипку, выделяться». Например:

Нам с вами выпала историческая миссия – Россия не просто великая страна, в которой мы живём и будем жить, но важно сделать так, чтобы здесь жили наши дети, внуки, правнуки, все будущие поколения нашей России, чтобы они любили её, были патриотами России. Но сейчас время та-

кое, когда слова "раскол", "споры", "схватки" однозначно должны быть забыты. Нужны единение, сплочённость – во имя нашей общей победы (Макаров В.С., Единая Россия, 21.06.2022).

Коммуникативная тактика вовлечения адресата в социально значимое поведение (стратегия инициирования сотрудничества) является одной из наиболее значимых для политической коммуникации, поэтому зачастую предваряется несколькими иными вспомогательными коммуникативными тактиками.

Первый коммуникативный ход (*Нам с вами выпала историческая миссия*) реализует коммуникативную тактику сближения / объединения с собеседником, направленную на расположение собеседника к себе, установление контакта (*Нам с вами*), и коммуникативную тактику акцентирования внимания на исключительной роли адресата и адресанта (*выпала историческая миссия*).

Следующий коммуникативный ход (*Россия не просто великая страна*) реализует коммуникативную тактику демонстрирования патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование моральных качеств) через демонстрацию любви к Родине.

Коммуникативный ход (*в которой мы живём и будем жить*) является инструментом реализации коммуникативной тактики создания образа будущего / планирования. Коммуникативный ход (*но важно сделать так, чтобы здесь жили наши дети, внуки, правнуки, все будущие поколения нашей России, чтобы они любили её, были патриотами России*) предполагает вербальную экспликацию коммуникативной тактики прямого императивного влияния, а также самопрезентацию через демонстрацию своих высоких морально-этических качеств. Помимо этих тактик, данным ходом реализуется и тактика разъяснения важности очевидных вещей (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей), применяемая по отношению к равным по социальному статусу адресатам. С одной стороны, она демонстрирует доминирующее положение адресанта, с другой – имплицитно умаляет интеллектуальные способности адресата и свидетельствует о злоупотреблении говорящим своим доминантным положением.

Коммуникативный ход (*Но сейчас время такое, когда слова "раскол", "споры", "схватки" однозначно должны быть забыты*) реализует коммуникативную тактику прямого императивного влияния / предостережения – политик предостерегает адресата, что свидетельствует о доминантном речевом поведении адресанта, который знает, что делать. И одновременно с этим данный коммуникативный ход является инструментом реализации коммуникативной тактики отсылки к историческим событиям (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности), реализуемой с помощью акцентирования внимания на современном периоде развития России, который, несомненно, уже вошел в перечень важных исторических событий.

Заключительный коммуникативный ход (*Нужны единение, сплочённость – во имя нашей общей победы*) реализует наиболее значимую для политической коммуникации и главную в данном фрагменте коммуникативную тактику вовлечения адресата в социально значимое патриотичное поведение (стратегия инициирования сотрудничества).

Для реализации перечисленных тактик использованы разнообразные языковые средства. С помощью форм инклюзивного местоимения «мы» (*Нам с вами, мы, наши, нашей, нашей*) адресант вовлекает слушателей в совместное социально значимое поведение. Значимость такого поведения подчеркивается и использованием эпитетов (*историческая миссия; великая страна*), градации (*наши дети, внуки, правнуки, все будущие поколения нашей России; "раскол", "споры", "схватки"*), повторения (*мы живём и будем жить, но важно сделать так, чтобы здесь жили; наши дети, внуки, правнуки, все будущие поколения нашей России / во имя нашей общей победы; Россия / России / России*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

Surely now, several hundred years later, it is our job to give wings and power to truth, so that lies are overtaken and brought down before they can do their ugly work. Please support this Bill, and together let us work to defend democracy, serve the public and protect the basic standards by which we should all live (Liz Saville Roberts. Prohibition of Deception. 28.06.22).

Коммуникативный ход (*Surely now, several hundred years later, it is our job to give wings and power to truth, so that lies are overtaken and brought down*

before they can do their ugly work – Несомненно, теперь, спустя несколько сотен лет, наша работа заключается в том, чтобы дать крылья и силу истине, чтобы ложь была настигнута и повержена до того, как она успеет сделать свое безобразное дело) реализует тактику проявления гуманизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование моральных качеств), предшествуя коммуникативному ходу (*Please support this Bill, and together let us work to defend democracy, serve the public and protect the basic standards by which we should all live* – Пожалуйста, поддержите этот законопроект, и давайте вместе защищать демократию, служить обществу и защищать основные стандарты, по которым мы все должны жить) тактики вовлечения в социально значимое поведение (стратегия инициирования сотрудничества). В приведенных ходах, выступая по поводу необходимости поддержания законопроекта, направленного на борьбу с ложью в политической коммуникации, политик убеждает адресата действовать во благо социальных основ общества.

Для реализации этой цели адресант использует следующие языковые средства: вводное слово высокой степени уверенности (*Surely*); инклюзивное местоимение «мы» и его формы (*it is our job / let us work / the basic standards by which we should all live*); метафоры (*it is our job to give wings and power to truth*); эпитет (*their ugly work*); побудительные предложения (*Please support this Bill / together let us work to defend democracy, serve the public and protect the basic standards*).

3. Коммуникативная тактика призыва следовать примеру адресанта

Коммуникативная тактика призыва следовать примеру адресанта является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством инициирования сотрудничества и представляет побуждение в форме обращения к адресату с просьбой, требованием, предложением вести себя сообразно поведению адресанта.

Призыв относится к доминантному типу поведения. Для обоснования этого положения обратимся к лексикографическому описанию значения данного слова, обобщив существующие словарные дефиниции. Так, согласно «Толковому словарю Ефремовой» *призыв* означает «действие по знач. глаг. призвать – призывать» [ТСЕ, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary->

efremova/fc/slovar-207-64.htm#zag-90355]. Соответственно, *призвать* – это «обратиться к кому-л. с требованием, просьбой принять участие в каком-л. деле, присоединиться к какой-л. деятельности» [ТСЕ, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary-efremova/fc/slovar-207-64.htm#zag-90355>]; *призывать* – «обращаться к кому-либо с просьбой, требованием или приглашением прийти куда-то или сделать что-то; обращаться к кому-либо с предложением или требованием вести себя определённым образом». Выделим таким образом основные компоненты дефиниций лексемы *призыв*: обращение «с требованием, просьбой принять участие в каком-л. деле, присоединиться к какой-л. деятельности; предложение «вести себя определённым образом». И обозначим значение лексемы *пример*: «действие, служащее образцом для подражания, а также вообще выдающийся образец чего-н.» [Ожегов, 1997: 495]; «действие или явление, служащее образцом для кого-л., вызывающее подражание» [СРЯ, Т. 3, 1999: 422], то есть «действие как образец для подражания». Все эти дефиниции, относящиеся к лексемам *призыв* и *пример*, коррелируют с признаком «доминирование». Кроме того, данная тактика направлена в целом на регулирование поведения другого лица, что свидетельствует о занятии им доминантного положения в интеракции. Следует также отметить наличие тактики самопрезентации, т.к. адресант ставит себя в пример адресату. Например:

Я вот в лице Александра Александровича Козлова обращаюсь сейчас ко всему Правительству Российской Федерации: работайте чуть-чуть быстрее и оперативнее. Вот депутаты рассматривают законопроекты быстро, а в министерствах и ведомствах формируются бюрократические препоны по ряду задач (Рябцева Ж.А., Единая Россия, 15.06.22).

Коммуникативная тактика призыва следовать примеру адресанта (стратегия инициирования сотрудничества) занимает важное место в политической коммуникации и сопровождается другими кооперационными тактиками коммуникативных стратегий гиперстратегии доминирования в политическом дискурсе.

Первый коммуникативный ход в данном фрагменте (*Я вот в лице Александра Александровича Козлова обращаюсь сейчас ко всему Правительству Российской Федерации*) реализует коммуникативную тактику

установления контакта и представляет собой перформатив, когда «произнесение высказывания и есть осуществление действия» [Остин, 1986: 27]. Установление контакта происходит опосредованно (*в лице Александра Александровича Козлова*), но нацелено на все Правительство Российской Федерации (*обращаюсь сейчас ко всему Правительству Российской Федерации*), тем самым адресант осуществляет иллокутивный акт «не только по отношению к адресатам, но и по отношению к определенному кругу других слушающих» [Кларк, Карлсон, 1986: 271]. Адресант апеллирует к высшему исполнительному органу власти – правительству РФ, не имея на то прямых полномочий, поскольку представляет другую ветвь власти – парламент как высший орган законодательной власти, что свидетельствует о смелости политика и, соответственно, о его доминантных качествах.

Следующий коммуникативный ход (*работайте чуть-чуть быстрее и оперативнее*) является инструментом реализации тактики дружеского совета, заключающегося в мягкой просьбе (*чуть-чуть*), что вполне логично в данной ситуации, так как адресант обращается к равным по статусу коммуникантам, таким же представителям высших органов власти, как и он, и прямое давление в данном случае неуместно. Императив в форме глагола несовершенного вида (*работайте*) указывает не на приказ, а на дружеский совет, поскольку «сделай» воспринимается более категорично и указывает на доминирование в речевом акте реализуемого события (то, что должно быть точно сделано), а глагол несовершенного вида «делай» указывает на отсутствие деятельности со стороны адресата и говорит о преобладании плана нереализованного события (до сих пор не сделано)» [Матвеева, 1993: 71].

Коммуникативный ход (*Вот депутаты рассматривают законопроекты быстро*) реализует тактику разъяснения (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей), а также имплицитного призыва следовать примеру адресанта (стратегия инициирования сотрудничества), то есть «один иллокутивный акт осуществляется опосредованно, путем осуществления другого» [Серль, 1986: 196]. Политик подчеркивает собственные заслуги (*Вот депутаты*) и ставит в пример представителям правительства слаженную работу парламентариев, к которым относится и сам адресант. В рамках этого хода адресант использует

ревой акт-утверждение – констатив, который является непрямым речевым актом, так как наблюдается несовпадение локуции и иллокуции, т.е. истинной цели адресанта. Констатив выполняет роль директива; и адресант, призывая к более плодотворной работе и убеждая следовать остальных своему примеру, занимает тем самым более высокое положение с позиции доминирования по сравнению с теми, к кому обращен данный призыв.

Заключительным в данном фрагменте коммуникативным ходом (*а в министерствах и ведомствах формируются бюрократические препоны по ряду задач*) реализуется тактика критики действий оппонента (конфронтационная стратегия неодобрения оппонента), которая аргументирует предыдущую тактику призыва следовать примеру адресанта (стратегия инициирования сотрудничества).

В качестве языкового средства используется повтор частицы «**вот**» для привлечения внимания собеседника (*Я **вот** в лице Александра Александровича Козлова обращаюсь; **Вот** депутаты рассматривают законопроекты быстро*), поскольку данная частица «служит для указания на то, по поводу чего высказываются какие-н. мнения, что является поводом к речи» [ТСРЯ, <https://ushakov.slovaronline.com/6816-VOT>]. Еще одним языковым средством при реализации тактики призыва следовать примеру адресанта является приём противопоставления (*Вот депутаты рассматривают законопроекты быстро, а в министерствах и ведомствах формируются бюрократические препоны по ряду задач*). При этом доминирование адресанта не является агрессивным, поскольку политик смягчает свое обращение, используя в качестве диминутива наречие «чуть-чуть» и сравнительную степень наречий «быстро» и «оперативно» (*работайте **чуть-чуть** быстрее и оперативнее*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

I hope that the Minister will join me in praising the Met's initiative and work, and that the Government will roll out that successful pilot to all Met stations and all regions of our nation. Is there a plan to do that? (Janet Daby. Rights of Children. 28.06.22).

Первый коммуникативный ход (*I hope that the Minister will join me in praising the Met's initiative and work, and that the Government will roll out that*

successful pilot to all Met stations and all regions of our nation – Я надеюсь, что министр присоединится ко мне в похвале инициативы и работы Метеорологической службы и что правительство развернет этот успешный пилотный проект на всех метеорологических станциях и во всех регионах нашей страны) представляет коммуникативную тактику призыва следовать примеру адресанта (стратегия инициирования сотрудничества). В следующем коммуникативном ходе (*Is there a plan to do that? – Есть ли план сделать это?*) адресант производит запрос информации у адресата, проверяя тем самым перлокутивный эффект предыдущего призыва следовать своему примеру.

Для реализации коммуникативной тактики призыва следовать примеру адресанта с целью кооперативного взаимодействия с адресатом используются следующие языковые средства: эксклюзивное местоимение «я» и его формы (*I hope that the Minister will join me*); повторение и параллельная конструкция (*that the Minister will join me / that the Government will roll out; to all Met stations and all regions*); эпитет (*successful pilot*).

4. Коммуникативная тактика дружеского совета

Коммуникативная тактика дружеского совета является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством инициирования сотрудничества и представляет побуждение в форме обращения к адресату с доброжелательным наставлением, указанием, замечанием.

Совет, даже дружеский, относится к доминантному типу поведения. Для обоснования этого положения обратимся к лексикографическому описанию значения данного слова, обобщив существующие словарные дефиниции. Согласно «Толковому словарю Ефремовой», лексема *совет* означает «наставление, указание, предложение, как поступить» [ТСЕ, <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary-efremova/fc/slovar-209-26.htm#zag-110118>]. Соответственно, значение слова *наставление* – это «поучающий, нравоучительный совет» [СРЯ, Т.2, 1999: 398], а *указание*: «совет, замечание, разъясняющие что-л., указывающие как действовать» [СРЯ, Т.4, 1999: 478]. Выделив данные дефиниции, обобщим компоненты дефиниций лексемы *совет*: «наставление, указание, поучение, нравоучение, замечание, разъяснение,

предложение, как поступить». И приведем значение слова *дружеский*: «Проникнутый симпатией, расположением к кому-н.» [Ожегов, 1997: 148], «прил. к *друг* || Выражающий дружбу, расположение» [СРЯ, Т.1, 1999: 449]. Соответственно, значение слова *друг*: «Тот, кто связан с кем-л. дружбой. || Любимый человек, возлюбленный» [СРЯ, Т.1, 1999: 448]. В повседневном бытовом общении дружеский совет говорит о паритетных теплых взаимоотношениях, но в политическом дискурсе совет, даже данный в дружелюбной форме, является проявлением позиции превосходства. В данном контексте он свидетельствует о кооперационном типе доминирования. Например:

Но, Сергей Валерьевич, вам надо прекратить быть гуманистом и разобраться с недружественными японцами. Договорились? Там наверняка и дружественные есть, но это уже вы разберётесь. А с недружественными надо разобраться, да (Володин В.В., Единая Россия, 15.06.2022).

Первый коммуникативный ход (*Сергей Валерьевич*) реализует коммуникативную тактику привлечения внимания / установления контакта – адресант уважительно обращается к коллеге. Следующий коммуникативный ход (*вам надо прекратить быть гуманистом и разобраться с недружественными японцами*) является инструментом реализации тактики призыва оппонента к противоположному поведению (конфронтационная стратегия требования подчинения). Адресант объясняет адресату необходимость более жесткого поведения (*вам надо ... разобраться с недружественными японцами*), при этом он высоко оценивает моральные качества адресата, называя его «гуманистом» (*вам надо прекратить быть гуманистом*), – использование тактики положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения).

С помощью коммуникативного хода (*Договорились?*) – постановки уточняющего вопроса – адресант актуализирует доминирование, поскольку такой вопрос не предполагает ответ адресата и нацелен лишь на подтверждение согласия с советом адресанта. Но одновременно данным ходом адресант смягчает тон своего высказывания, для подтверждения чего обратимся к лексикографическим источникам. По словарю С.И. Ожегова *договориться*: «прийти к соглашению после переговоров» [Ожегов, 1997: 139].

Соответственно, *переговоры*: «обмен мнениями с какой-н. деловой целью» [Ожегов, 1997: 417], *обсудить*: «всесторонне рассмотреть, обдумать, делаясь своими мнениями, соображениями» [СРЯ, Т. 2, 1999: 570].

Коммуникативный ход (*Там наверняка и дружественные есть*), представляющий уверенное предположение адресанта по поводу текущей ситуации в Японии, реализует тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Данный коммуникативный ход представляет трюизм – является избыточным, поскольку представленная информация сама по себе очевидна: в любой стране всегда есть как дружественные, так и недружественные представители. В результате возникает импликация конфронтационного типа, подчеркивающая некомпетентность адресата, что не соответствует действительности применительно к политике высшего звена – парламентариию. Затем следует коммуникативный ход (*но это уже вы разберётесь*) тактики положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения), причем в покровительственном тоне, что также свидетельствует о доминантном положении адресанта.

Завершается представленный фрагмент коммуникативным ходом (*А с недружественными надо разобраться, да*), реализующим тактику дружеского совета (стратегия инициирования сотрудничества) и представляющим настойчивое повторение наставления о необходимости более жесткого поведения по отношению к японцам, проявляющим враждебность. Такое предложение адресанта, как следует поступить адресату, реализуется в доброжелательном, но покровительственном тоне, что указывает на кооперационное доминирование.

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: обращение к адресату в уважительной форме (*Сергей Валерьевич*), противопоставление и повторение (разобраться с **недружественными** японцами / *Там наверняка и дружественные есть, но это уже вы разберётесь. А с недружественными надо разобраться, да*). Выбранные языковые средства не навязывают мнение адресанта, а в уважительной форме указывают адресату, как поступить лучше.

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

Regarding the trailblazer deals, I have not read the piece in the Financial Times, but I will do so as soon as the statement is finished. I would encourage him to wait until Wednesday (Jacob Young. Levelling Up. 20.11.23).

Начинается фрагмент коммуникативным ходом (*Regarding the trailblazer deals, I have not read the piece in the Financial Times, but I will do so as soon as the statement is finished* – *Что касается новаторских сделок, я не читал статью в Financial Times, но сделаю это, как только заявление будет закончено*), реализующим объяснение адресанта причин его незнания представленной информации. Во втором коммуникативном ходе (*I would encourage him to wait until Wednesday* – *Я бы посоветовал ему подождать до среды*) говорящий в мягкой форме реализует кооперационную тактику дружеского совета (стратегия инициирования сотрудничества).

Языковым средством реализации коммуникативной тактики дружеского совета является использование сослагательного наклонения с глаголом *encourage*.

2. Коммуникативная стратегия одобрения

К кооперационному типу доминирования относится и коммуникативная стратегия одобрения. В данном случае иллокутивная цель – это реализация одобрения адресата, а ожидаемый перлокутивный эффект – доминирование адресанта по кооперационному типу. Способы достижения иллокутивной цели выражаются в соответствующих коммуникативных тактиках:

1. Положительная оценка интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата.
 2. Положительная оценка действий адресата.
 3. Согласие с мнением адресата.
 4. Положительная оценка информации.
1. ***Коммуникативная тактика положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата***

Коммуникативная тактика положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования.

Она реализуется посредством одобрения и представляет оценку в форме суждения по поводу интеллектуальных / моральных / профессиональных качеств адресата.

Поскольку любая оценка является проявлением позиции превосходства, использование тактики положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата свидетельствует о доминирующей кооперационной позиции адресанта. Для обоснования этого положения обратимся к лексикографическому описанию значения слова *оценка*, обобщив существующие дефиниции соответствующей лексемы *оценить*. Так, согласно Толковому словарю Д.Н. Ушакова, *оценить* означает «высказать то или иное мнение, суждение о ценности кого-чего-н., понять правильно значение, качество кого-чего-н. (дать правильную оценку, суждение о ком-чем-н.)» [ТСРЯ, <https://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/15-2.htm>]. Соответственно, значение слова *мнение*: «суждение, выражающее оценку кого-, чего-л., отношение к кому-, чему-л., взгляд на кого-, что-л.» [СРЯ, Т. 2, 1999: 279]. Следует отметить, что с позиции психологии *мнение* – это «личная точка зрения, которой индивид придерживается в данный момент и которую он выражает в форме субъективно принятой гипотезы. Термин употребляют с коннотацией, что этого мнения придерживаются осознанно и что оно основано, по крайней мере, на некоторых фактах. Мнение в лучшем случае является правдой в чьем-то личном ее представлении, оно есть выхваченная из реальности субъективно значимая часть некоего целого» [БЭП, <https://820.slovaronline.com/5528-%D0%BC%D0%BD%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5>]. Что касается значения слова *суждение*, то это «мнение о чем-л., взгляд на что-л. || заключение, решение» [СРЯ, Т. 4, 1999: 303]. *Взгляд* – «точка зрения, мнение, убеждение» [ТСРЯ, <https://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/03.htm>]. Слово *решение* обозначает «то, что является результатом обдумывания каких-л. действий, обдуманное намерение сделать что-л.» [СРЯ, Т. 3, 1999: 714]. Соответственно, *намерение* – «предположение совершить что-н.; план действий, умысел» [ТСРЯ, <https://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/14.htm>].

Согласно Словарю Вебстера, *to evaluate*: «2. to examine and judge concerning the worth, quality, significance, amount, degree, or condition of : appraise, rate» – «2. исследовать и судить о ценности, качестве, значимости,

количестве, степени или состоянии: оценки, ставки» [WNIED, <https://slovar-vocab.com/english/websters-international-vocab/evaluate-8498622.html>]. Соответственно, *to judge*: «1. : to form an authoritative opinion about : decide on the merits of» – «1. : сформировать авторитетное мнение о : принять решение по существу» [WNIED, <https://slovar-vocab.com/english/websters-international-vocab/judge-8680233.html>].

Перечислим основные семы, относящиеся к лексеме *оценка*: «мнение, суждение, взгляд на что-л., заключение, решение, точка зрения, убеждение, результат обдумывания каких-л. действий, обдуманное намерение сделать что-л., предположение совершить что-н., план действий, умысел». Несомненно, все эти компоненты дефиниций, связанных с лексемой *оценка*, объединены признаком доминантного отношения индивидуума-лидера к другому человеку. Например:

Я обращался к Васильеву – способный, грамотный человек, – но "ЕДИНАЯ РОССИЯ" не хочет нас слышать, и это весьма печально (Зюганов Г.А., КПРФ, 6.07.2022).

Первый коммуникативный ход (*Я обращался к Васильеву*) реализует коммуникативную тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности). Политик акцентирует внимание на собственных контактах с объектом оценки, что вызывает доверие к последующей информации.

Во втором коммуникативном ходе (*способный, грамотный человек*) уже, собственно, реализуется коммуникативная тактика положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения). Адресант делится своим мнением по поводу интеллектуальных качеств коллеги (*способный, грамотный*), выделяя его на фоне других представителей «Единой России».

В дальнейшем политик использует коммуникативный ход (*но "ЕДИНАЯ РОССИЯ" не хочет нас слышать*), являющийся инструментом реализации коммуникативной тактики критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента), заключающихся в нежелании адресата сотрудничать, и противопоставляющий оцениваемого Васильева всей партии, к которой он принадлежит (*но*). Коммуникативный ход (*и это весьма печально*)

представляет вербальное выражение возникающей у адресанта отрицательной эмоциональной реакции.

Использование в одном фрагменте двух противоположных коммуникативных стратегий (кооперационной – одобрения и конфронтационной – неодобрения) свидетельствует о том, что адресант берет на себя ответственность оценивать как отдельных равных по статусу политиков, так и целые партии, что подтверждает его роль инициатора коммуникации, демонстрирующей доминантное положение адресанта.

Реализация коммуникативных тактик в данном фрагменте осуществляется при помощи следующих языковых средств: эксклюзивное местоимение «я» в начальной позиции (*Я обращался к Васильеву*), эпитеты (*способный, грамотный человек*), противопоставление (*Я обращался к Васильеву ... но "ЕДИНАЯ РОССИЯ" не хочет нас слышать*). Выделенные языковые средства иллюстрируют тот факт, что политик открыто, от первого лица выражает свое отношение к конкретному политику и ситуации в целом, связанной, по мнению адресанта, с нежеланием правящей партии прислушиваться к позиции лидера КПРФ. Такая эксплицитная оценка интеллектуальных качеств адресата, несомненно, свидетельствует о доминирующем положении адресанта в коммуникации.

Приведем пример оценки моральных качеств адресата:

Сегодня война опалила, сегодня правду, мужество куют там ребята — своей кровью, своей храбростью, своим достоинством, не случайно президент в первую очередь их награждал (Зюганов Г.А., КПРФ, 12.12.2023).

Первый коммуникативный ход (*Сегодня война опалила*) реализует коммуникативную тактику преувеличения негативных последствий (стратегия запугивания оппонента), нацеленную на описание сложного современного внешнеполитического положения страны и предваряющую следующую коммуникативную тактику. Второй коммуникативный ход (*сегодня правду, мужество куют там ребята — своей кровью, своей храбростью, своим достоинством*) уже является инструментом реализации коммуникативной тактики положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения). Адресант ак-

центрирует внимание на высоких моральных качествах современных российских солдат, которые, хоть и не напрямую, но являются адресатом сообщения. Поэтому оценочное суждение политика имплицитно адресовано военным, представляющим объект оценки. Адресант данным коммуникативным ходом реализует также тактику противопоставления (*там*) героического поведения совсем еще молодых людей (*ребята*), которые участвуют в боевых действиях, и положение непосредственного адресата, слушающего его слова.

Третий коммуникативный ход (*не случайно президент в первую очередь их награждал*) реализует коммуникативную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). При помощи такой аргументации политик объясняет причины их награждения в первых рядах, но, поскольку это и так очевидно, происходит, скорее, самопрезентация политика.

Реализуют данную коммуникативную тактику следующие языковые средства: метафоры (*война опалила / правду, мужество куют там ребята*), повторение (*Сегодня война опалила, сегодня правду, мужество куют там ребята — своей кровью, своей храбростью, своим достоинством*), инверсия (*сегодня правду, мужество куют там ребята / их награждал*), подчеркивающие положительную оценку адресантом моральных качеств современного российского солдата в тяжелых современных условиях.

Представим пример оценки профессиональных качеств адресата:

Спасибо. Уважаемый Анатолий Борисович, вы же профессиональный юрист (Коломейцев Н.В., КПРФ, 15.06.2022).

Адресант начинает с коммуникативного хода (*Спасибо*), который реализует коммуникативную тактику выражения благодарности. Следующим коммуникативным ходом (*Уважаемый Анатолий Борисович*) является экспликация коммуникативной тактики демонстрации уважительного обращения к адресату. Названные тактики предваряют реализацию коммуникативного хода (*вы же профессиональный юрист*) коммуникативной тактики

положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения), имеющей целью акцентирование внимания на профессиональных качествах адресата.

В качестве языковых средств применяется частица (*же*), служащая эмоциональному выделению обращения к собеседнику (*вы*); и определение (*вы же профессиональный юрист*), положительно характеризующий адресата.

Таким образом, кооперационная коммуникативная стратегия одобрения, актуализируемая при помощи тактики положительной оценки профессиональных качеств адресата, свидетельствует о стремлении адресанта к сотрудничеству и проявлении его лидерских качеств.

Приведем пример коммуникативной ситуации, связанной с оценкой интеллектуальных качеств адресата, в английском политическом дискурсе:

My hon. Friend has captured the essence of my speech (Janet Daby. Rights of Children. 28.06.22).

Коммуникативный ход (*My hon. Friend has captured the essence of my speech* – *Мой достопочтенный друг уловил суть моей речи*) реализует коммуникативную тактику положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения). Адресант имплицитно высоко оценивает интеллектуальные качества адресата, делая комплимент его проницательности и тем самым умственным способностям.

Языковые средства реализации данной тактики: повтор эксплицитного притяжательного местоимения «*my*» (*My hon. Friend / the essence of my speech*) и вежливое обращение к собеседнику (*My hon. Friend*).

Пример коммуникативной ситуации оценки моральных качеств адресата:

The hon. Lady speaks on these matters with great knowledge and great sincerity, and I greatly respect what she says (Mr Mitchell. Israel and Gaza. 19.03.24).

Коммуникативный ход (*The hon. Lady speaks on these matters with great knowledge and great sincerity, and I greatly respect what she says* – Дistinguished Lady высказывается по этим вопросам с большим знанием и большой искренностью, и я очень уважаю то, что она говорит) реализует коммуникативную тактику положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения). Адресант подчеркивает наряду с эрудицией (*great knowledge*) и искренность (*sincerity*) адресата. Обратимся к лексикографическому источнику: «Sincerity is a mix of seriousness and honesty. If you do things with sincerity, people will trust you. Along with patience and compassion, sincerity is one of those qualities we all probably wish we had more of – and wish other people had more of, too. People who show sincerity are being serious, kind, and truthful. Politicians who show sincerity tend to do well because people believe them» – «Искренность – это смесь серьезности и честности. Если вы делаете что-то искренне, люди будут вам доверять. Наряду с терпением и состраданием, искренность – одно из тех качеств, которых нам всем, вероятно, хотелось бы иметь больше, а также хотелось бы, чтобы у других людей тоже было больше. Люди, которые проявляют искренность, серьезны, добры и правдивы. Политики, которые проявляют искренность, обычно преуспевают, потому что люди им верят» [Vocabulary.com Dictionary. <https://www.vocabulary.com/dictionary/sincerity>]. *Honesty* в свою очередь означает «the quality of being honest» – «качество честности» [CCELD, 1987: 698]; *honest*: «Someone who is **honest** about something that concerns them is being completely truthful about it and is not hiding anything» – «Тот, кто честен в том, что его касается, говорит об этом полностью правдиво и ничего не скрывает» [CCELD, 1987: 697].

Реализуют данную коммуникативную тактику, помимо лексемы *sincerity*, следующие языковые средства: вежливое обращение к собеседнику (*The hon. Lady*); эксклюзивное местоимение «я» (*and I greatly respect*); повторение (*with great knowledge / great sincerity / greatly respect*).

Представим пример оценки в британском политическом дискурсе профессиональных качеств адресата:

I pay great tribute to my hon. Friend the Member for Huntingdon (Mr Djanogly), not only for the informed way he spoke, but for leading a successful all-party delegation to Georgia, as declared in my entry in the Register of Members' Financial Interests (Sir Geoffrey Clifton-Brown. Georgia and the War in Ukraine. 24.05.22).

Первый коммуникативный ход (*I pay great tribute to my hon. Friend the Member for Huntingdon (Mr Djanogly), not only for the informed way he spoke, but for leading a successful all-party delegation to Georgia* – Я отдаю дань глубокого уважения моему достопочтенному Другу, Депутату от Хантингдона (г-ну Джаноглы) не только за его информированную речь, но и за то, что он успешно возглавил многопартийную делегацию в Грузию) реализует кооперационную коммуникативную тактику положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения). Адресант одновременно восторгается интеллектом депутата – высоким качеством его речи (*for the informed way he spoke*) и профессионализмом политика – способностью возглавить делегацию, состоящую из представителей разных партий (*for leading a successful all-party delegation*). Во втором коммуникативном ходе (*as declared in my entry in the Register of Members' Financial Interests* – как заявлено в моей записи в Реестре финансовых интересов членов) для подтверждения ранее озвученной информации происходит реализация кооперационной коммуникативной тактики указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности).

Для реализации данных тактик в качестве языковых средств адресант использует эксклюзивное личное местоимение «I» (*I pay great tribute*), эксклюзивное притяжательное местоимение «my» (*to my hon. Friend; declared in my entry*), эпитеты (*I pay great tribute; for the informed way he spoke; a successful all-party delegation*), вежливое обращение (*my hon. Friend the Member for Huntingdon (Mr Djanogly)*), противопоставление (*not only for the informed way he spoke, but for leading a successful all-party delegation to Georgia*).

2. Коммуникативная тактика положительной оценки действий адресата

Коммуникативная тактика положительной оценки действий адресата является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством одобрения и представляет оценку в форме суждения по поводу определенных поступков адресата.

Данный способ реализации глобальной цели доминирования посредством одобрения представляет обдуманное намерение. Например:

Уважаемые коллеги, считаю, что Председатель Думы поступил совершенно правильно, когда отправил большую делегацию, 50 человек, на питерский форум (Зюганов Г.А., КПРФ, 21.06.2022).

Адресант начинает свое выступление с коммуникативного хода (*Уважаемые коллеги*) тактики демонстрации уважительного обращения к адресату. Далее политик использует коммуникативный ход (*считаю*), реализующий тактику указания на личное участие адресанта в процессе предстоящей оценки. Затем следует коммуникативный ход (*Председатель Думы поступил совершенно правильно, когда отправил большую делегацию, 50 человек, на питерский форум*), являющийся реализацией тактики положительной оценки действий адресата (стратегия одобрения). Политик оценивает поступки более высокого по профессиональному рангу В. В. Володина (*поступил совершенно правильно / отправил большую делегацию*), при этом не называет его по имени и отчеству (*Председатель Думы*), что свидетельствует о проявлении доминантных качеств адресанта в коммуникации. Одновременно с данной тактикой представленный коммуникативный ход реализует тактику оперирования точными (*50 человек*) цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности), что также подтверждает проявление адресантом кооперационного вида доминирования.

Языковыми средствами реализации коммуникативных тактик данного фрагмента являются следующие средства: обращение к адресату в уважительной форме (*Уважаемые коллеги*); наречие (*поступил совершенно правильно*), обозначающее признак действия; качественное прилагательное (*когда отправил большую делегацию*); количественное числительное (*50 человек*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

In closing, I pay tribute to the Georgian ambassador to London, who went to huge trouble to organise our trip. We learned a great deal on that trip (Sir Geoffrey Clifton-Brown. Georgia and the War in Ukraine. 24.05.22).

Коммуникативный ход (*In closing, I pay tribute to the Georgian ambassador to London, who went to huge trouble to organise our trip* – В заключение я воздаю должное послу Грузии в Лондоне, который приложил огромные усилия для организации нашей поездки) реализует тактику положительной оценки действий адресата (стратегия одобрения). В следующем коммуникативном ходе (*We learned a great deal on that trip* – Мы многому научились в этой поездке) в качестве подтверждения успешности действий депутата адресант использует тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности).

Для реализации перечисленных тактик политик использует следующие языковые средства: эксклюзивное личное местоимение «I» (*I pay tribute*), эпитеты (*who went to huge trouble; We learned a great deal on that trip*), инклюзивное притяжательное местоимение «our» (*to organise our trip*), инклюзивное личное местоимение «we» (*We learned*).

3. Коммуникативная тактика согласия с мнением адресата

Коммуникативная тактика согласия с мнением адресата является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством одобрения и представляет намерение в форме положительной оценки позиции адресата.

Как любая оценка, согласие с мнением адресата относится к доминантному типу поведения. Для обоснования этого положения обратимся к лексикографическому описанию значения данного слова, обобщив существующие словарные дефиниции. Так, согласно «Словарю русского языка» под редакцией А.П. Евгеньевой, *согласие* означает «1. Утвердительный ответ на что-л., позволение, разрешение. 2. Взаимная договоренность, соглашение. || Общее, единое мнение» [СРЯ, Т. 4, 1999: 178]. Значение слова *согласиться*: «1. Дать согласие на что-л. 2. Выразить свое согласие с кем-, чем-л., признав правильным, подтвердить что-л.» [СРЯ, Т. 4, 1999: 178]; «1. на что и с инф. Дать согласие на что-н., склониться к чему-н. 2. с кем-чем. Выразить свою солидарность, согласие с кем-чем-н., примкнуть к

кому-чему-н. || Признать, подтвердить (разг.). 3. с кем-чем и инф. Сговориться, прийти к соглашению» [ТСРЯ, <https://feb-web.ru/feb/ushakov/ush-abc/18-1.htm>].

В англоязычных лексикографических источниках *agreement*: «3. Agreement with someone means having the same opinion as they have. 4. Agreement to a course of action means allowing it to happen or giving it your approval» – «3. Согласие с кем-то означает наличие того же мнения, что и он. 4. Согласие с курсом действий означает позволить ему произойти или дать ему свое одобрение» [CCALD, <https://slovar-vocab.com/english/collins-cobuild-dictionary/agreement-6655478.html>]; «A concurrence in an engagement that something shall be done or omitted; an exchange of promises; mutual understanding, arrangement, or stipulation; a contract» – «Согласие в обязательстве на то, что что-то должно быть сделано или опущено; обмен обещаниями; взаимопонимание, договоренность или соглашение; контракт» [WED, <https://slovar-vocab.com/english/websters-vocab/agreement-8252475.html>].

Выделим основные компоненты дефиниций лексем *согласие / согласиться*: «утвердительный ответ, позволение, разрешение; взаимная договоренность, соглашение; выразить свое согласие с кем-, чем-л., признав правильным, подтвердить что-л.; дать согласие на что-н., склониться к чему-н.; выразить свою солидарность, примкнуть к кому-чему-н.; сговориться, прийти к соглашению». Такие семы, как «позволение, разрешение, признав правильным», относящиеся к лексемам *согласие / согласиться*, коррелируют с признаком «доминирование». Остальные компоненты выделенных дефиниций амбивалентны и при определенных экстралингвистических условиях могут свидетельствовать как о доминировании, так и о подчинении. Например:

Я хочу начать с того, о чём говорил Геннадий Андреевич в отношении своего восприятия нашей сессии, которая действительно была самой короткой – всего два с небольшим месяца, – но она была очень напряжённой. Но вы однозначно правы: если есть законодательные инициативы, нам правильно было бы авторов законодательных инициатив, независимо от партийной принадлежности, от фракции, вовлекать в эту работу, объединять всех депутатов для достижения целей, которые стоят перед

нашей страной, перед нашими гражданами (Володин В.В., Единая Россия, 21.12.2021).

Первый коммуникативный ход (*Я хочу начать с того*) реализует тактику организации текста (текстообразующая функция). В следующем коммуникативном ходе (*о чём говорил Геннадий Андреевич в отношении своего восприятия нашей сессии*) актуализируется тактика апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) при помощи уважительной формы упоминания политика, на которого происходит ссылка, по имени и отчеству (*Геннадий Андреевич*). Причем адресант не называет фамилию, что свидетельствует не только об осведомленности адресата, но и о всеобщей известности лидера КПРФ, который, безусловно, является авторитетным источником.

Третий коммуникативный ход (*которая действительно была самой короткой – всего два с небольшим месяца*) указывает на тактику согласия с мнением адресата (стратегия одобрения): политик на правах Председателя Государственной Думы выражает согласие с мнением лидера КПРФ. Затем следует коммуникативный ход (*но она была очень напряжённой*), реализующий тактику положительной оценки действий адресата (стратегия одобрения) и одновременно самопрезентацию адресанта. Адресант в качестве профессионала дает положительную оценку неослабевающей работе всех парламентариев, включая себя как Председателя ГД, во время предыдущей сессии.

При помощи коммуникативного хода (*Но вы однозначно правы*) политик снова реализует тактику согласия с мнением адресата (стратегия одобрения), высказывая свою точку зрения на позицию авторитетного источника, этим адресант примиряет политических оппонентов. Как лидер коммуникации при помощи коммуникативного хода (*если есть законодательные инициативы*) политик актуализирует тактику аргументации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей).

Далее коммуникативный ход (*нам правильно было бы авторов законодательных инициатив, независимо от партийной принадлежности, от*

фракции, вовлечь в эту работу, объединять всех депутатов для достижения целей) реализует тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) и тактику вовлечения в социально значимое поведение (стратегия инициирования сотрудничества). Следующим ходом (*которые стоят перед нашей страной, перед нашими гражданами*) реализуется тактика демонстрация патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация моральных качеств). Все перечисленные тактики нацелены на кооперационное доминирование, характерное для лидеров в политической коммуникации.

Для выполнения данной цели в перечисленных тактиках используются разнообразные языковые средства: эксклюзивное местоимение «я» в начальной позиции (*Я хочу начать с того*); упоминание одного из адресатов в уважительной форме (*Геннадий Андреевич*); повтор косвенной формы инклюзивного местоимения «мы» (*нам правильно было бы / которые стоят перед нашей страной, перед нашими гражданами*); превосходная степень сравнения прилагательного (*самой короткой*); противопоставление (*всего два с небольшим месяца, – но она была очень напряжённой*); эпитет (*но она была очень напряжённой*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

My hon. Friend makes a thoughtful point, and he is right. He is also right that in the long term, the best way to combat that is to increase the supply of energy (Rishi Sunak. Cost of Living. 28.06.22).

Первый коммуникативный ход (*My hon. Friend makes a thoughtful point – Мой distinguished Друз делает глубокомысленное замечание*) реализует тактику положительного оценивания интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения): адресант оценивает глубокий интеллект и высокий профессионализм адресата. При помощи следующего коммуникативного хода (*and he is right. He is also right that in the long term, the best way to combat that is to increase the supply of energy – и он прав. Он также прав в том, что в долгосрочной перспективе лучший способ борьбы с этим – увеличить запас энергии*) политик реализует тактику согласия с мнением адресата (стратегия одобрения).

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: вежливое обращение (*My hon. Friend*), эпитет (*makes a thoughtful point*), повторение (*he is right / He is also right*), превосходная степень сравнения прилагательного (*the best way to combat*).

4. Коммуникативная тактика положительной оценки информации

Коммуникативная тактика положительной оценки информации является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством одобрения и представляет обдуманное намерение оценки в форме суждения по поводу полученной информации. Например:

Смотрите, какой огромный потенциал, какое большое многообразие подходов, мыслей. Вот слушаешь: действительно, всё очень убедительно. Но в этом-то и ценность, что каждый выступавший докладывает, ну, о своём, что ли, векторе, о своём угле зрения на проблему (Васильев В.А., Единая Россия, 6.07.2022).

Начальный в данном фрагменте коммуникативный ход (*Смотрите*) реализует тактику установления контакта: адресант стремится к сотрудничеству, призывая коллег обратить внимание на озвученную информацию. И в следующем коммуникативном ходе (*какой огромный потенциал, какое большое многообразие подходов, мыслей. Вот слушаешь: действительно, всё очень убедительно. Но в этом-то и ценность, что каждый выступавший докладывает, ну, о своём, что ли, векторе, о своём угле зрения на проблему*) политик сразу же переходит к реализации тактики положительной оценки информации (стратегия одобрения). Адресант восхищается выступлениями представителей различных партий, дает высокую оценку полученным сведениям и подчеркивает ценность сложившегося плюрализма мнений (*в этом-то и ценность, что каждый выступавший докладывает, ну, о своём, что ли, векторе, о своём угле зрения на проблему*). С помощью данного коммуникативного хода адресант в имплицитной форме через положительную оценку реализует и тактику инициирования обмена информацией (стратегия инициирования сотрудничества).

Для реализации перечисленных тактик использованы следующие языковые средства: побудительное предложение (*Смотрите, ...*), эпитеты

(огромный потенциал / большое многообразие подходов), повторение (*какой огромный потенциал, какое большое многообразие / о своём, что ли, векторе, о своём* угле зрения на проблему).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

It is a pleasure to see you in the Chair, Sir Mark. I commence by warmly praising the hon. Member for Huntingdon (Mr Djanogly) for securing this debate, and I congratulate him on an excellent speech. We often say that, but it is nice to mean it today; he gave a genuinely balanced introduction to the subject (Alyn Smith. Georgia and the War in Ukraine. 24.05.22).

Первый коммуникативный ход (*It is a pleasure to see you in the Chair, Sir Mark* – *Очень приятно видеть вас на посту Председателя, сэр Марк*) реализует тактику приветствия и является своеобразным эмфатическим поглаживанием перед дальнейшей дискуссией. Далее коммуникативным ходом (*I commence by warmly praising the hon. Member for Huntingdon (Mr Djanogly) for securing this debate, and I congratulate him on an excellent speech* - *Я начинаю с теплой похвалы достопочтенному Члену Парламента от Хантингдона (г-ну Джаногли) за организацию этих дебатов, и я поздравляю его с прекрасным выступлением*) адресант реализует тактику положительной оценки действий адресата (стратегия одобрения) и одновременно тактику положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения).

В заключение в коммуникативном ходе (*We often say that* – *Мы часто так говорим*) адресант имплицитно реализует тактику проявления гуманизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование моральных качеств) и переходит к коммуникативному ходу (*but it is nice to mean it today; he gave a genuinely balanced introduction to the subject* – *но хорошо, что сегодня это и имеется в виду; он дал действительно взвешенное введение в предмет*) тактики положительной оценки информации (стратегия одобрения). Адресант подчеркивает, что зачастую используется формальная положительная оценка выступления в Парламенте, не представляющая искреннее проявление высокой оценки. Такое коммуникативное поведение является примером негативной вежливости, характерной для англоязычной коммуникации [Зюбина, 2018: 69-72]. Поэтому положительная оценка информации, прозвучавшей в выступлении адресата, свидетельствует о высокой степени одобрения адресантом.

В перечисленных тактиках используются разнообразные языковые средства: вежливое обращение (*Sir Mark; the hon. Member for Huntingdon (Mr Djanogly)*), эксклюзивное местоимение «I» (*I commence; I congratulate*), инклюзивное местоимение «we» (*We often say*), эпитет (*warmly praising; an excellent speech; genuinely balanced introduction*), противопоставление (*We often say that, but it is nice to mean it today*).

3. Коммуникативная стратегия самопрезентации

Коммуникативная стратегия самопрезентации реализуется в трех подвидах: демонстрация осведомленности, демонстрация интеллектуальных способностей и демонстрация моральных качеств. Рассмотрим выделенные подвиды коммуникативной стратегии самопрезентации и соответствующие им тактики.

3.1. Демонстрация осведомленности как подвид стратегии самопрезентации

Актуализация коммуникативной стратегии демонстрация осведомленности как подвида стратегии самопрезентации в политическом дискурсе свидетельствует о наличии доминирования, поскольку политик с более серьезным багажом априори занимает более высокое положение в политической коммуникации. Если же такой политик искренне делится известными ему сведениями с другими, в этом случае можно говорить о кооперационном коммуникативном поведении, ведущем к установлению сотрудничества между коммуникантами.

Приведем примеры коммуникативных ситуаций с иллокутивной целью кооперационного доминирования посредством демонстрация осведомленности (самопрезентации) и с ожидаемым перлокутивным эффектом доминирования-сотрудничества адресанта. В целях достижения коммуникативного намерения адресанта используются следующие коммуникативные тактики:

1. Оперирование точными цифровыми данными.
2. Аппелляция к авторитетным источникам.
3. Отсылка к историческим событиям.
4. Указание на личную причастность.

1. *Тактика оперирования точными цифровыми данными*

Коммуникативная тактика оперирования точными цифровыми данными является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством демонстрации осведомленности и представляет обдуманное намерение самопрезентации в форме указания на обладание и использования точных цифровых данных.

Имея статистические сведения, не известные большему числу коммуникантов, и озвучивая точные цифровые показатели, политики актуализируют тактику оперирования точными цифровыми данными коммуникативной стратегии демонстрации осведомленности (подвид стратегии самопрезентации), что позволяет занимать им доминирующее положение в политической коммуникации. Делясь подобной информацией с аудиторией, политики актуализируют при этом кооперационный тип доминирования. Например:

Сегодня у нас с вами в законотворческом портфеле 1095 законопроектов, в 2 раза меньше, но и по качеству это другие законопроекты, именно это хочется подчеркнуть. Практически все они, за исключением 26, были внесены депутатами предыдущего созыва, а уже 179 были внесены депутатами восьмого созыва, вами, уважаемые коллеги, Правительством Российской Федерации, сенаторами, регионами (Володин В.В., Единая Россия, 21.12.2021).

Коммуникативный ход (*Сегодня у нас с вами в законотворческом портфеле 1095 законопроектов, в 2 раза меньше, но и по качеству это другие законопроекты, именно это хочется подчеркнуть*) реализует две тактики: тактику положительной оценки действий адресата (стратегия одобрения) и тактику оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Адресант делится информацией с адресатом и одновременно актуализирует одобрение проделанной парламентариями работы, при этом доказывая свою оценку профессиональным оперированием точными цифровыми данными, связанными с законотворческой деятельностью парламентариев.

Следующий коммуникативный ход (*Практически все они, за исключением 26, были внесены депутатами предыдущего созыва*) также служит

реализации тактики оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). И заключительный коммуникативный ход (*а уже 179 были внесены депутатами восьмого созыва, вами, уважаемые коллеги, Правительством Российской Федерации, сенаторами, регионами*) представляет сочетание тактики положительной оценки действий адресата (стратегия одобрения) и тактики оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности), которые в совокупности реализуют положительную оценку адресантом действий адресата и самопрезентацию адресанта, основанную на демонстрации осведомленности с помощью оперирования точными цифровыми данными.

Языковыми средствами реализации данных тактик являются следующие: метафора (*в законотворческом портфеле*), количественные числительные (*1095 / 2 / 26 / 179*), повторение (*законопроектов / законопроекты, внесены депутатами предыдущего созыва / внесены депутатами восьмого созыва*), обращение в вежливой форме (*вами, уважаемые коллеги*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

Some 50,000 children are held and locked up in police custody every year. Children are detained in cells in police stations that have primarily been built for adults. On average, children are detained for over 13 hours, with 21,369 detained overnight in 2019. The decision to detain children is approved 99% of the time, and it is time the whole process was reviewed (Janet Daby. Rights of Children. 28.06.22).

Первый коммуникативный ход в данном фрагменте (*Some 50,000 children are held and locked up in police custody every year. Children are detained in cells in police stations that have primarily been built for adults. On average, children are detained for over 13 hours, with 21,369 detained overnight in 2019. The decision to detain children is approved 99% of the time* – Ежегодно около 50 000 детей содержатся под стражей в полиции. Детей содержат в камерах полицейских участков, построенных в первую очередь для взрослых. В среднем детей держат под стражей более 13 часов, из них 21 369 задержанных на ночь в 2019 году. Решение о задержании детей утверждается в 99% случаев) реализует одновременно кооперационную коммуникатив-

ную тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) и тактику оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Такое сочетание тактик позволяет адресанту не быть голословным при описании сложившейся негативной ситуации. Второй коммуникативный ход (*and it is time the whole process was reviewed – и пришло время пересмотреть весь процесс*) реализует кооперационную коммуникативную тактику вовлечения в социально значимое поведение (стратегия инициирования сотрудничества).

Языковыми средствами реализации данных тактик являются следующие: количественные числительные (*50,000 children; 13 hours; 21,369 detained overnight; 99% of the time*) и повторение (*Some 50,000 children are held and locked up / children are detained / to detain children; locked up in police custody / in cells in police stations*).

2. Тактика апелляции к авторитетным источникам

Коммуникативная тактика апелляции к авторитетным источникам является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством демонстрация осведомленности и представляет обдуманное намерение самопрезентации в форме обращения и использования надежных источников.

Тактика апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) в российском политическом дискурсе проявляется в обращении политиков к надежным первоисточникам, чаще всего таким как цитаты знаменитых людей, данные научных и иных сообществ, ссылки на президента РФ. Используя мнения авторитетных людей, политики имплицитно переносят их высокий статус и заслуги на себя, действуя по схеме «если рядом, то вместе», что способствует установлению доминирования по кооперационному типу, поскольку вся представленная информация нацелена при этом на сотрудничество с адресатом. Например:

Самая лучшая зарплата учителя, самая высокая зарплата учителя в реальных деньгах – это не мои данные, это данные Высшей школы экономики – была в 2012 году, с тех пор в реальном исчислении она снижается.

Я вам напомню, что, по данным Общероссийского народного фронта, когда опросили 1300 учителей (я об этом, кажется, уже здесь говорил), 44 процента заявили, что не хватает в их школах математиков, 39 – учителей иностранного языка и так далее (Смолин О.Н., КПРФ, 21.06.2022).

Коммуникативный ход (*Самая лучшая зарплата учителя, самая высокая зарплата учителя в реальных деньгах – это не мои данные, это данные Высшей школы экономики – была в 2012 году, с тех пор в реальном исчислении она снижается*) является вербальным воплощением тактики апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности): Олег Николаевич Смолин, первый заместитель председателя Комитета по образованию и науке ГД РФ, выступая по поводу заработной платы учителей и нехватки кадров для работы в школе, подчеркивает достоверность информации, опираясь на такой авторитетный источник, как Высшая школа экономики.

С помощью следующего коммуникативного хода (*по данным Общероссийского народного фронта, когда опросили 1300 учителей (я об этом, кажется, уже здесь говорил), 44 процента заявили, что не хватает в их школах математиков, 39 – учителей иностранного языка и так далее*) также реализуется тактика апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Политик ссылается на данные еще одного авторитетного источника – *Общероссийского народного фронта*, при этом используя и тактику оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) (*в 2012 году / 1300 учителей / 44 процента / 39 – учителей иностранного языка*), что, несомненно, вызывает доверие у респондентов и свидетельствует о доминирующем положении адресанта с точки зрения демонстрация своей осведомленности.

Для реализации данных тактик адресант использует следующие языковые средства: превосходная степень сравнения прилагательного (*Самая лучшая / самая высокая*), повторение (*Самая лучшая зарплата учителя, самая высокая зарплата учителя в реальных деньгах / это не мои данные, это данные Высшей школы экономики*), количественные числительные (*1300 / 44 / 39*), эксклюзивное местоимение «я» и его притяжательная форма (*мои / Я / я*), свидетельствующие о доминировании в речевом поведении.

Роберт Рождественский, знаменитый советский классик, как вы помните, говорил: "Учитель – профессия дальнего действия, главная на Земле" (Смолин О.Н., КПРФ, 21.06.2022).

Коммуникативный ход (*Роберт Рождественский, знаменитый советский классик, ... говорил: "Учитель – профессия дальнего действия, главная на Земле"*) реализует тактику апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Адресант в подтверждение своих слов обращается к классику русской литературы, дословно воспроизводя последние строки стихотворения Р. Рождественского «Учителям». Прибегая таким образом к цитированию авторитетных источников, политик показывает свой высокий интеллектуальный уровень и одновременно с этим вызывает доверие у аудитории, что свидетельствует о кооперационном коммуникативном поведении, которое ведет к установлению сотрудничества между коммуникантами. При этом, цитируя знаменитого поэта, политик сначала делает своего рода комплимент аудитории, применяя коммуникативный ход (*как вы помните*), реализующий тактику положительной оценки интеллектуальных качеств адресата (стратегия одобрения). Отметим, что при произнесении комплимента адресант имплицитно проявляет доминирование, поскольку, эксплицируя по отношению к адресату доброе отношение с помощью приятных слов, он тем самым повышает и собственную самооценку, так как нужно обладать определенной долей уверенности в себе для того, чтобы не просто заметить положительное в адресате, но и иметь смелость озвучить эти мысли.

Языковыми средствами реализации данных тактик являются эпитет (*знаменитый советский классик*), эксклюзивное местоимение (*как вы помните*) и точная цитата (*"Учитель – профессия дальнего действия, главная на Земле"*).

Я хочу вспомнить нашего президента, сегодня коллеги его вспоминали, и я тоже хочу. Помните, он сказал, что он гордится нашими героями, подписывая указы о награждении, и он тогда сказал: "Я лакец, я дагестанец, я чеченец, ингуш, русский, татарин, еврей, мордвин, осетин" (Васильев В.А., Единая Россия, 6.07.2022).

Начальный в данном фрагменте коммуникативный ход (*Я хочу вспомнить нашего президента, сегодня коллеги его вспоминали, и я тоже хочу*) реализует тактику привлечения внимания. И уже в следующем коммуникативном ходе (*Помните, он сказал, что он гордится нашими героями, подписывая указы о награждении, и он тогда сказал: "Я лакец, я дагестанец, я чеченец, ингуш, русский, татарин, еврей, мордвин, осетин"*) адресант реализует тактику апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Руководитель фракции "Единая Россия" Васильев В. А. приводит точную цитату В. В. Путина по поводу первого присвоенного звания Героя России за бои на Украине. Обращаясь к такому авторитетному источнику, как Президент РФ, адресант использует психологическую модель «если рядом, то вместе», что имплицитно указывает на близость с В. В. Путиным. Таким образом политик находит опору в политическом весе фигуры Президента РФ и возглавляемой им партии, акцентируя внимание адресата на силе, стоящей за спиной данных политиков. Использование этой тактики способствует переносу на свою фигуру таких качеств, ассоциирующихся с Президентом РФ, как сила, стабильность, надежность, постоянство, авторитет, и помогает созданию образа политика-интернационалиста.

При реализации данной тактики используются следующие языковые средства: повтор эксклюзивного местоимения «я» (*Я / я / Я / я /я*), лексические повторы (*Я хочу вспомнить / и я тоже хочу; Я хочу вспомнить нашего президента, сегодня коллеги его вспоминали; он сказал, что он гордится нашими героями, подписывая указы о награждении, и он тогда сказал*), инклюзивное местоимение (*нашего*) и точная цитата ("*Я лакец, я дагестанец, я чеченец, ингуш, русский, татарин, еврей, мордвин, осетин*").

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

According to academics Dr Vicky Kemp and Dr Miranda Bevan, specialists in this area, child suspects who are not convicted and who are uncharged experience disproportionately harsh treatment (Janet Daby. Rights of Children. 28.06.22).

Коммуникативный ход (*According to academics Dr Vicky Kemp and Dr Miranda Bevan, specialists in this area, child suspects who are not convicted and who are uncharged experience disproportionately harsh treatment* – По словам ученых доктора Вики Кемп и доктора Миранды Беван, специалистов в

этой области, подозреваемые дети, которые не осуждены и которым не предъявлено обвинение, подвергаются несоразмерно жестокому обращению) реализует тактику апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Адресант для демонстрация своей осведомленности в соблюдении прав несовершеннолетних детей ссылается на признанных специалистов в этой области – Д-ра Миранду Беван, преподавателя уголовного права и уголовного правосудия (Университет Голдсмита) и Д-ра Вики Кемп, главного научного сотрудника и содиректора Исследовательского центра уголовного правосудия (Ноттингемский университет). Одновременно имплицитно реализуется конфронтационная тактика критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента), поскольку данные вопросы не урегулированы на законодательном уровне.

Для реализации данных тактик в качестве языковых средств адресант использует имена собственные (*Dr Vicky Kemp / Dr Miranda Bevan*); приложение, поясняющее статус объектов цитирования (*specialists in this area*); повторение (*who are not convicted / who are uncharged*); эпитет (*disproportionately harsh treatment*).

Рассмотрим еще один фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

In closing, I will quote Jonathan Swift, who I believe was protecting the Tory party at the time: “Falsehood flies, and the Truth comes limping after it” (Liz Saville Roberts. Prohibition of Deception. 28.06.22).

Коммуникативный ход (*In closing, I will quote Jonathan Swift, who I believe was protecting the Tory party at the time: “Falsehood flies, and the Truth comes limping after it”* – В заключение я процитирую Джонатана Свифта, который, по моему мнению, в то время защищал партию тори: «Ложь летит, а за ней хромает Истина») реализует коммуникативную тактику апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Адресант для подтверждения своих слов цитирует классика не только британской, но и мировой литературы – Джонатана Свифта [Swift, 1710: 195]. Такое точное воспроизводство цитаты писателя позволяет политику продемонстрировать свою образованность и интеллект, что способствует возникновению доверия к словам адресанта.

Для реализации данной тактики использованы следующие языковые средства: повтор эксклюзивного местоимения «I» (*I will quote / I believe*), имя собственное (*Jonathan Swift*), точная цитата (*“Falsehood flies, and the Truth comes limping after it”*).

3. Тактика отсылки к историческим событиям

Коммуникативная тактика отсылки к историческим событиям является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством демонстрирования осведомленности и представляет обдуманное намерение самопрезентации в форме обращения и использования исторических фактов.

Российские политики активно реализуют тактику отсылки к историческим событиям (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности), что позволяет им подчеркнуть свой широкий кругозор в области истории и вызвать доверительное отношение у адресата. Желание же делиться информацией со слушающими свидетельствует о стремлении к сотрудничеству. Например:

Уважаемые коллеги, в конце XIX века один известный профессор географии из Лейпцига, звали его Оскар Пешель, сказал, что народное образование играет решающую роль в войне, что это именно прусский учитель побил австрийского школьного учителя. Это его фраза, после её немножко переиначили, приписали Бисмарку, но факт остаётся фактом: именно после этого появилась Германская империя, именно после этого фактически система образования Германии была распространена на всю Европу (Куринный А. В., КПРФ, 21.06.2022).

Адресант начинает свое выступление с коммуникативного хода (*Уважаемые коллеги*) тактики установления контакта и демонстрации уважительного обращения к адресату. Далее политик использует коммуникативный ход (*в конце XIX века один известный профессор географии из Лейпцига, звали его Оскар Пешель, сказал, что народное образование играет решающую роль в войне, что это именно прусский учитель побил австрийского школьного учителя*), реализующий тактику апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности) и тактику положительной оценки интеллектуальных ка-

честв адресата (стратегия одобрения). В представленном примере Куринный А. В. ссылается на исторические события конца XIX века, демонстрируя свою осведомленность в данном вопросе. Для человека, получившего учёную степень кандидата медицинских наук и позже окончившего юридический факультет, Оскар Пешель (1826–1875), не слишком известный для среднестатистического россиянина географ и антрополог, является знаменитой исторической фигурой (*один известный профессор географии из Лейпцига*), что говорит о широком кругозоре российского политического деятеля, бывшего врача-хирурга, и его вере, что все обладают озвученной информацией. Несмотря на интеллектуальное доминирование Куринного А.В., такое доверие и уважительное отношение к адресату вкупе с уважительным обращением (*Уважаемые коллеги*) является примером кооперационной коммуникации.

Затем следует коммуникативный ход (*Это его фраза, после её немножко переиначили, приписали Бисмарку*), являющийся реализацией тактики отсылки к историческим событиям и апеллирования к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Заключительный коммуникативный ход (*но факт остаётся фактом: именно после этого появилась Германская империя, именно после этого фактически система образования Германии была распространена на всю Европу*) реализует тактику отсылки к историческим событиям (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) и тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей).

Реализация данных тактик проходит при помощи следующих языковых средств: обращения (*Уважаемые коллеги*), эпитета (*известный профессор / решающую роль*), метафоры (*прусский учитель побил австрийского школьного учителя*), повторения (*прусский учитель побил австрийского школьного учителя; это именно прусский учитель / именно после этого появилась Германская империя, именно после этого фактически система образования Германии была распространена на всю Европу*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

I refer the Government to the New Zealand model. The New Zealand Bill of Rights Act 1990 succeeded in incorporating freedom of speech, while latterly

legislating against the freedom to lie (Liz Saville Roberts. Prohibition of Deception. 28.06.22).

Первый коммуникативный ход (*I refer the Government to the New Zealand model – Я отсылаю правительство к новозеландской модели*) реализует коммуникативную тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Второй коммуникативный ход (*The New Zealand Bill of Rights Act 1990 succeeded in incorporating freedom of speech, while latterly legislating against the freedom to lie – Закон Новой Зеландии о Билле о правах 1990 г. успешно включил свободу слова, а в последнее время принял законы против свободы лжи*) является инструментом реализации одновременно тактики отсылки к историческим событиям и тактики апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Адресант предлагает выход из трудной ситуации, ссылаясь на законы Новой Зеландии, успешно действующие с 1990 года. Такое кооперационное коммуникативное поведение ведет к установлению сотрудничества между коммуникантами.

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: эксклюзивное местоимение «I» (*I refer*) и повторение (*to the New Zealand model / The New Zealand Bill of Rights Act 1990; in incorporating freedom of speech / against the freedom to lie*).

4. Тактика указания на личную причастность

Коммуникативная тактика указания на личную причастность является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством демонстрация осведомленности и представляет обдуманное намерение самопрезентации в форме демонстрация адресантом своего участия в каком-либо событии.

Основываясь на личном опыте и сравнивая свою более обширную осведомленность с другими либо дополняя чью-либо информацию, политик актуализирует личное доминирование в коммуникации, которая при этом направлена на заботу о своих избирателях, что приводит к кооперации в общении адресанта и адресата. Например:

Я врач с большим стажем, заместительная терапия всегда была эффективна для курильщиков с большим стажем (Фаррахов А.З., Единая Россия, 21.06.2022).

Коммуникативный ход (*Я врач с большим стажем*) реализует тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности), предшествуя коммуникативному ходу (*заместительная терапия всегда была эффективна для курильщиков с большим стажем*) тактика разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). В приведенных ходах, выступая по поводу необходимости применения заместительной терапии в борьбе с курением, представитель фракции «Единая Россия» Фаррахов А.З. для подтверждения правильности своего мнения указывает на свою личную причастность к сфере медицины, свидетельствующую о большей по сравнению с остальными участниками коммуникации осведомленности на основе личного опыта. Но такая личная причастность адресанта одновременно с реализацией информационного доминирования вызывает у адресата и доверие к говорящему на основе доверия к представленной информации.

Языковыми средствами этих двух кооперационных тактик являются следующие средства: эксклюзивное местоимение «я» (*Я врач*); эпитет (*с большим стажем*); повторение (*Я врач с большим стажем / для курильщиков с большим стажем*); лексемы, выражающие уверенность (*терапия всегда была эффективна*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

Food security affects us all. We all want enough food to feed ourselves and our families. I declare a particular interest in this area as a food producer myself, having held responsibility for my family farm for over 30 years. Our reports are, we hope, in the broadest sense complementary, in that each Committee recognises threats to the country's food security and makes recommendations to Government on how to mitigate those threats (Philip Dunne. Food Security. 21.03.24).

Первый коммуникативный ход (*Food security affects us all. We all want enough food to feed ourselves and our families* – *Продовольственная*

безопасность затрагивает всех нас. Нам всем нужно достаточно еды, чтобы прокормить себя и свои семьи) нацелен на установление контакта с аудиторией, для этого адресант использует инклюзивное местоимение «we» и его формы (*us all / We all / ourselves / our*), актуализируя кооперационное коммуникативное поведение и тем самым вызывая доверие адресата.

Следующий коммуникативный ход (*I declare a particular interest in this area as a food producer myself, having held responsibility for my family farm for over 30 years – Я заявляю об особом интересе к этой области как производитель продуктов питания, поскольку более 30 лет отвечаю за свою семейную ферму*) реализует коммуникативную тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Адресант глубоко разбирается в теме, поскольку сам является производителем продуктов питания (*a food producer myself*) и имеет более 30-летний опыт в данной сфере (*having held responsibility for my family farm for over 30 years*).

В заключительном коммуникативном ходе (*Our reports are, we hope, in the broadest sense complementary, in that each Committee recognises threats to the country's food security and makes recommendations to Government on how to mitigate those threats – Мы надеемся, что наши доклады в самом широком смысле дополняют друг друга, поскольку каждый комитет признает угрозы продовольственной безопасности страны и дает правительству рекомендации о том, как смягчить эти угрозы*) реализуется коммуникативная тактика положительной оценки действий адресата (стратегия одобрения). Политик позитивно оценивает не только работу всех комитетов, но и имплицитно дает положительную оценку своим действиям.

Реализация коммуникативных тактик в данном фрагменте осуществляется при помощи следующих языковых средств: инклюзивное местоимение «we» и его формы (*affects us all / We all want / to feed ourselves and our families / Our reports / we hope*); эксклюзивное местоимение «I» и его формы (*I declare / as a food producer myself / responsibility for my family*); повторение (*affects us all / We all want; We all want enough food / as a food producer myself; threats to the country's food security / how to mitigate those threats*); эпитет (*a particular interest*); превосходная степень прилагательного (*in the broadest sense*).

3.2. Демонстрирование своих интеллектуальных способностей как подвид стратегии самопрезентации

Иллокутивная цель демонстрирования своих интеллектуальных способностей предполагает ожидаемый перлокутивный эффект доминирования по кооперационному типу, поскольку политик помогает адресату разобраться в каких-либо сложных для слушающего моментах. Способы достижения иллокутивной цели выражаются в соответствующих коммуникативных тактиках:

1. Формулирование проблемы.
2. Разъяснение сложных вопросов.
3. Предложение решения проблемы, выхода из трудной ситуации.

1. Тактика формулирования проблемы

Коммуникативная тактика формулирования проблемы является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством демонстрирования своих интеллектуальных способностей и представляет обдуманное намерение самопрезентации в форме обнаружения и вербального выражения проблемы.

Политик, способный четко сформулировать проблему, однозначно демонстрирует свой высокий интеллект. Несомненно, такое интеллектуальное доминирование важно для любого политика, чтобы быть принятым и уважаемым в политической коммуникации. Например:

Началось лето – готовь сани летом: готовится ли сегодня система ЖКХ к предстоящему зимнему сезону, начались ли ремонты, которые ждут наши граждане? Нет, не начались. Почему, в чём причина? (Наумов С.А., ЛДПР, 21.06.2022).

В коммуникативном ходе (*Началось лето – готовь сани летом: готовится ли сегодня система ЖКХ к предстоящему зимнему сезону, начались ли ремонты, которые ждут наши граждане?*) адресант реализует тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей). Станислав Александрович Наумов формулирует проблему, начиная с перефразированной известной широкому кругу людей пословицы «Готовь сани с летом, а телегу зи-

мой» (*Началось лето – готовь сани летом*), такая прописная истина предваряет постановку риторического вопроса (*готовится ли сегодня система ЖКХ к предстоящему зимнему сезону, начались ли ремонты, которые ждут наши граждане?*).

Затем адресант в следующем коммуникативном ходе (*Нет, не начались*) сам же отвечает на данный риторический вопрос. С помощью коммуникативного хода (*Почему, в чём причина?*), представляющего специальный вопрос, адресант реализует тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей), после чего политик приступает к разъяснению причин данной проблемы. Таким образом происходит формулирование проблемы, заключающейся в ненадлежащей подготовке департамента жилищно-коммунального хозяйства Москвы к предстоящему зимнему сезону.

Реализация данных коммуникативных тактик осуществляется при помощи следующих языковых средств: перефразированная пословица (*Началось лето – готовь сани летом*), риторические вопросы (*готовится ли сегодня система ЖКХ к предстоящему зимнему сезону, начались ли ремонты, которые ждут наши граждане?*), отрицательная частица (*Нет*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

Why do we need legislation? The legislation that our Parliaments enact, and the policies that we seek to carry out, are all the weaker for a lack of credibility. We cannot make good policies off the back of lies and misinformation, and we cannot expect the public to mobilise in support of the kind of transformative change needed to build a sustainable and just future if they cannot trust those who would lead them to do so (Liz Saville Roberts. Prohibition of Deception. 28.06.22).

Первый коммуникативный ход (*Why do we need legislation? The legislation that our Parliaments enact, and the policies that we seek to carry out, are all the weaker for a lack of credibility* – *Зачем нам законодательство? Законодательство, которое принимают наши парламенты, и политика, которую мы стремимся проводить, становятся все слабее из-за отсутствия доверия*) реализует тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей).

Адресант задает риторический вопрос (*Why do we need legislation?*) для обращения внимания адресата на дальнейшее формулирование существующей проблемы (*the policies that we seek to carry out, are all the weaker for a lack of credibility*).

Далее в коммуникативном ходе (*We cannot make good policies off the back of lies and misinformation, and we cannot expect the public to mobilise in support of the kind of transformative change needed to build a sustainable and just future if they cannot trust those who would lead them to do so* – Мы не можем проводить хорошую политику на основе лжи и дезинформации и мы не можем ожидать, что общественность мобилизуется в поддержку тех преобразующих изменений, которые необходимы для построения устойчивого и справедливого будущего, если они не могут доверять тем, кто побуждает их к этому) реализуется тактика разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей).

Реализуют данную коммуникативную тактику следующие языковые средства: риторический вопрос (*Why do we need legislation?*), инклюзивное местоимение «we» и его формы (*we need / our Parliaments / we seek / We cannot make good policies / we cannot expect*), повторение (*need legislation / The legislation that; and the policies that we seek to carry out / We cannot make good policies*), эпитеты (*good policies; a sustainable and just future*).

2. Тактика разъяснения сложных вопросов

Коммуникативная тактика разъяснения сложных вопросов является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством демонстрирования своих интеллектуальных способностей и представляет обдуманное намерение самопрезентации в форме объяснения трудностей, когда уровень понимания определенной проблемы у адресата ниже, чем у адресанта.

Согласно «Словарю русского языка» под редакцией А.П. Евгеньевой, *разъяснение*: «действие по знач. глаг. Разъяснить». Соответственно, значение слова *разъяснить*: «Сделать ясным, понятным, растолковав, объяснив что-л. || Внести ясность во что-л., помочь выяснить что-л.» [СРЯ, Т. 3, 1999:

636]. Что касается лексемы *сложный*, то она обозначает следующее: «представляющий затруднения для понимания, решения, осуществления и т. п.; трудный» [СРЯ, Т. 4, 1999: 142]; «трудный, запутанный» [Ожегов, 1997: 611]. В свою очередь *трудный*: «требующий большого труда, усилий, напряжения для своего осуществления, преодоления, понимания» [СРЯ, Т. 4, 1999: 418].

Такое лексикографическое разъяснение названия представленной тактики, несомненно, свидетельствует не только о доминирующем с точки зрения интеллектуального превосходства положении адресанта, но и о его стремлении помочь адресанту в понимании сложных моментов, что свидетельствует о кооперационной коммуникации. Например:

Может быть, кто-то не понимает, что промышленность, особенно обрабатывающая, – это мотор экономики, что это место, где создаётся добавленная стоимость. Сумма добавленной стоимости и есть ВВП страны! Нам нельзя снижать пошлины на готовые продукты и сырьё, которые в России производятся, а вот снижать пошлины на то сырьё, которое не производится, можно и нужно (Нечаев А. Г., Новые люди, 6.07.2022).

Коммуникативный ход (*Может быть, кто-то не понимает, что промышленность, особенно обрабатывающая, – это мотор экономики, что это место, где создаётся добавленная стоимость. Сумма добавленной стоимости и есть ВВП страны!*) реализует тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Руководитель фракции "Новые люди" осознает, что не все понимают законы рынка (*Может быть, кто-то не понимает*), поэтому разъясняет слушающим с помощью простого, не перегруженного терминами, языка сложные моменты, связанные с процессом снижения пошлин. И уже с помощью коммуникативного хода (*Нам нельзя снижать пошлины на готовые продукты и сырьё, которые в России производятся, а вот снижать пошлины на то сырьё, которое не производится, можно и нужно*) реализует тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Поскольку Алексей Геннадьевич опытный бизнесмен, владелец успешной компании Faberlic, адресат понимает, что к его мнению стоит прислушаться.

Для реализации данных коммуникативных тактик используются следующие языковые средства: метафора (**мотор** экономики), повторение (*где создаётся добавленная стоимость. Сумма добавленной стоимости и есть ВВП страны!* / *Нам нельзя снижать пошлины на готовые продукты и сырьё, которые в России производятся, а вот снижать пошлины на то сырьё, которое не производится, можно и нужно*), противопоставление (*нельзя / можно и нужно*), восклицательное предложение (*Сумма добавленной стоимости и есть ВВП страны!*), косвенная форма инклюзивного местоимения «мы» (**Нам** нельзя снижать пошлины).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

I gently say to the hon. Gentleman that £37 billion of support is being targeted at the most vulnerable and will come over the next few months, from the summer through the autumn and winter, to help with the price cap. As we said, we do expect the cap to increase significantly in the autumn, which is why we have put the support in place (Rishi Sunak. Cost of Living. 28.06.22).

Коммуникативный ход (*I gently say to the hon. Gentleman that £37 billion of support is being targeted at the most vulnerable and will come over the next few months, from the summer through the autumn and winter, to help with the price cap. As we said, we do expect the cap to increase significantly in the autumn, which is why we have put the support in place* – Я со всей учтивостью говорю уважаемому Джентльмену, что поддержка в размере 37 миллиардов фунтов стерлингов предназначена для наиболее уязвимых слоев населения и будет предоставлена в течение следующих нескольких месяцев, с лета по осень и зиму, чтобы помочь с ограничением цен. Как мы уже говорили, осенью мы действительно ожидаем значительного увеличения потолка, поэтому мы установили поддержку) реализует тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Премьер-министр Великобритании, отвечая на вопросы парламентариев, объясняет принцип расходования государственных средств. Разъясняя сложные моменты, адресант делится с адресатом информацией и актуализирует кооперационную коммуникативную стратегию демонстрация своих интеллектуальных способностей.

Для реализации данной коммуникативной тактики используются следующие языковые средства: эксклюзивное местоимение «I» (*I gently say*), обращение в вежливой форме (*the hon. Gentleman*), превосходная степень

сравнения прилагательного (*the most vulnerable*), эксклюзивное местоимение «we» (*As we said, we do expect*), эмфатическое «do» (*we do expect the cap to increase significantly in the autumn*).

3. Тактика предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации

Коммуникативная тактика предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации как способ реализации глобальной цели кооперационного доминирования посредством демонстрации своих интеллектуальных способностей является намерением самопрезентации, проявляющимся в содействии адресату в преодолении сложных ситуаций.

Использование данной тактики свидетельствует об определенном интеллектуальном превосходстве адресанта, которое наряду с желанием оказать помощь адресату позволяет судить о доминировании политика по кооперационному типу. Например:

Пускай выпускники медицинских вузов и других учреждений среднего профессионального образования два-три года поработают на селе, а дальше – вперёд, совершать трудовые подвиги в городе или где им заблагорассудится. Конечно, надо увеличивать подъёмные средства. 1 миллион — уже неактуально, надо как минимум 3-5 миллионов, чтобы молодой специалист знал: пять лет отработал – у него квартира есть, может заводить семью, детей, и всё у него будет хорошо с жилплощадью. Надо вводить сельские надбавки, чтобы заработная плата специалистов на селе не сильно отличалась от московских зарплат или от зарплат в Московской области. Может быть, установить какие-то привлекательные условия по ипотеке, приём в ординатуру без конкурса в обязательном порядке для сельских врачей (Леонов С.Д., ЛДПР, 21.06.2022).

Коммуникативный ход (*Пускай выпускники медицинских вузов и других учреждений среднего профессионального образования два-три года поработают на селе, а дальше – вперёд, совершать трудовые подвиги в городе или где им заблагорассудится. Конечно, надо увеличивать подъёмные средства*) является инструментом реализации коммуникативной тактики предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Далее адресант с помощью коммуникативного хода (*1 миллион —*

уже неактуально, надо как минимум 3-5 миллионов, чтобы молодой специалист знал: пять лет отработал – у него квартира есть, может заводить семью, детей, и всё у него будет хорошо с жилплощадью) реализует тактику разьяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей) и тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (*надо как минимум 3-5 миллионов*).

Заключительный коммуникативный ход (*Надо вводить сельские надбавки, чтобы заработная плата специалистов на селе не сильно отличалась от московских зарплат или от зарплат в Московской области. Может быть, установить какие-то привлекательные условия по ипотеке, приём в ординатуру без конкурса в обязательном порядке для сельских врачей*) опять является вербальной экспликацией тактики предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей). В одном фрагменте высказывания адресант предлагает как минимум пять способов решения проблемы нехватки медицинских кадров, что позволяет адресанту продемонстрировать наличие высоких интеллектуальных способностей, направленных на благо общества.

Для осуществления обозначенных целей адресант использует разнообразные языковые средства, такие как побудительные предложения (*Пускай выпускники медицинских вузов и других учреждений среднего профессионального образования два-три года поработают на селе ...*), метафора (*совершать трудовые подвиги*), вводное слово, обозначающее уверенность (*Конечно*), повтор модального глагола необходимости (*надо / Надо*), эпитет (*привлекательные условия по ипотеке*), свидетельствующие о доминантном коммуникативном поведении политика и его желании помочь адресату в решении проблемы, в выходе из трудной ситуации.

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

I call on the Minister to review the detention clock for children, to roll out the Met's new approach to appropriate adults across the Met and the police nationwide, which will allow us to begin finally to have a child-first approach to police custody suites, and to implement opt-out legal representation system for children (Janet Daby. Rights of Children. 28.06.22).

Первый коммуникативный ход (*I call on the Minister to review the detention clock for children, to roll out the Met's new approach to appropriate adults across the Met and the police nationwide* – Я призываю министра пересмотреть сроки задержания детей, внедрить новый подход Метрополитена к соответствующим взрослым в Метрополитене и полиции по всей стране) реализует коммуникативную тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Далее адресант в коммуникативном ходе (*which will allow us to begin finally to have a child-first approach to police custody suites, and to implement opt-out legal representation system for children* – что позволит нам, наконец, начать использовать подход, ориентированный на детей, к полицейским изоляторам для содержания под стражей, а также внедрить юридическую систему без участия представителей детей) реализует коммуникативную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей).

Для реализации данных коммуникативных тактик используются следующие языковые средства: эксклюзивное местоимение «I» (*I call on the Minister*), косвенная форма эксклюзивного местоимения «we» (*which will allow us to begin finally to have a child-first approach*), повторение (*the detention clock for children / legal representation system for children; the Met's new approach / a child-first approach*).

3.3. Демонстрация своих моральных качеств как подвид стратегии самопрезентации

Третий подвид реализации коммуникативной стратегии самопрезентации – это демонстрация своих моральных качеств. Данная стратегия предполагает иллюкативную цель проявления положительных качеств адресанта, служащих благу адресата, что свидетельствует о кооперационном типе доминирования. Данная стратегия актуализируется в следующих тактиках:

1. Демонстрация патриотизма.
2. Проявление гуманизма.

1. *Тактика демонстрация патриотизма*

Коммуникативная тактика демонстрация патриотизма является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством демонстрация своих моральных качеств и представляет намерение самопрезентации в форме проявления своей любви к Родине.

Демонстрация относится к доминантному типу поведения. Для обоснования этого положения обратимся к лексикографическому описанию значения данного слова, обобщив существующие словарные дефиниции. Так, согласно «Словарю русского языка» под редакцией А.П. Евгеньевой, *демонстрация*: «действие по значению гл. демонстрировать», *демонстрировать*: «Предоставить (представлять) для обозрения, публично показать (показывать). || Нарочито подчеркнуть (подчеркивать), выставить (выставляя) напоказ» [СРЯ, Т. 1, 1999: 386]. Соответственно, *публично* от *публичный*: «Совершающийся в присутствии публики, предназначенный для всех желающих, открытый, гласный» [СРЯ, Т. 3, 1999: 555]. Перечисленные значения дают возможность выделения следующих компонентов дефиниций лексемы *демонстрация / демонстрировать*: «представлять для обозрения, публично показывать; нарочито подчеркивать, выставляя напоказ; открытый, гласный». Несомненно, представленные дефиниции коррелируют с основными компонентами лексемы *доминировать*: «быть основным, преобладать, главенствовать, первенствовать, играть первую скрипку, выделяться».

Патриотизм же – это «любовь к родине, преданность своему отечеству, своему народу» [СРЯ, Т. 3, 1999: 33]. Реализация коммуникативной тактики демонстрация патриотизма тесно связана с актуальной на сегодняшний день национальной идеей российской государственности. Патриотизм политиков предполагает не только наличие гордости за свою страну и за свою личную активную гражданскую позицию, но и уважительное отношение ко всем гражданам своего государства, помощь нуждающимся.

В России патриотизм часто ассоциируется с масштабными военными действиями. Как правило, российские граждане связывают данное понятие

с Великой Отечественной войной, в школе изучают подвиги советских солдат, большое внимание уделяется деятельности прославленных полководцев, служение Родине считается проявлением патриотизма. Приведем пример, в котором руководитель КПРФ Г.А. Зюганов демонстрирует личный патриотизм через призму патриотизма уже почивших старших членов семьи, которые храбро сражались за Родину:

У меня отец начал войну в 30 лет в первый день на бессарабской границе, я ему задал вопрос: почему вы так отчаянно сражались за Одессу и Севастополь? Под Севастополем он ногу потерял. Брат отца погиб в Белоруссии, Алексей погиб на Украине, младший брат приписал себе два года и в 17 лет пошёл защищать Кёнигсберг (вот Нилов хочет съездить), его там дважды тяжело ранило (Зюганов Г.А., КПРФ, 21.06.2022).

Коммуникативный ход (*У меня отец начал войну в 30 лет в первый день на бессарабской границе*) является инструментом реализации коммуникативной тактики демонстраирования патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстраирование моральных качеств) и тактики отсылки к историческим событиям (подвид стратегии самопрезентации – демонстраирование осведомленности). Адресант имплицитно, за счет описания патриотизма своего отца, начавшего сражаться за Родину с первого дня войны, демонстрирует и личный патриотизм.

Далее политик с помощью коммуникативного хода (*я ему задал вопрос: почему вы так отчаянно сражались за Одессу и Севастополь?*) реализует тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстраирование осведомленности), тактику демонстраирования патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстраирование моральных качеств) и тактику положительной оценки действий адресата (стратегия одобрения), восхищаясь мужеством своего отца и его фронтовых товарищей (*так отчаянно сражались*). Следующий коммуникативный ход (*Под Севастополем он ногу потерял*) – вербальная реализация тактики демонстраирования патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстраирование моральных качеств), подчеркивающей проявление жертвенности отца адресанта во имя всеобщего блага.

Коммуникативный ход (*Брат отца погиб в Белоруссии, Алексей погиб на Украине, младший брат приписал себе два года и в 17 лет пошёл защищать Кёнигсберг ...*, его там дважды тяжело ранило) реализует тактику демонстрирования патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование моральных качеств). Помимо отца, политик перечисляет еще троих представителей своей семьи, братьев отца, которые тоже героически воевали в Великой Отечественной войне. Адресант подчеркивает и интернациональный характер патриотизма членов своей семьи.

И в заключительном коммуникативном ходе (*вот Нилов хочет съездить*) также реализуется тактика демонстрирования патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование моральных качеств), но уже через призму патриотизма известного однопартийца, который проявляет активную гражданскую позицию и уважительное отношение к истории своей страны.

В качестве языковых средств используются эксклюзивное местоимение «я» и его косвенная форма (*У меня / я*), повторение (*почему вы так отчаянно сражались за Одессу и Севастополь? Под Севастополем он ногу потерял / Брат отца погиб в Белоруссии, Алексей погиб на Украине, младший брат приписал себе два года*), эпитеты (*отчаянно сражались / тяжело ранило*).

Приведем еще фрагмент выступления с данной тактикой, но уже демонстрирующий личный патриотизм на примере ныне живущих членов своей семьи:

Так что, хотя я – замораживают, хотя я – подогревают, ко мне это отношения не имеет. Добавлю, что мой сын учился в России, мой внук учится в российской школе, а младший, видимо, скоро пойдёт в российский детский сад (Смолин О.Н., КПРФ, 15.06.2022).

Первый коммуникативный ход (*Так что, хотя я – замораживают, хотя я – подогревают, ко мне это отношения не имеет*) представляет реализацию кооперационной коммуникативной тактики демонстрирования патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование моральных качеств) – адресант проявляет безразличие к санкциям недружественных по отношению к своей стране государств. И одновременно с этим

реализуется конфронтационная коммуникативная тактика критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента): адресант высказывает неодобрение непоследовательности в действиях недружественных стран. Используя параллельные конструкции (*хотя – замораживают, хотя – подогревают*), т.е. повторение одинаковых или похожих фраз и структур, политик усиливает эмоциональную интенсивность высказывания и подчеркивает негативные аспекты поведения и характеристик западных стран, создавая ритмически и эмоционально насыщенную речь. Повторение схожих структур в высказываниях создает накопительный эффект, усиливающий неодобрение сквозь призму критики. Это языковое средство подчеркивает постоянство негативных качеств дистантного адресата и усиливает негативное воздействие сказанного, поскольку предложения с ритмичным повторением схожих структур делают высказывание более выразительным и запоминающимся.

В следующем коммуникативном ходе (*Добавлю, что мой сын учился в России, мой внук учится в российской школе, а младший, видимо, скоро пойдёт в российский детский сад*) продолжается реализация тактики демонстрация патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация моральных качеств). Адресант подчеркивает свою независимость от санкций зарубежных государств, демонстрируя любовь к Родине самим фактом проживания своих сына (*мой сын учился в России*) и внуков (*мой внук учится в российской школе, а младший, видимо, скоро пойдёт в российский детский сад*) в России. Несмотря на то, что у них есть возможность учиться где бы то ни было, дети и внуки политика не покидают Россию. Интересно в этой связи замечание современного ведущего политических программ В. Соловьева по поводу патриотизма: «Патриотизм – это не подписка о невыезде. Это когда можешь сравнить и выбираешь Россию» [Гурьянов, <https://vz.ru/news/2017/10/2/889378.html>]. Для адресанта как представителя Коммунистической партии *патриотизм* – это «одно из наиболее глубоких чувств, закрепленных веками и тысячелетиями обособленных отечеств» [Ленин, 1969: 190]. Таким образом, политик использует тактику демонстрация личного патриотизма на примере младшего поколения своей семьи.

Языковые средства реализации представленных тактик: параллельные конструкции (*хотя* – *замораживают*, *хотя* – *подогревают*), антонимичные метафоры (*хотя* – *замораживают*, *хотя* – *подогревают*), повторение (*хотя* – *замораживают*, *хотя* – *подогревают* / *мой сын учился в России*, *мой внук учится / учился в России ... пойдёт в российский детский сад*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

The Minister has laid out the case for this legislation clearly, for which I thank her. As she says, Britain boasts a world-leading automotive sector, which supports hundreds of thousands of jobs across the country and contributes billions to the economy. We are proud to host a whole ecosystem of major international players: JLR, Nissan, Toyota and of course BMW, whose manufacture of BMW Minis in Oxford has become an iconic institution, supporting thousands of highly skilled, highly paid jobs, with more than 100 years of history in the area (Sarah Jones. Financial Assistance to Industry. 18.03.24).

Первый коммуникативный ход (*The Minister has laid out the case for this legislation clearly – Министр ясно изложила аргументы в пользу этого закона*) представляет тактику положительной оценки информации (стратегия одобрения). Далее адресант выражает благодарность министру за полученную информацию (*for which I thank her – за что я ей благодарен*). Следующий коммуникативный ход (*As she says, Britain boasts a world-leading automotive sector, which supports hundreds of thousands of jobs across the country and contributes billions to the economy – По ее словам, Великобритания может похвастаться ведущим в мире автомобильным сектором, который обеспечивает сотни тысяч рабочих мест по всей стране и вносит миллиарды в экономику*) одновременно реализует тактику апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) и тактику демонстрация патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация моральных качеств). При помощи цитирования косвенной речи министра адресант имплицитно делится своими патриотическими чувствами по отношению к достижениям Родины в автомобильной индустрии.

И заключительный коммуникативный ход (*We are proud to host a whole ecosystem of major international players: JLR, Nissan, Toyota and of*

course BMW, whose manufacture of BMW Minis in Oxford has become an iconic institution, supporting thousands of highly skilled, highly paid jobs, with more than 100 years of history in the area – Мы гордимся тем, что принимаем у себя целую экосистему крупных международных игроков: JLR, Nissan, Toyota и, конечно же, BMW, чье производство BMW Mini в Оксфорде стало знаковым объединением, поддерживающим тысячи высококвалифицированных и высокооплачиваемых рабочих мест и имеющим более чем 100-летнюю историю в регионе) также служит реализации двух коммуникативных тактик: демонстрирования патриотизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование моральных качеств) и разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей). Адресант выражает свой патриотизм через призму восхищения достижениями Британии в автомобильном секторе.

Для реализации перечисленных тактик политик использует следующие языковые средства: эксклюзивное местоимение «I» (*for which I thank her*); имена собственные – название своей страны, названия ведущих иностранных автомобильных компаний (*Britain boasts; JLR / Nissan / Toyota / BMW*); метонимия (*Britain boasts*); инклюзивное местоимение «we» (*We are proud to host*); эпитеты (*a world-leading automotive sector; an iconic institution; highly skilled, highly paid jobs*); лексемы, выражающие большие числовые показатели (*supports hundreds of thousands of jobs; contributes billions to the economy; supporting thousands of highly skilled, highly paid jobs; with more than 100 years of history in the area*).

2. Тактика проявления гуманизма

Коммуникативная тактика проявления гуманизма является одним из способов реализации глобальной цели кооперационного доминирования. Она реализуется посредством демонстрирования своих моральных качеств и представляет намерение самопрезентации в форме проявления уважения к человеческому достоинству.

Гуманизм – это «отношение к людям, проникнутое любовью к человеку, заботой об его благе, уважением к человеческому достоинству» [СРЯ, Т. 1, 1999: 357]. Отметим, что *гуманизм* (лат. *humanus* – человеческий) пред-

ставляет собой мировоззренческую систему, фундаментальными принципами которой являются проявления защиты достоинства и ценности каждой личности, где любой человек вправе рассчитывать на свободу и счастье.

Тактика проявления гуманизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация моральных качеств) подтверждает наличие у политика человеколюбия, проявляющегося в уважении к личности человека, внимании к потребностям отдельного индивида, что в свою очередь свидетельствует о кооперационном типе доминирования. Например:

Да нет, ну, наш гуманизм, смотрите, веками подкреплялся, поэтому мы так себя ведём. Вот островитяне, у них психология большая абсолютно: они думают только о себе – что японцы, что англичане, сущность жизни одна, нет у них простора, человеколюбия нет. Озlobляются на всех и так себя ведут (Володин В.В., Единая Россия, 15.06.2022).

Фрагмент выступления начинается с коммуникативного хода (*Да нет, ну, наш гуманизм, смотрите, веками подкреплялся, поэтому мы так себя ведём*) тактики проявления гуманизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация моральных качеств), тактики разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Адресант объясняет наличие российского гуманизма вековой историей России. Происходит генерализация личностных качеств россиян, таких как сострадание, доброта, человечность, бескорыстие, альтруизм всех русских людей.

Следующий коммуникативный ход (*Вот островитяне, у них психология большая абсолютно: они думают только о себе – что японцы, что англичане, сущность жизни одна, нет у них простора, человеколюбия нет. Озlobляются на всех и так себя ведут*) является инструментом реализации амбивалентного характера гиперстратегии доминирования: он реализует конфронтационную тактику уличения в игнорировании моральных норм и ценностей (стратегия обвинения оппонента) и кооперационную тактику разъяснения (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). По мнению адресанта, жители Японии и Великобритании, в отличие от россиян, не обладают системой гуманного человеческого общества, что обусловлено островным положением данных

государств. Таким образом, в рамках коммуникативной стратегии демонстрации своих моральных качеств как подвида стратегии самопрезентации происходит актуализация тактики проявления гуманизма в соответствии с принципом «свой – чужой».

Реализация данных тактик происходит при помощи следующих языковых средств: усилительная частица (*Да нет*), побудительное предложение (*смотрите*), инверсия (*у них психология больная абсолютно*), повторение (*у них психология больная абсолютно / нет у них простора, человеколюбия нет / что японцы, что англичане*), эпитет (*у них психология больная абсолютно*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

We know that with the right preparation and support the overwhelming majority of young people with SEND are capable of sustained and paid employment. The National Careers Service offers young people with SEND aged 19 to 24 tailored support from careers advisers. We are investing £80 million until 2025 to build capacity and support an internship programme. We have also launched a mentoring pilot for disabled apprentices (Robert Halfon. Apprenticeships: Occupation Range. 11.03.24).

Первый коммуникативный ход (*We know that with the right preparation and support the overwhelming majority of young people with SEND are capable of sustained and paid employment – Мы знаем, что при правильной подготовке и поддержке подавляющее большинство молодых людей с SEND способны найти устойчивую и оплачиваемую работу*) реализует коммуникативную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) и тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Адресант объясняет, как социализировать молодых людей с особыми нуждами и потребностями в учёбе (*SEND – special educational needs and disabilities*). Политик сам является человеком с ограниченными физическими возможностями, поскольку из-за ДЦП пользуется костылями, поэтому он лично причастен к данной проблеме, что вызывает у адресата доверие к его словам.

В следующем коммуникативном ходе (*The National Careers Service offers young people with SEND aged 19 to 24 tailored support from careers advisers. We are investing £80 million until 2025 to build capacity and support an internship programme. We have also launched a mentoring pilot for disabled apprentices* – Национальная служба карьеры предлагает молодым людям с программой SEND в возрасте от 19 до 24 лет индивидуальную поддержку со стороны консультантов по вопросам карьеры. Мы инвестируем 80 миллионов фунтов стерлингов до 2025 года в наращивание потенциала и поддержку программы стажировок. Мы также запустили пилотный проект наставничества для учеников-инвалидов) реализуется тактика проявления гуманизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация моральных качеств). Адресант перечисляет, что делается на государственном уровне для людей с ограниченными возможностями. Данная тактика свидетельствует о наличии человеколюбия, которое проявляется в уважении к личности любого человека, внимании к потребностям отдельного индивида.

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: эпитеты (*the overwhelming majority of young people with SEND; sustained and paid employment*); повторение (*We know / We are investing / We have also launched; majority of young people with SEND / young people with SEND aged 19 to 24*).

Феномен доминирования в конфронтационной коммуникации

Поскольку феномен доминирования в качестве языковой категории функционирует как амбивалентная коммуникативная гиперстратегия, далее рассмотрим ее реализацию в конфронтационной коммуникации, которая, в отличие от кооперационной, ориентирована только на интересы адресанта, не учитывающего в коммуникации принцип кооперации и категорию вежливости.

Конфронтационное доминирование проявляется в подавлении адресата и воплощается в конфронтационных коммуникативных стратегиях и соответствующих им тактиках. На основе проанализированных коммуникативных ситуаций нами были выделены следующие конфронтационные

коммуникативные стратегии и соответствующие им тактики, реализующие гиперстратегию доминирования в политическом дискурсе [Зюбина, 2023]:

1. Коммуникативная стратегия неодобрения оппонента

1. Тактика отрицательной оценки интеллектуальных качеств оппонента.
2. Тактика критики действий оппонента.
3. Тактика несогласия с мнением оппонента.
4. Тактика оскорбления.
5. Тактика навешивания ярлыков.

2. Коммуникативная стратегия обвинения оппонента

1. Тактика обвинения в несправедливости.
2. Тактика обвинения в нарушении моральных норм и ценностей.
3. Тактика обвинения в недосказанности, нечестности.
4. Тактика обвинения в сложившейся негативной ситуации.

3. Коммуникативная стратегия угрозы оппоненту

1. Тактика угрозы негативными последствиями.
2. Тактика угрозы созданием чувства страха.
3. Тактика угрозы настоящему и будущему отсылкой к прошлому.

4. Коммуникативная стратегия требования подчинения

1. Тактика презентации собственной исключительности.
2. Тактика назидательного совета адресату.
3. Тактика корректировки поведения оппонента.
4. Тактика оппозиции по статусному превосходству.

Рассмотрим выявленные нами конфронтационные коммуникативные стратегии и соответствующие им коммуникативные тактики, актуализирующие доминирование-агрессию в российском и затем британском политическом дискурсе.

1. Коммуникативная стратегия неодобрения оппонента

Приведем примеры коммуникативных ситуаций с иллокутивной целью конфронтационного доминирования посредством неодобрения оппонента и с ожидаемым перлокутивным эффектом доминирования-агрессии адресата. В целях достижения коммуникативного намерения адресанта используются следующие коммуникативные тактики:

1. Отрицательная оценка интеллектуальных качеств оппонента.
2. Критика действий оппонента.
3. Несогласие с мнением оппонента.
4. Оскорбление.
5. Навешивание ярлыков.

1. Тактика отрицательной оценки интеллектуальных качеств оппонента

Коммуникативная тактика отрицательной оценки интеллектуальных качеств оппонента является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством неодобрения и представляет оценку в форме суждения по поводу умственных способностей оппонента.

Любая оценка свидетельствует о проявлении позиции превосходства, реализация же тактики отрицательной оценки интеллектуальных качеств оппонента указывает на доминирующую позицию адресанта, заключающуюся в подавлении адресата. Для обоснования этого положения мы ранее обратились к лексикографическим описаниям значений слова *оценивание* и связанных с ним лексем. Обобщение существующих дефиниций позволило прийти к выводу, что все они объединены признаком доминантного отношения к другому человеку. Например:

Уважаемые коллеги, мы с вами все очень обеспокоены социальной поддержкой наших граждан, особенно тех, уровень доходов которых очень низок. Но давайте включать голову (Стенякина Е.П., Единая Россия, 21.06.2022).

Адресант начинает свое выступление с коммуникативного хода (*Уважаемые коллеги*) тактики демонстрации уважительного обращения к адресату. Далее политик использует коммуникативный ход (*мы с вами все очень обеспокоены социальной поддержкой наших граждан, особенно тех, уровень доходов которых очень низок*), реализующий коммуникативную тактику сближения / объединения с собеседником, направленную на расположение собеседника к себе, установление контакта (*мы с вами все*) и тактику

проявления гуманизма (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация моральных качеств), направленного на заботу о наиболее нуждающихся гражданах государства (*тех, уровень доходов которых очень низок*).

Следующий коммуникативный ход (*Но давайте включать голову*) является инструментом реализации одновременно кооперационной тактики вовлечения в социально значимое поведение (стратегия инициирования сотрудничества) и конфронтационной тактики отрицательной оценки интеллектуальных качеств оппонента (стратегия неодобрения оппонента). Адресант в дружеской форме дает совет коллегам, выказывая желание сотрудничества (*давайте: «Разг. Выражает приглашение к совместному действию»* [СРЯ, т. 1, 1999: 360]. Но имплицитно политик недооценивает интеллектуальные способности парламентариев, поскольку просит их подумать наконец-то самостоятельно. Словосочетание *включить голову* имеет синоним *включить мозг*: «разг. начать самостоятельно думать, размышлять, сопоставлять, анализировать» [Викисловарь, <https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D0%B2%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D1%87%D0%B8%D1%82%D1%8C+%D0%BC%D0%BE%D0%B7%D0%B3>]. В Словаре бизнес-сленга Е. Погребняк данное устойчивое выражение отмечается как «вежливое предложение подчиненному использовать аналитические способности и креативные навыки» [СБС, https://business_slang.academic.ru/653/включите_голову], что свидетельствует о косвенной оценке низких интеллектуальных качеств адресата и о намерении адресанта доминировать в коммуникации. Инклюзивный императив (*давайте включать голову*), представляющий собой глагольную форму, используемую для выражения предложения-требования, усиливает негативный характер высказывания и подчеркивает властное, доминирующее отношение адресанта к адресату. Императивы позволяют авторам не только выражать напрямую свои требования и ожидания, что часто сопровождается отрицательной эмоциональной окраской за счет категоричности и бескомпромиссности команд, но и могут служить для выражения насмешки и сарказма, делая высказывания более прямыми и интенсивными, что усиливает конфликтогенный потенциал коммуникации.

Реализация коммуникативных тактик в данном фрагменте осуществляется при помощи следующих языковых средств: уважительное обращение (*Уважаемые коллеги*), инклюзивное местоимение «мы» и его притяжательная форма (*мы с вами все очень обеспокоены социальной поддержкой наших граждан*), повтор наречия (*очень обеспокоены социальной поддержкой наших граждан, особенно тех, уровень доходов которых очень низок*), инклюзивный императив (*давайте включать голову*), метафора (*включать голову*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

My constituents in Bury South have had inflicted on them tax and national insurance rises – the inadequate 5p cut to fuel duty barely touched the sides – by a Chancellor who has clearly run out of ideas (Christian Wakeford. Cost of Living. 28.06.22).

Первый коммуникативный ход (*My constituents in Bury South have had inflicted on them tax and national insurance rises – Моим избирателям в Бери-Саут повысили налоги и плату за национальное страхование*) является иллюстрацией амбивалентности гиперстратегии доминирования: он одновременно реализует кооперационную коммуникативную тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) и конфронтационную коммуникативную тактику критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента). Политик, информируя о негативной ситуации, связанной с его избирателями, обращается не только напрямую к премьер-министру Великобритании Риши Сунаку, но и опосредованно к канцлеру – виновнику ухудшения жизни в избирательном округе адресанта.

В следующем коммуникативном ходе (*the inadequate 5p cut to fuel duty barely touched the sides – неадекватное снижение пошлины на топливо на 5 пенсов едва коснулось сторон*) адресант дает пояснение ситуации, реализуя коммуникативную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Заключительный коммуникативный ход (*by a Chancellor who has clearly run out of ideas – из-за канцлера, у которого явно закончились идеи*) является инструментом реализации двух коммуникативных конфронтационных тактик: обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия

обвинения оппонента) и отрицательной оценки интеллектуальных качеств оппонента (стратегия неодобрения оппонента). Адресант напрямую (*clearly*) дает низкую оценку умственным способностям канцлера, который не способен разрешить негативную ситуацию (*has ... run out of ideas*).

Для реализации перечисленных тактик использованы следующие языковые средства: эксклюзивное местоимение «*my*» (*My constituents in Bury South*); страдательный залог с указанием действующего лица (*My constituents in Bury South have had inflicted on them tax and national insurance rises ... by a Chancellor*); эпитеты (*the inadequate 5p cut; barely touched*); наречие, выражающее уверенность (*clearly*).

2. Тактика критики действий оппонента

Коммуникативная тактика критики действий оппонента является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством неодобрения и представляет критическую оценку в форме суждения по поводу поведения оппонента.

Критика относится к доминантному типу поведения. Для обоснования этого положения обратимся к лексикографическому описанию значения данного слова, обобщив существующие словарные дефиниции. Так, согласно Толковому словарю С.И. Ожегова, *критика* означает «1. Обсуждение, разбор чего-н. с целью вынести оценку; 2. Отрицательное суждение о чем-н., указание недостатков (разг.)» [Ожегов, 1997: 253]. В Словаре русского языка под редакцией А.П. Евгеньевой лексема *критика* имеет следующее значение: «Обсуждение, разбор чего-л. с целью оценить достоинства, обнаружить и выправить недостатки. || Разг. Отрицательное суждение о чем-л.» [СРЯ, т. 2, 1999: 130]. Criticism: «Criticism is the action of expressing disapproval of something or someone. A criticism is a statement that expresses disapproval» – «Критика – это действие, выражающее неодобрение чего-либо или кого-либо. Критика – это высказывание, выражающее неодобрение» [CCALD, <https://slovar-vocab.com/english/collins-cobuild-dictionary/criticism-6662919.html>]. В приведенных дефинициях превалируют семы «с целью оценить, выявить недостатки / обнаружить и выправить; неодобрение», свидетельствующие о позиции превосходства и намерении доминировать. Например:

Извините, я не люблю в политику вдаваться, но, когда я слышу, что фракция всё время работает, всё время работает, – коллеги, получается, что лучше бы не работали, потому что положение учителя явно ухудшается (Смолин О.Н., КПРФ, 21.06.2022).

Первый коммуникативный ход (*Извините*) реализует коммуникативную тактику просьбы о прощении. Произнесенный заранее, до критики действий оппонента, такой жест вежливости является формальностью и нацелен на подготовку адресата к неприятной информации. Подобные извинения часто употребляют перед использованием резких или даже грубых слов. Факт же искреннего принесения извинения постфактум является важной составляющей в коммуникации с юридической точки зрения. «В юридическом контексте принесение извинений может послужить поводом к прекращению судебных разбирательств (в том случае, если оно будет служить примирению сторон)» [Томильцева, 2010: 46].

Следующий коммуникативный ход (*я не люблю в политику вдаваться*) имплицитно реализует коммуникативную тактику оправдания за последующие коммуникативные действия, поскольку адресат понимает истинное намерение адресанта, использующего данный оксюморон: представитель политической элиты – парламентарий – не может не интересоваться политикой и не углубляться в политические темы. Далее с помощью коммуникативного хода (*когда я слышу, что фракция всё время работает, всё время работает*) адресант реализует тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности). И уже после всех этих предварительных коммуникативных тактик адресант при помощи коммуникативного хода (*коллеги, получается, что лучше бы не работали, потому что положение учителя явно ухудшается*) реализует тактику критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента), с помощью безличного предложения (*получается*) осторожно нивелируя ответственность за произносимую критику в адрес ведущей партии.

Реализация данных коммуникативных тактик осуществляется при помощи следующих языковых средств: эксклюзивное местоимение «я» (*я не люблю в политику вдаваться, но, когда я слышу*); повторение (*фракция всё время работает, всё время работает*); противопоставление (*фракция всё*

время работает, всё время работает ... лучше бы не работали); инклюзивное обращение (*коллеги*); безличное предложение (*получается*); усилительное наречие и глагол с отрицательной коннотацией (*явно ухудшается*).

Такая критика при помощи интерпретации слов представителя другой партии обладает конфликтогенным потенциалом, что в дальнейшем может привести к конфронтации двух фракций.

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

Finally, there is the revelation that the Home Office has gone a shocking £5 billion over budget this year because it failed on the backlog, on returns, on hotels and on Rwanda – 14 years of Tory Government, wasting taxpayers' money, weakening Britain's security. They have bust the Home Office budget and broken Britain's borders. Instead of hiding and running away, why do they not just get out of the way and let someone else do the job properly? (Yvette Cooper. Independent Chief Inspector of Borders and Immigration. 4.03.24).

Первый коммуникативный ход в данном фрагменте (*Finally, there is the revelation that the Home Office has gone a shocking £5 billion over budget this year – Наконец, стало известно, что министерство внутренних дел в этом году превысило бюджет на шокирующие 5 миллиардов фунтов стерлингов*) одновременно реализует конфронтационную коммуникативную тактику критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента) и кооперационную тактику оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности).

Следующий коммуникативный ход (*because it failed on the backlog, on returns, on hotels and on Rwanda – 14 years of Tory Government, wasting taxpayers' money, weakening Britain's security – потому что оно не смогло справиться с задолженностями, рентабельностью, гостиницами и Руандой – 14 лет правления тори, растрата денег налогоплательщиков, ослабление британской безопасности*) реализует не только конфронтационную тактику критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента), но и кооперационную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) наряду с тактикой оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности).

Адресант, являясь представителем лейбористской партии, критикует правление тори и одновременно осуществляет самопрезентацию положительных качеств. В третьем коммуникативный ход (*They have bust the Home Office budget and broken Britain's borders – Они разорили бюджет Министерства внутренних дел и нарушили границы Великобритании*) реализуется тактика обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента).

Заключительный коммуникативный ход в данном фрагменте (*Instead of hiding and running away, why do they not just get out of the way and let someone else do the job properly? – Вместо того, чтобы прятаться и убежать, почему они просто не уходят с дороги и не позволяют кому-то другому выполнить работу должным образом?*) реализует конфронтационную тактику обвинения в недосказанности, нечестности (стратегия обвинения оппонента) и одновременно кооперационную тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Адресант задает риторический вопрос – утверждение, замаскированное под вопрос, которое не требует ответа и служит для усиления эмоционального воздействия, подчеркивания негативного отношения и создания агрессивного тона общения. В англоязычном политическом дискурсе риторические вопросы позволяют выражать сарказм и иронию. Эти высказывания не предполагают реального запроса информации, а предназначены для подчеркивания негативного мнения автора о собеседнике, что усиливает агрессивный характер сообщения. Риторические вопросы часто используются для выражения недовольства или возмущения, акцентируя внимание на предполагаемых недостатках или ошибках адресата, создавая атмосферу критики и конфронтации. Применение таких вопросов позволяет авторам высказывать агрессию в завуалированной форме, делая ее более социально приемлемой, но не менее ощутимой.

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: эпитеты (*a shocking £5 billion over budget; let someone else do the job properly*); количественные числительные (*£5 billion over budget; 14 years of Tory Government*); повторение (*failed on the backlog, on returns, on hotels and on Rwanda; the Home Office has gone a shocking £5 billion over budget /*

They have bust the Home Office budget); лексемы с отрицательной семантикой (*has gone a shocking £5 billion over budget; because it failed on the backlog; wasting taxpayers' money; weakening Britain's security; They have bust the Home Office budget and broken Britain's borders; Instead of hiding and running away*); риторический вопрос (*Instead of hiding and running away, why do they not just get out of the way and let someone else do the job properly?*).

3. Тактика несогласия с мнением оппонента

Коммуникативная тактика несогласия с мнением оппонента является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством неодобрения и представляет критическую оценку в форме суждения по поводу точки зрения оппонента.

Приведем лексикографическое описание значения лексемы *несогласие*: «отсутствие единомыслия, разногласие в чем-н.» [Ожегов, 1997: 340]; «отсутствие согласия, согласованности в чем-л.; разногласие» [СРЯ, Т. 2, 1999: 480]. При этом *разногласие*: «отсутствие согласия вследствие несходства в мнениях, во взглядах, в интересах» [СРЯ, Т. 3, 1999: 620]. Несогласие является проявлением активной жизненной позиции, свидетельствующей о доминантном положении адресанта. Например:

Ну что я могу на это сказать? Это ваше право. Вы, как депутат Государственной Думы, вправе выступить с законодательной инициативой о приравнивании заработной платы депутата к заработной плате учителя, только что окончившего учебное заведение. Поэтому давайте говорить о серьёзных вещах. Я не знаю, в чём вы видите пинг-понг, но, вообще, есть порядок: когда вносится законопроект, который требует дополнительного финансирования, тогда сразу определяется источник, откуда это финансирование берётся. И другой постановки вопроса у нас в Регламенте нет (Тарасенко М.В., Единая Россия, 21.06.2022).

Первый коммуникативный ход (*Ну что я могу на это сказать?*) при помощи риторического вопроса реализует коммуникативную тактику привлечения произвольного внимания, являясь, скорее, эмфатическим поглаживанием в начале фразы и готовя почву для дальнейшего несогласия с оппонентом. С помощью следующего коммуникативного хода (*Это ваше*

право. Вы, как депутат Государственной Думы, вправе выступить с законодательной инициативой о приравнивании заработной платы депутата к заработной плате учителя, только что окончившего учебное заведение) адресант отвечает на свой же вопрос и констатирует наличие у адресата права законодательной инициативы, реализуя коммуникативную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). И уже в коммуникативном ходе (*Поэтому давайте говорить о серьёзных вещах*) имплицитно реализуется конфронтационная коммуникативная тактика несогласия с мнением оппонента (стратегия неодобрения оппонента) и кооперационная тактика призыва следовать примеру адресанта (стратегия инициирования сотрудничества). При помощи призыва (*говорить о серьёзных вещах*) адресант акцентирует внимание на том, что высказанная ранее инициатива не является серьёзным подходом к делу, поэтому адресант с ней не согласен.

Далее при помощи коммуникативного хода (*Я не знаю, в чём вы видите пинг-понг, но, вообще, есть порядок: когда вносится законопроект, который требует дополнительного финансирования, тогда сразу определяется источник, откуда это финансирование берётся. И другой постановки вопроса у нас в Регламенте нет*) политик реализует коммуникативную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) и одновременно тактику несогласия с мнением оппонента (стратегия неодобрения оппонента). Адресант уже в более твердой форме объясняет причины своего несогласия с мнением депутата по поводу внесения законопроекта, требующего дополнительного финансирования, и приходит к однозначному выводу (*И другой постановки вопроса у нас в Регламенте нет*).

Для реализации перечисленных тактик использованы разнообразные языковые средства: риторический вопрос (*Ну что я могу на это сказать?*); повторение (*Ну что я могу на **это** сказать? **Это** ваше право // требует дополнительного **финансирования** / откуда это **финансирование** берётся*); противопоставление эксклюзивного местоимения «вы» и его форм эксклюзивному местоимению «я» (*ваше / Вы / вы // Я*); эпитет (*говорить о **серьёзных** вещах*); метафора (*в чём вы видите **пинг-понг***).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

I say to the Minister: do not give us any garbage about the Tories having a plan. That is not a plan; it is a farce. Why do they not stop wasting that money and instead put it into rebuilding border security and stopping the criminal gangs? That is Labour's plan (Yvette Cooper. Independent Chief Inspector of Borders and Immigration. 4.03.24).

Адресант начинает с коммуникативного хода (*I say to the Minister: do not give us any garbage about the Tories having a plan* – Я говорю министру: не надо нам нести всякую чушь о том, что у Тори есть план), реализующего тактику оскорбления, тактику несогласия с мнением оппонента (стратегия неодобрения оппонента) и тактику обвинения в недосказанности, нечестности (стратегия обвинения оппонента). Причем адресованы они и министру (*do not give us any garbage*), и всей партии Тори (*garbage about the Tories having a plan*).

Следующий коммуникативный ход (*That is not a plan; it is a farce* – Это не план; это фарс) реализует тактику несогласия с мнением оппонента (стратегия неодобрения оппонента). Затем адресант в коммуникативном ходе (*Why do they not stop wasting that money and instead put it into rebuilding border security and stopping the criminal gangs?* – Почему они не перестают тратить эти деньги и вместо этого направлять их на восстановление безопасности границ и остановку преступных группировок?), представляющем риторический вопрос, одновременно реализует кооперационную тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) и конфронтационную тактику обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента).

Завершается данный фрагмент коммуникативным ходом (*That is Labour's plan* – Это план лейбористов), реализующим тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Адресант противопоставляет бездействию партии Тори и имеющийся у лейбористов план изменить создавшуюся негативную ситуацию в стране.

Языковые средства реализации данных тактик: эксклюзивное личное местоимение «I» (*I say to the Minister*); побудительное предложение (*do not*

give us any garbage about the Tories having a plan); лексемы с отрицательной семантикой (*do not give us any garbage; wasting that money; criminal gangs*); повторы (*the Tories having a plan / That is not a plan / That is Labour's plan; Why do they not stop wasting that money / and stopping the criminal gangs*); противопоставление (*garbage about the Tories having a plan / rebuilding border security and stopping the criminal gangs? That is Labour's plan*).

4. Тактика оскорбления

Коммуникативная тактика оскорбления является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством очернения (выражения презрения) оппонента и представляет умышленное унижение в грубой форме.

Согласно лексикографическому описанию значения слова *оскорбление* в «Словаре русского языка» под редакцией А.П. Евгеньевой, оно означает действие по значению глагола *оскорбить*, т.е. «Крайне обидеть, унижить кого-л.; уязвить, задеть в ком-л. какие-л. чувства || Осквернить, унижить чем-л. неподобающим» [СРЯ, Т. 2, 1999: 647]. В «Толковом словаре русского языка» под редакцией Д.Н. Ушакова *оскорбить*: «Крайне унижить, обидеть, причинить моральный ущерб, боль кому-чему-н.» [ТСРЯ, Т. 2, 1947: 433]. *Insult*: «3. You say to add insult to injury when mentioning an action or fact that makes an unfair or unacceptable situation even worse» – «1. Если кто-то оскорбляет вас, он говорит или делает что-то грубое или оскорбительное. 2. Оскорбление – это грубое замечание или то, что человек говорит или делает, что оскорбляет вас» [CCALD, <https://slovar-vocab.com/english/collins-cobuild-dictionary/insult-6673072.html>]. Очевидно, что дефиниции, относящиеся к лексемам *оскорбить / insult*, коррелируют с признаком «конфронтационное доминирование». Например:

Польша – это сегодня гнездо такое, знаете, производственное гнездо для многих ТНК, где они делают товары для всей Восточной Европы и для России в частности. Надо бить там, где у них лежбище, помните? (Нечаев А.Г., Новые люди, 6.07.2022).

Первый коммуникативный ход в данном фрагменте (*Польша – это сегодня гнездо такое, знаете, производственное гнездо для многих ТНК,*

где они делают товары для всей Восточной Европы и для России в частности) реализует одновременно кооперационную коммуникативную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) и конфронтационную тактику оскорбления (стратегия неодобрения оппонента).

Второй коммуникативный ход (*Надо бить там, где у них лежбище, помните?*) также является иллюстрацией амбивалентности гиперстратегии доминирования: он реализует кооперационную коммуникативную тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) и конфронтационную тактику оскорбления (стратегия неодобрения оппонента). В обоих случаях главным орудием оскорбления является метафора. Следует отметить, что при производстве лингвоэкспертизы текста с метафорой, обладающего конфликтогенным потенциалом, возникает целый ряд трудностей. Мы придерживаемся определения метафоры, данного признанным авторитетом в юридической лингвистике А.Н. Барановым, по мнению которого «Метафора – это когнитивный феномен, представленный на уровне языковых форм словом, словосочетанием, фрагментом текста, а иногда и целым текстом, семантика которого сформировалась как результат осмысления сущности одной понятийной области через другую понятийную область: в ее категориях и свойственной ей понятиях» [Баранов, 2007: 71]. В данном фрагменте выступления политик используются зоосемантические метафоры, и именно этот вид метафор чаще всего встречается в конфликтных текстах. По мнению В.И. Жельвиса, «Безусловная непристойность – уподобление человека какому-нибудь животному, обычно отрицательно воспринимаемому» [Жельвис, 2000, <https://>]. В рассматриваемом примере политик называет целую страну «гнездом» (*Польша – это сегодня гнездо такое, знаете, производственное гнездо для многих ТНК*) и «лежбищем» (*Надо бить там, где у них лежбище, помните?*). Метафора *гнездо* в контексте транснациональных корпораций обозначает «тайный, укромный притон, пристанище (книж.)» [ТСРЯ, Т. 1, 1947: 327], а лексема *лежбище* – «1. Место, где лежат стадами некоторые морские животные. 2. Охот. Место, где лежит, скрывается зверь, а также след лежавшего на земле зверя» [СРЯ, Т. 2, 1999: 172]. Приведенные зоонимы используются для унижения адре-

сата, приравнивая его к животному, которое часто ассоциируется с подчиненностью и низким статусом, поэтому использование зоосемантических метафор в данной коммуникативной ситуации является актуализацией неодобрения целой страны и представляет умышленное оскорбление, что свидетельствует о проявлении конфронтационного доминирования адресанта.

Языковыми средствами реализации данных тактик являются следующие: метафоры (*гнездо, лежбище*), повторение (*Польша – это сегодня гнездо такое, знаете, производственное гнездо для многих ТНК*), вопросительное предложение (*Надо бить там, где у них лежбище, помните?*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

The hon. Member can keep parroting figures and chuntering from the Back Benches, but I would rather he came forward with a credible alternative plan (Tom Pursglove. Independent Chief Inspector of Borders and Immigration. 4.03.24).

Первый коммуникативный ход (*The hon. Member can keep parroting figures and chuntering from the Back Benches – Дistinguished Член Палаты может продолжать повторять цифры, как попугай, и брюзжать со своего места*) представляет ответ адресанта на предыдущую повторяющуюся дважды реплику Эндрю Гвинна (*Five billion pounds*), прерывающую выступление адресанта. Данный коммуникативный ход реализует конфронтационную тактику оскорбления (стратегия неодобрения оппонента) и тактику отрицательного оценивания интеллектуальных качеств оппонента (стратегия неодобрения оппонента) – адресант использует зоосемантическую метафору (*can keep parroting figures*). Обратимся к лексикографическому источнику. *To parrot*: «If you parrot something that someone else has said, you repeat it, often without understanding what it means, rather than thinking what to say yourself», т.е. «Если вы повторяете что-то, что сказал кто-то другой, вы повторяете это, часто не понимая, что это значит, вместо того, чтобы думать, что сказать самому» [CCELD, 1987: 1043-1044]. Зоосемантическая метафора *parroting* используется для того, чтобы представить оппонента как низшее существо, ассоциируя его с животным – птицей (попугаем), что передает пренебрежение и презрение адресанта к адресату. Остановившись таким образом выкрикивающего с места политика, выступающий имплицитно реализует и тактику корректировки поведения оппонента

(стратегия требования подчинения).

Второй коммуникативный ход (*but I would rather he came forward with a credible alternative plan – но я бы предпочел, чтобы он предложил заслуживающий доверия альтернативный план*) реализует тактику корректировки поведения оппонента (стратегия требования подчинения). Помимо этого, адресант имплицитно использует тактику критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента), намекая на то, что план адресанта не заслуживает доверия.

Для реализации данных тактик в качестве языковых средств адресант использует метафору (*The hon. Member can keep **parroting** figures*), лексему с негативной коннотацией (***chuntering** from the Back Benches*), противопоставление эксклюзивного личного местоимения «I» эксклюзивному личному местоимению «he» (*but **I** would rather **he** came forward*), эпитет (*a **credible** alternative plan*).

5. Тактика навешивания ярлыков

Коммуникативная тактика навешивания ярлыков является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством неодобрения оппонента и представляет умышленное приписывание адресату негативных качеств.

Согласно «Фразеологическому словарю русского литературного языка», *навешивание ярлыков* – это «необоснованное приписывание кому-либо каких-либо свойств, качеств и т. п. (обычно негативного характера)» [Фёдоров, 2008: 386]. Синонимы к словосочетанию *навешивание ярлыков*: «политические ярлыки, речевая агрессия, проблемное поведение, оценочное суждение» [КС, <https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D0%9D%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D1%88%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5+%D1%8F%D1%80%D0%BB%D1%8B%D0%BA%D0%BE%D0%B2>]. Несомненно, все эти компоненты дефиниций, связанных со словосочетанием *навешивание ярлыков*, объединены признаком конфронтационного доминантного отношения адресанта к адресату. Например:

Не надо впадать в юридический фетишизм, прежде всего нужно исходить из здравого смысла (Смолин О.Н., КПРФ, 28.06.2022).

Коммуникативный ход (*Не надо впадать в юридический фетишизм, прежде всего нужно исходить из здравого смысла*) одновременно реализует кооперационную коммуникативную тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей) и конфронтационную тактику навешивания ярлыков (стратегия неодобрения оппонента). Адресант с помощью ярлыка *юридический фетишизм* выражает неодобрение действий оппонента (*Не надо впадать в юридический фетишизм*), присваивая ему глобальные негативные характеристики, заключающиеся в слепом бездумном поклонении законам, по которым функционирует правовая система общества, и призывает *исходить из здравого смысла*. Отметим, что ярлыки могут навешиваться на любое явление, процесс или действие, программируя слушающих на проявление предвзятости и предубежденности к объекту, на который навешивается ярлык. При этом с позиции юрислингвистики навешивание ярлыков зачастую связано с очернением, оскорблением, которые способны привести к конфликту.

Для реализации данных тактик в качестве языковых средств адресант использует противопоставление (*впадать в юридический фетишизм / исходить из здравого смысла*) и побудительные предложения (*Не надо впадать в юридический фетишизм / прежде всего нужно исходить из здравого смысла*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

The Chancellor has made a £46 billion unfunded commitment, leaving a gaping hole in the public finances, even bigger than the unfunded tax cuts announced in the Tory kamikaze mini-Budget just 18 months ago (Rachel Reeves. Budget Resolutions. 7.03.24).

Первый в представленном фрагменте коммуникативный ход (*The Chancellor has made a £46 billion unfunded commitment – Канцлер взял на себя непрофинансированное обязательство в размере 46 миллиардов фунтов стерлингов*) реализует конфронтационную тактику критики действий оппо-

нента (стратегия неодобрения оппонента) и кооперационную тактику оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности).

Далее в коммуникативном ходе (*leaving a gaping hole in the public finances, even bigger than the unfunded tax cuts announced in the Tory kamikaze mini-Budget just 18 months ago* – оставив зияющую дыру в государственных финансах, даже большую, чем необеспеченное снижение налогов, объявленное в мини-бюджете тори-камикадзе всего 18 месяцев назад) реализуется кооперационная тактика разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей) наряду с кооперационной тактикой оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности) и конфронтационная тактика навешивания ярлыков (стратегия неодобрения оппонента). Политик при помощи ярлыка *kamikaze* выражает неодобрение действий оппонента (*the unfunded tax cuts announced in the Tory kamikaze mini-Budget just 18 months ago*), подчеркивая глобальную негативную характеристику – опасность мини-бюджета партии Тори. Согласно лексикографическому источнику, *kamikaze*: «If you perform a kamikaze act, you attack the enemy knowing that you will be hurt or killed doing it» – «Если вы совершаете акт камикадзе, вы атакуете врага, зная, что при этом вас ранят или убьют» [CCELD, 1987: 790].

Для реализации перечисленных тактик политик использует следующие языковые средства: количественные числительные (*a £46 billion unfunded commitment; just 18 months ago*), эпитет (*leaving a gaping hole in the public finances*), метафоры (*leaving a gaping hole in the public finances; the unfunded tax cuts announced in the Tory kamikaze mini-Budget just 18 months ago*),

2. Коммуникативная стратегия обвинения оппонента

Приведем примеры коммуникативных ситуаций с иллокутивной целью конфронтационного доминирования посредством обвинения оппонента и с ожидаемым перлокутивным эффектом доминирования-подавления адресата. В целях достижения коммуникативного намерения адресанта используются следующие коммуникативные тактики:

1. Обвинение в несправедливости.
2. Обвинение в игнорировании моральных норм и ценностей.
3. Обвинение в недосказанности, нечестности.
4. Обвинение в сложившейся негативной ситуации.

Рассмотрим выделенные тактики подробнее.

1. *Тактика обвинения в несправедливости*

Коммуникативная тактика обвинения в несправедливости является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством обвинения оппонента и представляет намеренное осуждение в форме указания на отсутствие справедливости в действиях оппонента.

Обвинение относится к доминантному конфронтационному типу поведения. Для обоснования этого положения обратимся к лексикографическому описанию значения данного слова, обобщив существующие словарные дефиниции. Так, согласно «Словарю русского языка» под редакцией А.П. Евгеньевой, *обвинение* определяется посредством глагола *обвинять*: «Полагать, считать виновным в чем-л. || Упрекать в чем-л., осуждать за что-л.» [СРЯ, Т. 2, 1999: 521]. Соответственно, *полагать*: «Думать, считать» [СРЯ, Т. 3, 1999: 255]; *считать* каким-либо: «Расценивать каким-л. образом, воспринимать как-л.» [СРЯ, Т. 4, 1999: 322]; *упрекать*: «Выражать кому-л. неодобрение, недовольство, делать упреки» [СРЯ, Т. 4, 1999: 507]; *осуждать / осудить*: «Признать предосудительным что-л.; выразить неодобрение кому-, чему-л.» [СРЯ, Т. 2, 1999: 659]. *Blame*: «1: an expression of disapproval or reproach: censure; 2. a: a state of being blameworthy: culpability b archaic: fault, sin; 3: responsibility for something believed to deserve censure» - «1: выражение неодобрения или упрека: порицание; 2. а: состояние порицаемости: вина; архаическое: вина, грех; 3: ответственность за что-то, что считается заслуживающим порицания» [MWEV, <https://slovar-vocab.com/english/merriam-webster-vocabulary/blame-7163764.html>]. Выделим основные компоненты представленных дефиниций: «считать виновным, упрекать, осуждать; выражать неодобрение, недовольство; признать предосудительным». Все эти семы коррелируют с признаком «конфронтационное доминирование». Что касается лексемы *несправедливость*, то она определяется как противоположное значение лексемы *справедливость*:

«Соответствие человеческих отношений, законов, порядков и т. п. морально-этическим, правовым и т. п. нормам, требованиям» [СРЯ, Т. 4, 1999: 231]. Например:

А что разница в 7 раз между регионами – это равная оплата за равный труд? Я рад за московских учителей, но мои омские спрашивают: а разве мы не так же работаем, как москвичи? Ну ладно бы в каких-то разумных пределах было неравенство, но в 7 раз?! (Смолин О.Н., КПРФ, 21.06.2022).

В первом коммуникативном ходе (*А что разница в 7 раз между регионами – это равная оплата за равный труд?*) адресант при помощи риторического вопроса имплицитно реализует конфронтационную коммуникативную тактику обвинения в несправедливости (стратегия обвинения оппонента). Форма репрезентации конфронтационной информации несколько смягчается за счёт риторического вопроса, что обусловлено ситуацией общения. Одновременно политик использует кооперационную коммуникативную тактику оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности). Адресант намеренно повторяет лексемы *равная / равный* относительно понятий *оплата* и *труд*, которые разнятся в 7 раз.

Второй коммуникативный ход (*Я рад за московских учителей*) представляет собой ироничное высказывание. Адресант выражает радость по поводу столичных педагогов, но в следующем коммуникативном ходе (*но мои омские спрашивают: а разве мы не так же работаем, как москвичи?*) передает недоумение омских учителей, которое служит аргументацией обвинения в реализуемой коммуникативной тактике обвинения в несправедливости (стратегия обвинения оппонента). Одновременно в рамках данного коммуникативного хода адресант реализует и кооперационную тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности): политик передает прямую речь омских педагогов, с которыми он встречался, в форме риторического вопроса, связанного с проявлением несправедливости по отношению к учителям, не работающим в столице.

Заключительный коммуникативный ход данного фрагмента (*Ну ладно бы в каких-то разумных пределах было неравенство, но в 7 раз?!*) в

очередной раз реализует коммуникативную тактику обвинения в несправедливости (стратегия обвинения оппонента) в форме давления на адресата. Адресант подтверждает свою правоту при помощи использования тактики оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности). Вопросительно-восклицательное предложение в разговорном стиле, повторяющее точные цифровые данные из первого предложения, свидетельствует о несправедливом перекосе в размерах заработной платы столичных и провинциальных учителей. Весь фрагмент, представляющий три вопросительных предложения, отличается высокой эмоциональностью.

Языковыми средствами реализации данных тактик являются следующие: риторические вопросы (*А что разница в 7 раз между регионами – это равная оплата за равный труд? / Я рад за московских учителей, но мои омские спрашивают: а разве мы не так же работаем, как москвичи?*); риторическое вопросительное восклицание (*Ну ладно бы в каких-то разумных пределах было неравенство, но в 7 раз?!*); количественное числительное (7); повторение (*разница в 7 раз / но в 7 раз; равная оплата / за равный труд*); эпитет (*в каких-то разумных пределах*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

The communities of Devonport and Stonehouse are some of the poorest in the country, so it felt like a punch in the gut when our round 2 bid was rejected (Luke Pollard. Levelling Up. 20.11.23).

Коммуникативный ход (*The communities of Devonport and Stonehouse are some of the poorest in the country – Общины Девонпорт и Стоунхаус являются одними из самых бедных в стране*) реализует тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей).

Далее в коммуникативном ходе (*so it felt like a punch in the gut when our round 2 bid was rejected – поэтому, когда наша заявка на второй раунд была отклонена, это было похоже на удар под дых*) адресант одновременно реализует две кооперационные коммуникативные тактики: разъяснение сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей), указание на личную причастность

(подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности) и конфронтационную тактику обвинения в несправедливости (стратегия обвинения оппонента).

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: имена собственные (*The communities of Devonport and Stonehouse*), превосходная степень сравнения прилагательного (*the poorest in the country*), сравнение (*it felt like a punch in the gut*), инклюзивное притяжательное местоимение «our» (*when our round 2 bid was rejected*).

2. Тактика обвинения в нарушении моральных норм и ценностей

Коммуникативная тактика обвинения в нарушении моральных норм и ценностей является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством намеренного осуждения в форме указания на безнравственность в действиях оппонента.

Мы уже выделили основные компоненты дефиниций, связанных с лексемой *обвинять*, это следующие семы: «считать виновным, упрекать, осуждать; выражать неодобрение, недовольство; признать предосудительным». *Нарушение* по глаголу *нарушить* означает «Не соблюсти, преступить» [СРЯ, Т. 2, 1999: 391]. Что касается словосочетания *моральные нормы*, то это «правила поведения человека, основанные на принятых в обществе представлениях о добре и зле» [Van der Linden, 2011: 356], «они предполагают взаимность и человечность в общественных отношениях, стремление к высшему благу, бескорыстие мотивов осуществляемой деятельности. Жить в соответствии с моралью значит поступать во благо других, действовать так, чтобы не навредить окружающим людям» [Кисляков, Шмелева, Александрович, 2020: 120]. *Моральными ценностями* является «специфический вид социально-духовных ценностей, характеризующийся единством объективного и субъективного, сущего и должного, духовного и практического в рассмотрении предметов и явлений материального и духовного мира, выступающий проявлением морали, ее сознательных и практических компонентов, отражающийся в деятельности людей и групп посредством нравственных стремлений, целей, оценок и идеалов» [Родионов, 2009: 48]. Например:

У меня тоже вопрос к Александру Николаевичу. Александр Николаевич, конечно, опыт Москвы – это хороший опыт именно в части обдирания населения, граждан, которые здесь проживают, москвичей. Это не столько решение транспортной проблемы, сколько действительно дополнительный заработок, причём сотни миллионов рублей поступают в московский бюджет. Я так понимаю, основная задача сегодня и Московской области не упустить очередную облагаемую часть населения и включиться в этот процесс (Куринный А.В., КПРФ, 21.06.2022).

Первый коммуникативный ход (*У меня тоже вопрос к Александру Николаевичу*) реализует коммуникативную тактику инициирования обмена информацией (стратегия инициирования сотрудничества). Адресант персонифицирует адресата, вежливо называя его по имени и отчеству и повторяя данное обращение в следующем коммуникативном ходе (*Александр Николаевич, конечно, опыт Москвы – это хороший опыт именно в части обдирания населения, граждан, которые здесь проживают, москвичей*). Политик использует эмфатическое поглаживание (*Александр Николаевич, конечно, опыт Москвы – это хороший опыт*), выказывая мнимое расположение, и тут же при помощи иронии (**хороший опыт именно в части обдирания населения**) реализует коммуникативную тактику обвинения в нарушении моральных норм и ценностей (стратегия обвинения оппонента). Метафора (**в части обдирания населения**) является прямым указанием на нарушение правительством Москвы моральных норм и ценностей, принятых в обществе, поскольку *обдирать*: «перен. разг. Обирать, разорять, брать с кого-л. непомерно высокую цену» [ТСЕ, <https://tolkslovar.ru/o302.html>]. Адресант подчеркивает игнорирование моральных норм представителями администрации столицы и с помощью нарушения максимы количества, указывая посредством синонимов на объект такого обдирания (*населения, граждан, которые здесь проживают, москвичей*) актуализирует нагнетание ситуации, давление на респондента.

Следующий коммуникативный ход (*Это не столько решение транспортной проблемы, сколько действительно дополнительный заработок, причём сотни миллионов рублей поступают в московский бюджет. Я так понимаю, основная задача сегодня и Московской области не упустить очередную облагаемую часть населения и включиться в этот процесс*) явля-

ется иллюстрацией амбивалентности гиперстратегии доминирования и одновременно реализует кооперационную коммуникативную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) и конфронтационную коммуникативную тактику обвинения в нарушении моральных норм и ценностей (стратегия обвинения оппонента). Политик разъясняет истинные намерения при решении транспортной проблемы и обвиняет в лице представителя администрации А.Н. Баранова правительство Московской области, поскольку, по мнению адресанта, за счет владельцев автомобилей (*не упустить очередную облагаемую часть населения*) решаются проблемы всей Московской области, что является игнорированием моральных норм и ценностей.

Для реализации перечисленных тактик использованы разнообразные языковые средства: эксклюзивное местоимение «я» и его косвенная форма (*У меня тоже вопрос / Я так понимаю*), свидетельствующие об уверенности адресанта; повторение (*вопрос к Александру Николаевичу / Александр Николаевич; опыт Москвы / это хороший опыт; опыт Москвы / московский бюджет / Московской области*); вводное слово (*конечно*) и наречие (*действительно*), указывающие на отсутствие сомнений у адресанта; синонимы (*населения, граждан, которые здесь проживают, москвичей*); эпитет (*хороший опыт*); антитеза (*хороший опыт именно в части обдирания населения*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

Outside this Chamber, people are fast becoming disillusioned by the lies that have been told by some of those who sometimes sit within it. They are a public who stepped up to the challenge of defeating covid, while some of their leaders plumbed new depths of deception; a public who have grown weary of empty promises and false dawns; and a public who expect change. According to a survey by the think-tank Compassion in Politics, the No. 1 value that voters believe is absent in our politics is honesty (Liz Saville Roberts, Prohibition of Deception, 28.06.22).

В первом коммуникативном ходе (*Outside this Chamber, people are fast becoming disillusioned by the lies that have been told by some of those who sometimes sit within it* – *За пределами этой палаты люди быстро разочаровыва-*

ются из-за лжи, произносимой некоторыми из сидящих в этой палате) адресант реализует тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей).

В следующем коммуникативном ходе (*They are a public who stepped up to the challenge of defeating covid, while some of their leaders plumbed new depths of deception; a public who have grown weary of empty promises and false dawns; and a public who expect change* – Это общественность, которая взялась за победу над Covid, в то время как некоторые из их лидеров погрузились в новые глубины обмана; публика, уставшая от пустых обещаний и ложных рассветов; и общественность, ожидающая перемен) одновременно реализуются две кооперационные коммуникативные тактики: разъяснение сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей), положительное оценивание действий адресата (стратегия одобрения) (*They are a public who stepped up to the challenge of defeating covid*) и конфронтационная коммуникативная тактика критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента).

Заключительный коммуникативный ход (*According to a survey by the think-tank Compassion in Politics, the No. 1 value that voters believe is absent in our politics is honesty* – Согласно опросу аналитического центра «Сострадание в политике», ценность № 1, которая, по мнению избирателей, отсутствует в нашей политике, – это честность) является средством реализации коммуникативной тактики обвинения в нарушении моральных норм и ценностей (стратегия обвинения оппонента). Лиз Сэвилл Робертс уличает политиков в игнорировании моральных норм и ценностей, поскольку самая главная ценность, которая, по мнению избирателей, отсутствует в британской политике, – это честность. Для подтверждения своих слов адресант использует кооперационную коммуникативную тактику апелляции к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности), ссылаясь на исследование аналитического центра «Сострадание в политике».

В перечисленных тактиках используются следующие языковые средства: инклюзивное существительное (*people are fast becoming disillusioned*), эпитеты (*empty promises and false dawns*), лексемы с негативной коннотацией (*disillusioned by the lies; deception; have grown weary of empty promises and false dawns; absent in our politics is honesty*), метафора (*false dawns*).

3. Тактика обвинения в недосказанности, нечестности

Коммуникативная тактика упрека в недосказанности, нечестности является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством обвинения оппонента и представляет намеренное осуждение в форме указания на недостаточную открытость и, как следствие, отсутствие честности в действиях.

Обратимся к лексикографическому описанию значений лексем, входящих в название тактики. Лексема *недосказанность* означает «действие по знач. глаг. *недосказать*»: «Высказать не до конца, умолчать о чем-л.» [СРЯ, Т. 2, 1999: 438]. Соответственно, *высказать*: «Выразить, передать словами (свои мысли, свои чувства)» [СРЯ, Т. 1, 1999: 279]. Значение слова *умолчать*: «Не сказать о ком-, чем-л., обойти молчанием что-л. || Умышленно не сказать о ком-, чем-л., желая скрыть, утаить что-л.» [СРЯ, Т. 4, 1999: 494]. *Нечестность* – это свойство по значению прилагательного *нечестный*: «лишенный честности, порядочности; бесчестный» [СРЯ, Т. 2, 1999: 493]. Все эти дефиниции, относящиеся к лексемам *недосказанность* / *нечестность*, коррелируют с признаком «конфронтационное доминирование». Например:

Уважаемый Вячеслав Васильевич... Викторович, уважаемые коллеги! Я предлагаю (повторяю: Викторович, Вячеслав Викторович) 40-й вопрос снять. Почему? Потому, что у нас под сурдинку СВО на самом деле предлагаются законопроекты, которые — под разговоры о парламентском контроле — вообще развязывают руки правительству по приватизации (Коломейцев Н.В., КПРФ, 6.07.2022).

Первый коммуникативный ход (*Уважаемый Вячеслав Васильевич... Викторович, уважаемые коллеги!*) реализует коммуникативную тактику привлечения внимания / установления контакта – адресант уважительно обращается к коллегам, но делает оговорку в отчестве председателя Государственной Думы по аналогии со своим отчеством (*Вячеслав Васильевич... Викторович*). Адресант не только не просит прощения, но и в следующем коммуникативном ходе (*Я предлагаю (повторяю: Викторович, Вячеслав Викторович) 40-й вопрос снять.*) еще два раза намеренно повторяет пра-

вильное отчество Володина В. В. (*повторяю: Викторович, Вячеслав Викторович*), акцентируя внимание на своей ошибке. Политик при помощи данного коммуникативного хода реализует коммуникативную тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей) (*40-й вопрос снять*).

Следующий коммуникативный ход представляет риторический вопрос (*Почему?*), который также актуализирует доминирование, поскольку такой вопрос не предполагает ответ адресата и нацелен лишь на привлечение его внимания к мгновенному ответу адресанта при помощи следующего коммуникативного хода (*Потому, что у нас под сурдинку СВО на самом деле предлагаются законопроекты, которые — под разговоры о парламентском контроле — вообще развязывают руки правительству по приватизации*). Данный коммуникативный ход является инструментом реализации как кооперационной коммуникативной тактики разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей), так и конфронтационной коммуникативной тактики обвинения в недосказанности, нечестности (стратегия обвинения оппонента). Политик в связи с обсуждением принятия законопроекта по приватизации обвиняет парламентариев и правительство в умалчивании истинных причин предложения к рассмотрению данного вопроса. Рассмотрим значения метафор *под сурдинку* и *развязывают руки*. *Под сурдинку*: «перен. втихомолку, тайком, незаметно» [ТСРЯ, Т. 4, 1947: 298]. *Развязать руки*: «перен. Предоставить свободу действий, освободить, избавить от каких-л. ограничений, чего-л. обременительного (разг.) || Уничтожив препятствия, дать чему-л. развиваться, развернуться, проявиться в полной мере» [СРЯ, Т. 3, 1999: 596]. По замечанию Э.А. Китаниной, «специфика метафоры состоит в расплывчатости семантического содержания и в выраженной ассоциативности» [Китанина, 2021: 103]. Значения приведенных метафор свидетельствуют о реализации обвинения в возможной нечестности, умалчивании истинных намерений и в предоставлении неограниченной свободы правительству, что, несомненно, не является проявлением честности со стороны парламентариев [Зюбина, 2021, а].

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: оговорка при обращении к адресату в уважительной форме (*Уважаемый Вячеслав **Васильевич**... Викторович, уважаемые коллеги!*); повторение (*Уважаемый **Вячеслав Васильевич**... **Викторович**, уважаемые коллеги! Я предлагаю (повторяю: **Викторович, Вячеслав Викторович**)*); эксклюзивное местоимение «я» (***Я** предлагаю*), свидетельствующее об уверенности адресанта; риторический вопрос (*Почему?*); косвенная форма инклюзивного местоимения «мы» (*у нас под сурдинку СВО*), свидетельствующее о кооперации адресанта с адресатом; метафоры (*у нас под сурдинку СВО на самом деле предлагаются законопроекты, которые — под разговоры о парламентском контроле — вообще **развязывают руки** правительству по приватизации*); наречия (*на самом деле предлагаются законопроекты / **вообще развязывают руки** правительству по приватизации*); противопоставления (*под сурдинку СВО на самом деле предлагаются законопроекты; под разговоры о парламентском контроле — вообще **развязывают руки** правительству по приватизации*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

The confusion at the beginning of the week about who said what to whom shows there is confusion about the instruction to deliver at speed. When the Bill comes before us, will the Minister reflect on the necessity for a legally binding deadline under which the Post Office must make information available in 20 to 30 days and an offer must be made to settle within 20 to 30 days, with a legally binding deadline for final resolution? Otherwise, frankly, I worry that the ambiguity will still cause delays. He knows as well as I do that justice delayed is justice denied (Liam Byrne. Post Office Horizon Scandal. 22.02.24).

Коммуникативный ход (*The confusion at the beginning of the week about who said what to whom shows there is confusion about the instruction to deliver at speed* – *Неразбериха в начале недели по поводу того, кто что сказал и кому, показывает, что существует путаница по поводу инструкции о скорости доставки*) реализует тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей). В следующем коммуникативном ходе (*When the Bill comes before us, will the Minister reflect on the necessity for a legally binding deadline under which the Post Office must make information available in 20 to 30 days and an*

offer must be made to settle within 20 to 30 days, with a legally binding deadline for final resolution? – Когда законопроект будет представлен нам, задумается ли министр о необходимости установления юридически обязательного срока, в соответствии с которым почтовое отделение должно предоставлять информацию в течение 20–30 дней, а предложение должно быть сделано в течение 20–30 дней с юридически обязательным сроком для окончательного решения) реализуется тактика корректировки поведения оппонента (стратегия требования подчинения). Однако адресант делает это в мягкой форме, при помощи вопроса, поскольку открытое требование по отношению к министру неуместно в данной коммуникативной ситуации.

Коммуникативный ход (*Otherwise, frankly, I worry that the ambiguity will still cause delays. He knows as well as I do that justice delayed is justice denied* – В противном случае, честно говоря, я беспокоюсь, что неясность все равно приведет к задержкам. Он знает так же хорошо, как и я, что задержка в правосудии означает отказ в правосудии) является иллюстрацией амбивалентного характера гиперстратегии доминирования, поскольку одновременно реализует две кооперационные коммуникативные тактики: разъяснение сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей), апелляция к авторитетным источникам (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) и конфронтационную коммуникативную тактику обвинения в недосказанности, нечестности (стратегия обвинения оппонента). Адресант разъясняет последствия отсутствия юридически установленного обязательного срока предоставления информации почтовыми отделениями, подчеркивая существующую неясность (*ambiguity*: «the state or condition of being unclear or confusing, or of being able to be understood in more than one way» – «состояние или условие неясности или запутанности, или возможность быть понятым более чем одним способом» [CCELD, 1987: 43]). Такая неясность и задержка, по мнению политика, и вовсе приводят к отказу в правосудии: *justice delayed is justice denied* – данное высказывание Уильяма Э. Гладстона (британский государственный деятель и писатель, премьер-министр Великобритании в 1868-1874, 1880-1885, 1886 и 1892-1894 годах) стало юридической максимой, означающей, что при доступности юридического возмещения или справедливой помощи потерпевшей стороне и не

предоставлении их своевременно это является отсутствием правовой защиты вообще.

Языковыми средствами реализации данных тактик являются следующие: вопрос (*When the Bill comes before us, will the Minister reflect on the necessity for a legally binding deadline under which the Post Office must make information available in 20 to 30 days and an offer must be made to settle within 20 to 30 days, with a legally binding deadline for final resolution?*), повторение (*the Post Office **must make** information available / an offer **must be made** to settle*), вводное слово (*frankly*), цитата (*justice delayed is justice denied*), сравнение (*He knows as well as I do*), эксклюзивное личное местоимение «I» (*I worry; as I do*).

4. Тактика обвинения в сложившейся негативной ситуации

Коммуникативная тактика обвинения в сложившейся негативной ситуации является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством обвинения оппонента и представляет намеренное осуждение в форме указания на виновность в создании отрицательного положения вещей.

Говоря о тактике обвинения в несправедливости (стратегия обвинения оппонента), мы выделили основные компоненты дефиниций, связанных с лексемами *обвинение / обвинять*: «считать виновным, упрекать, осуждать; выражать неодобрение, недовольство; признать предосудительным». Цель данной тактики – осудить оппонента по поводу негативных результатов деятельности. Например:

Ведь сидит целая плеяда самых опытных в Думе людей – и Кашин, и Харитонов, и Коломейцев, – которые блестяще знают землю и доказали, в том числе и на примере народных предприятий, что мы можем это делать, и делать блестяще. Вы даже не откликнулись на то, чтобы перестать наезжать на "Совхоз имени Ленина", третировать Казанкова, унижать Сумарокова и многих других, хотя я к вам не раз обращался. И даже генпрокурор под вашим руководством не ответил нам на запрос, который передал Синельников ему публично на заседании Думы. Это, я считаю, позиция всем депутатам, в том числе и Совету Государственной Думы, который не следит и не контролирует, почему прокуратура в соответствии

с законом не отвечает на наши требования (Зюганов Г.А., КПРФ, 6.07.2022).

Первый коммуникативный ход (*Ведь сидит целая плеяда самых опытных в Думе людей – и Кашин, и Харитонов, и Коломейцев, – которые блестяще знают землю и доказали, в том числе и на примере народных предприятий, что мы можем это делать, и делать блестяще*) реализует коммуникативную тактику положительной оценки интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (стратегия одобрения) (*целая плеяда самых опытных в Думе людей / блестяще знают землю*). Отметим значение слова *плеяда*: «Книжн. Группа выдающихся деятелей на каком-л. поприще в одну эпоху» [СРЯ, Т. 3, 1999: 141]. При этом все три политика – однопартийцы адресанта (*и Кашин, и Харитонов, и Коломейцев*).

Следующий коммуникативный ход (*Вы даже не откликнулись на то, чтобы перестать наезжать на "Совхоз имени Ленина", третировать Казанкова, унижать Сумарокова и многих других, хотя я к вам не раз обращался*) реализует конфронтационную коммуникативную тактику критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента) (*Вы даже не откликнулись на то ...*) и кооперационную коммуникативную тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) (*хотя я к вам не раз обращался*). В данном коммуникативном ходе адресант использует молодежный сленг – *наезжать*: «Пристать к человеку с какими-либо претензиями» [ССЛЖС. <https://argo.academic.ru/3268/%D0%BD%D0%B0%D0%B5%D1%85%D0%B0%D1%82%D1%8C>] для акцентирования внимания на неправомерном характере данных действий. Личную причастность в широком смысле подчеркивает и очередное упоминание представителей только своей фракции: все шесть перечисленных персоналий – члены КПРФ. Все эти тактики подводят адресанта к реализации обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента) при помощи коммуникативного хода (*И даже генпрокурор под вашим руководством не ответил нам на запрос, который передал Синельников ему публично на заседании Думы*). Политик обвиняет адресата в сложившейся негативной ситуации, когда из-за попустительства парламентариев происходит игнорирование генеральной прокуратурой требований Государственной Думы.

В следующем коммуникативном ходе (*Это, я считаю, пощёчина всем депутатам, в том числе и Совету Государственной Думы, который не следит и не контролирует, почему прокуратура в соответствии с законом не отвечает на наши требования*) снова реализуется коммуникативная тактика обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента) (*пощёчина всем депутатам, в том числе и Совету Государственной Думы / прокуратура в соответствии с законом не отвечает на наши требования*) и тактика критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента) (*и Совету Государственной Думы, который не следит и не контролирует*). Адресант использует метафору (*пощёчина всем депутатам*), которая означает «перен. оскорбление, обида, унижение» [СРЯ, Т. 3, 1999: 349], для характеристики последствий бездействия Совета Государственной Думы (*не следит и не контролирует, почему прокуратура в соответствии с законом не отвечает на наши требования*).

Реализация коммуникативных тактик в данном фрагменте осуществляется при помощи разнообразных языковых средств: превосходная степень сравнения прилагательного (*самых опытных в Думе людей*); эпитеты (*плеяда / блестяще*); молодежный сленг (*наезжать*); повторение (*и Кашин, и Харитонов, и Коломейцев / которые блестяще знают землю и доказали, в том числе и на примере народных предприятий, что мы можем это делать, и делать блестяще*); противопоставление (*Вы даже не откликнулись / хотя я к вам не раз обращался*); эксклюзивное местоимение «вы» в начальной позиции и его косвенные формы (*Вы даже не откликнулись / я к вам не раз обращался / под вашим руководством*); эксклюзивное местоимение «я» (*я к вам не раз обращался / я считаю*); косвенные формы инклюзивного местоимения «мы» (*не ответил нам на запрос / не отвечает на наши требования*); градация (*наезжать на "Совхоз имени Ленина", третировать Казанкова, унижать Сумарокова и многих других*); метафора (*пощёчина всем депутатам*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

The Government's failure to increase social security benefits in line with the current rate of inflation has resulted in a real-terms cut. Many of my constituents who are in receipt of social security now face a shortfall of around 6%, based on today's inflation rates (Marsha De Cordova. Cost of Living, 28.06.22).

Первый коммуникативный ход (*The Government's failure to increase social security benefits in line with the current rate of inflation has resulted in a real-terms cut – Неспособность правительства увеличить пособия по социальному обеспечению в соответствии с текущим уровнем инфляции привела к их сокращению в реальном выражении*) реализует тактику обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента).

Следующий коммуникативный ход (*Many of my constituents who are in receipt of social security now face a shortfall of around 6%, based on today's inflation rates – Многие из моих избирателей, получающих социальное обеспечение, сейчас сталкиваются с дефицитом около 6%, исходя из сегодняшнего уровня инфляции*) также реализует конфронтационную тактику обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента), но одновременно с данной тактикой адресант, реализуя кооперационную тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности), указывает и на свое участие, поскольку речь идет о его избирательном округе.

Для реализации данных тактик в качестве языковых средств адресант использует лексемы с отрицательной коннотацией (*failure; inflation; shortfall; real-terms cut*) и инклюзивное притяжательное местоимение «*my*» (*Many of my constituents*).

3. Коммуникативная стратегия угрозы оппоненту

Приведем примеры коммуникативных ситуаций с иллокутивной целью конфронтационного доминирования посредством угрозы оппоненту и с ожидаемым перлокутивным эффектом доминирования-подавления адресата. В целях достижения коммуникативного намерения адресанта используются следующие коммуникативные тактики:

1. Угроза негативными последствиями.
2. Угроза созданием чувства страха.
3. Угроза настоящему и будущему отсылкой к прошлому.

Рассмотрим выделенные тактики подробнее.

1. *Тактика угрозы негативными последствиями*

Коммуникативная тактика угрозы негативными последствиями является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством запугивания оппонента и представляет намеренное создание атмосферы страха при помощи придания преувеличенного значения неблагоприятным событиям.

Рассмотрим значение слова *угроза*: «1. Обещание причинить какое-л зло, неприятность. 2. Возможность, опасность какого-л бедствия, несчастья, неприятного события» [СРЯ, Т. 4, 1999: 462]. Синонимами к словосочетанию *негативные последствия* являются следующие лексемы: «отрицательные последствия, неблагоприятные последствия, тяжёлые последствия, опасные последствия, нежелательные последствия, разрушительные последствия, серьёзные последствия, неприятные последствия, негативные факторы, негативные явления, негативное влияние, негативный эффект, негативные процессы, негативные тенденции, негативное воздействие, негативный результат, негативные проявления» [КС, <https://kartaslov.ru/%D1%81%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%BC%D1%8B-%D0%BA-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%83/%D0%BD%D0%B5%D0%B3%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D1%8B%D0%B5+%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D0%B5%D0%B4%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B8%D1%8F>]. В английском языке *threat*: «an expression of intention to inflict evil, injury, or damage» – «выражение намерения причинить зло, травму или ущерб» [MWEV, <https://slovar-vocab.com/english/merriam-webster-vocabulary/blame-7163764.html>]. Как мы видим, значения данных лексем связаны с конфронтационным доминированием. Например:

Вот я просто рекомендую, надо побывать на Кировском заводе, на "КАМАЗе", на "Ростсельмаше" и на нефтянке, где брошенных скважин 29-30 процентов. И посмотреть, кто сколько получил и сколько в казну отдал и кто будет без хлеба долго (Коломейцев Н.В., КИРФ, 21.07.2023).

Первый коммуникативный ход (*Вот я просто рекомендую, надо побывать на Кировском заводе, на "КАМАЗе", на "Ростсельмаше" и на*

нефтянке, где брошенных скважин 29-30 процентов) реализует две кооперационные коммуникативные тактики: призыв следовать примеру адресанта (стратегия инициирования сотрудничества) (*Вот я просто рекомендую, надо побывать на Кировском заводе, на "КАМАЗе", на "Ростсельмаше" и на нефтянке*) и оперирование точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) (*где брошенных скважин 29-30 процентов*), нацеленное на описание сложного современного экономического положения страны и предваряющее следующую коммуникативную тактику.

Во втором коммуникативном ходе (*И посмотреть, кто сколько получил и сколько в казну отдал и кто будет без хлеба долго*) адресант продолжает реализовывать коммуникативную тактику призыва следовать примеру адресанта (стратегия инициирования сотрудничества). При этом политик имплицитно реализует тактику обвинения в несправедливости (стратегия обвинения оппонента): адресант просит включить в программу для всех парламентариев посещение всех системообразующих заводов, чтобы посмотреть, кто занимается импортозамещением и за счёт чего, а кто не занимается, в том числе получая государственные субсидии, кредиты и помощь. Тем самым адресант намекает на возможность несправедливого распределения государственных средств (*кто сколько получил и сколько в казну отдал*). Одновременно с указанными тактиками политик реализует и коммуникативную тактику угрозы негативными последствиями (стратегия угрозы оппоненту) (*и кто будет без хлеба долго*). В России хлеб удовлетворяет базовые потребности, является главным продуктом, без него немислимо благополучное существование. Поэтому, если лишить человека самой сакральной пищи, то уже ни о каком достатке и материальном благополучии не может быть и речи. Таким образом, тактика угрозы негативными последствиями от действий политиков приводит к запугиванию адресата, к негативному воздействию на него.

Реализуют данную коммуникативную тактику следующие языковые средства: эксклюзивное местоимение «я» (*Вот я просто рекомендую*); повторение (*на Кировском заводе, на "КАМАЗе", на "Ростсельмаше" и на нефтянке / кто сколько получил и сколько в казну отдал и кто будет без хлеба долго*); количественные числительные (*где брошенных скважин 29-*

30 процентов); парцелляция (*И посмотреть ...*); противопоставление (*кто сколько получил / сколько в казну отдал*); преувеличение (*и кто будет без хлеба долго*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

Commiserations to all those areas that have missed out once again, although the truth is that even the areas that have won will find that this money is a drop in the ocean, compared with the £15 billion cut from local government funding since 2010. Only six weeks ago there were reports that councils face a £3.5 billion shortfall in their budgets for this year alone. How does today's announcement help them face that existential threat? (Justin Madders. Levelling Up. 20.11.23).

Первый коммуникативный ход (*Commiserations to all those areas that have missed out once again, although the truth is that even the areas that have won will find that this money is a drop in the ocean, compared with the £15 billion cut from local government funding since 2010. Only six weeks ago there were reports that councils face a £3.5 billion shortfall in their budgets for this year alone* – Соболезнования всем тем областям, которые еще раз пропустили, хотя правда в том, что даже те области, которые выиграли, обнаружат, что эти деньги – капля в море по сравнению с сокращением финансирования местных органов власти на 15 миллиардов фунтов стерлингов с 2010 года. Только шесть недель назад появились сообщения о том, что только в этом году советы сталкиваются с дефицитом бюджетов в размере 3,5 миллиардов фунтов стерлингов) является иллюстрацией амбивалентности гиперстратегии доминирования. Он одновременно реализует кооперационные коммуникативные тактики: формулирование проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей), оперирование точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности) и конфронтационную коммуникативную тактику обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента).

В следующем коммуникативном ходе (*How does today's announcement help them face that existential threat? – Как сегодняшнее объявление поможет им противостоять этой экзистенциальной угрозе?*) адресант реали-

зует коммуникативную тактику угрозы негативными последствиями (стратегия угрозы оппоненту). В вопросе к министру политик указывает на угрозу самому существованию человека, поскольку *existential*: «means relating to human existence and experience» – «означает отношение к человеческому существованию и опыту» [CCELD, 1987: 492].

Для реализации данной тактики использованы следующие языковые средства: повторение (*all those areas that / the areas that*), количественные числительные (£15 billion; £3.5 billion), метафора (*a drop in the ocean*), эпитет (*existential threat*).

2. Тактика угрозы созданием чувства страха

Коммуникативная тактика угрозы созданием чувства страха является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством запугивания оппонента и представляет намеренное культивирование состояния сильного беспокойства в форме создания чувства тревоги по поводу существующих ситуаций.

Согласно «Словарю русского языка» под редакцией А.П. Евгеньевой, *страх*: «Состояние сильной тревоги, беспокойства, душевного смятения перед какой-л. опасностью, бедой и т.п.; боязнь» [СРЯ, Т. 4, 1999: 283]. Соответственно, значение слова *тревога*: «1. Сильное душевное волнение, беспокойство, вызываемое чем-л. (обычно опасениями, страхом). 2. Переполюх, суматоха, суета. 3. Опасное положение, опасность, а также сигнал, извещающий о ней» [СРЯ, Т. 4, 1999: 402]. В английском языке *fear*: «1 a: an unpleasant often strong emotion caused by anticipation or awareness of danger; 4: reason for alarm: DANGER» – «1a: неприятная, часто сильная эмоция, вызванная ожиданием или осознанием опасности; 4: причина тревоги: ОПАСНОСТЬ» [MWEV, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/fear>]. В свою очередь *danger*: «1: exposure or liability to injury, pain, harm, or loss; 2: a case or cause of danger» – «1: подверженность травмам, боли, вреду или потерям или ответственность за них; 2: случай или причина опасности» [MWEV, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/danger>]. Все эти дефиниции указывают на негативное влияние чувства страха на человека. Например:

И поэтому, да, стресс у ребёнка. А ему нельзя будет передавать. Каково напряжение? Поэтому некоторые дети и совершают суицид – доводит уже. Не каждый же человек может такой стресс выдержать, кто-то и не способен. На кого-то очень сильно давят родители, на кого-то очень сильно давят учителя: не сдашь – ты неудачник и так далее, всё, твоя жизнь закончилась. Ну так нельзя делать. В этом отношении нужны послабления. Нужно проголосовать за этот законопроект (Леонов С.Д., ЛДПР, 21.07.2023).

Первый коммуникативный ход (*И поэтому, да, стресс у ребёнка. А ему нельзя будет передавать*) одновременно реализует конфронтационную коммуникативную тактику обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента) и кооперационную коммуникативную тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей). Адресант, продолжая тему дополнительного единого государственного экзамена, говорит о ЕГЭ как о тяжелом испытании для любого выпускника, называя его «ребенком» (*стресс у ребёнка*).

Далее политик задает риторический вопрос (*Каково напряжение?*) и использует коммуникативный ход (*Поэтому некоторые дети и совершают суицид – доводит уже*) для реализации одновременно и кооперационной коммуникативной тактики разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей), и конфронтационной коммуникативной тактики угрозы созданием чувства страха (стратегия угрозы оппоненту). Такое напряжение, по мнению политика, толкает детей к самоубийству, что не может не вызывать состояние сильной тревоги у адресата, поскольку речь идет о жизни детей.

Следующий коммуникативный ход (*Не каждый же человек может такой стресс выдержать, кто-то и не способен. На кого-то очень сильно давят родители, на кого-то очень сильно давят учителя: не сдашь – ты неудачник и так далее, всё, твоя жизнь закончилась*) также демонстрирует амбивалентность гиперстратегии доминирования. Он одновременно реализует кооперационную коммуникативную тактику разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей) при объяснении возможных тривиальных причин

таких катастрофических последствий (*Не каждый же человек может такой стресс выдержать, кто-то и не способен. На кого-то очень сильно давят родители, на кого-то очень сильно давят учителя*) и конфронтационную коммуникативную тактику угрозы созданием чувства страха (стратегия угрозы оппоненту), передавая прямую речь учителей (*не сдашь – ты неудачник и так далее, всё, твоя жизнь закончилась*) и акцентируя внимание на проявлении ими излишнего прессинга.

Далее коммуникативный ход (*Ну так нельзя делать*) реализует коммуникативную тактику призыва оппонента к противоположному поведению (стратегия требования подчинения) и предваряет следующий коммуникативный ход (*В этом отношении нужны послабления. Нужно проголосовать за этот законопроект*), реализующий коммуникативную тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей).

Для реализации данных коммуникативных тактик используются следующие языковые средства: риторический вопрос (*Каково напряжение?*); повторение (*стресс у ребёнка / такой стресс выдержать; кто-то и не способен / На кого-то очень сильно давят родители / на кого-то очень сильно давят учителя; В этом отношении нужны послабления / Нужно проголосовать за этот законопроект; А ему нельзя будет пересдавать / Ну так нельзя делать*); метафора (*На кого-то очень сильно давят родители, на кого-то очень сильно давят учителя*); преувеличение (*всё, твоя жизнь закончилась*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

Illegal drugs and knife crime bring chaos and misery to individuals. They destroy families and ruin neighbourhoods. Knife crime is a scourge in many of our cities and, during my time on the London Assembly and as a Member of this House, I have seen for myself the devastation it can bring to families (James Cleverly. Criminal Justice Bill. 28.11.23).

В первом коммуникативном ходе (*Illegal drugs and knife crime bring chaos and misery to individuals. They destroy families and ruin neighbourhoods* – *Незаконный оборот наркотиков и преступления с использованием ножей*

приносят людям хаос и страдания. Они разрушают семьи и разрушают кварталы) адресант реализует кооперационную коммуникативную тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей) и конфронтационную коммуникативную тактику угрозы созданием чувства страха (стратегия угрозы оппоненту).

В следующем коммуникативном ходе (*Knife crime is a scourge in many of our cities and, during my time on the London Assembly and as a Member of this House, I have seen for myself the devastation it can bring to families* – Преступления с применением ножа являются бичом во многих наших городах, и за время моего пребывания в Лондонской Ассамблее и в качестве члена этой Палаты я собственными глазами видел, какое опустошение оно может принести семьям) политик продолжает реализацию тактики угрозы созданием чувства страха (стратегия угрозы оппоненту), и для подтверждения своих слов добавляет тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности).

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: повторение (*knife crime bring chaos / Knife crime is a scourge*), лексемы с негативной коннотацией (*Illegal drugs; knife crime; chaos; misery; destroy; ruin; scourge; devastation*), инклюзивное притяжательное местоимение «our» (*in many of our cities*), эксклюзивное личное местоимение «my» (*during my time on the London Assembly and as a Member of this House*), эксклюзивное личное местоимение «I» (*I have seen*), эксклюзивное возвратное местоимение «myself» (*for myself*).

3. Тактика угрозы настоящему и будущему отсылкой к прошлому

Коммуникативная тактика угрозы настоящему и будущему отсылкой к прошлому является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством запугивания оппонента и представляет намеренное упоминание негативных ситуаций в прошлом для создания доказательной базы нежелательным событиям в настоящем или будущем. Например:

Вот скоро 11 сентября. Я в своё время занимался этим профессионально – угрозами жизни, здоровью и безопасности людей. Мы с вами все

помним, когда и дома взрывали, и... а до американцев дошло, когда 11 сентября наступило, до этого никто ничего не видел. Сейчас процесс идёт в очень опасном направлении, он просто повторяется и идёт в очень опасном направлении. Надо работать, надо взаимодействовать: слишком дорогая цена будет, если мы забудем про террор, который существует. Они оружие летального характера поставляют в огромных количествах, оно не контролируется – чем это может обернуться, трудно себе представить (Васильев В.А., Единая Россия, 6.07.2022).

Первый коммуникативный ход (*Вот скоро 11 сентября*) представляет констатив и имплицитно реализует коммуникативную тактику отсылки к прошлому (стратегия запугивания оппонента). Адресант обращается к прецеденту «11 сентября», употребляющемуся после террористического акта 11 сентября 2001 г. в Нью-Йорке. Данное словосочетание обладает отрицательной коннотацией, неся в себе качественные смыслы, связанные с грустными воспоминаниями о конкретном историческом событии. Далее политик при помощи коммуникативного хода (*Я в своё время занимался этим профессионально – угрозами жизни, здоровью и безопасности людей*) реализует коммуникативную тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности), что вызывает доверие к сказанному.

Следующий коммуникативный ход (*Мы с вами все помним, когда и дома взрывали, и... а до американцев дошло, когда 11 сентября наступило, до этого никто ничего не видел*) реализует коммуникативную тактику угрозы настоящему и будущему отсылкой к прошлому (стратегия угрозы оппоненту): адресант напоминает о террористических актах как в России, так и в США, противопоставляя отношение к террористическим актам граждан разных стран по принципу «свой-чужой». Коммуникативный ход (*Сейчас процесс идёт в очень опасном направлении, он просто повторяется и идёт в очень опасном направлении*) используется для реализации коммуникативной тактики угрозы созданием чувства страха (стратегия угрозы оппоненту). Близко расположенные друг от друга повторы (*идёт в очень опасном направлении*) акцентируют внимание адресата на угрожающих миру тенденциях, ведущих свое начало из прошлого, таким образом

выполняя функцию убеждающего воздействия, связанного с запугиванием оппонента.

В следующем коммуникативном ходе (*Надо работать, надо взаимодействовать*) политик реализует коммуникативную тактику вовлечения в социально значимое поведение (стратегия инициирования сотрудничества) для предупреждения негативных последствий существующего сейчас террора в будущем. Заключительный в данном фрагменте коммуникативный ход (*слишком дорогая цена будет, если мы забудем про террор, который существует. Они оружие летального характера поставляют в огромных количествах, оно не контролируется – чем это может обернуться, трудно себе представить*) реализует коммуникативную тактику угрозы созданием чувства страха (стратегия угрозы оппоненту), основанную на намеренном упоминании негативных ситуаций в прошлом и настоящем для создания доказательной базы негативным событиям в будущем.

Для реализации перечисленных тактик политик использует следующие языковые средства: прецедент (*Вот скоро 11 сентября*); эксклюзивное местоимение «я» (*Я в своё время занимался этим профессионально*); инклюзивное местоимение «мы» (*Мы с вами все помним*); противопоставление (*Мы с вами все помним, когда и дома взрывали, и... а до американцев дошло, когда 11 сентября наступило, до этого никто ничего не видел*); эпитеты (*Сейчас процесс идёт в очень опасном направлении / слишком дорогая цена будет / Они оружие летального характера поставляют в огромных количествах*); множественное отрицание (*никто ничего не видел*); повторение (*Вот скоро 11 сентября / когда 11 сентября наступило; Сейчас процесс идёт в очень опасном направлении / он просто повторяется и идёт в очень опасном направлении; Надо работать / надо взаимодействовать*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

The Bill is also not strong enough in its measures to tackle town centre crime. A law brought in by the Conservative Government, again around 10 years ago, means that shop thefts under £200 often are not investigated, even if the same gang comes back time and again. We should end that £200 rule to tackle the shoplifting gangs. We also have shop staff who are petrified to go to work

when there are 850 incidents a day of violence and abuse against shop workers (Yvette Cooper. Criminal Justice Bill. 28.11.23).

Первый коммуникативный ход (*The Bill is also not strong enough in its measures to tackle town centre crime. A law brought in by the Conservative Government, again around 10 years ago, means that shop thefts under £200 often are not investigated, even if the same gang comes back time and again – Закон, принятый консервативным правительством примерно 10 лет назад, означает, что кражи в магазинах на сумму менее 200 фунтов стерлингов часто не расследуются, даже если одна и та же банда возвращается снова и снова*) одновременно реализует кооперационную коммуникативную тактику формулирования проблемы (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей) и конфронтационную коммуникативную тактику угрозы настоящему и будущему отсылкой к прошлому (стратегия угрозы оппоненту). Помимо указанной конфронтационной тактики, Иветт Купер как член Лейбористской партии имплицитно реализует конфронтационную коммуникативную тактику обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента), указывая на авторство данного закона (*A law brought in by the Conservative Government*). Адресант формулирует проблему, возникшую после принятия закона десятилетней давности, и объясняет, чем он грозит в настоящем и будущем (*кражи в магазинах на сумму менее 200 фунтов стерлингов часто не расследуются, даже если одна и та же банда возвращается снова и снова*).

В следующем коммуникативном ходе (*We should end that £200 rule to tackle the shoplifting gangs – Нам следует отменить правило 200 фунтов стерлингов, чтобы бороться с бандами воров в магазинах*) политик уже реализует тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей). Однако далее в коммуникативном ходе (*We also have shop staff who are petrified to go to work when there are 850 incidents a day of violence and abuse against shop workers – У нас также есть сотрудники магазинов, которые боятся идти на работу, когда ежедневно происходит 850 случаев насилия и жестокого обращения в отношении работников магазинов*) адресант возвращается к конфронтационной коммуникативной тактике угрозы настоящему и будущему отсылкой к прошлому (стратегия

угрозы оппоненту): из-за принятого в прошлом закона в настоящем совершаются преступления по отношению к работникам магазинов. Цель адресанта – донести до адресата, что, если не изменить ситуацию, насилие и жестокое обращение в отношении продавцов не прекратится и станет, скорее всего, еще более жестоким.

Реализация коммуникативных тактик в данном фрагменте осуществляется при помощи следующих языковых средств: эпитет (*The Bill is also not **strong** enough*); имя собственное (*the Conservative Government*), указывающее на авторство закона; повторение (*the same **gang** comes back / to tackle the shoplifting **gangs**; **shop** thefts / **shop** staff / **shop** workers*); модальный глагол (*We **should** end that £200 rule*), реализующий долженствование; повтор инклюзивного личного местоимения «we» (*We **should** end / We also have **shop** staff*).

4. Коммуникативная стратегия требования подчинения

Приведем примеры коммуникативных ситуаций с иллокутивной целью конфронтационного доминирования посредством требования подчинения и с ожидаемым перлокутивным эффектом доминирования-подавления адресата. В целях достижения коммуникативного намерения адресанта используются следующие коммуникативные тактики:

1. Презентация собственной исключительности.
2. Назидательный совет адресату.
3. Корректировка поведения оппонента.
4. Оппозиция по статусному превосходству.

Рассмотрим выделенные тактики подробнее.

1. Тактика презентации собственной исключительности

Коммуникативная тактика презентации собственной исключительности является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством требования подчинения и представляет намеренное акцентирование внимания на положительном опыте в форме подчеркивания исключительно собственных прилагаемых усилий и успехов или своих партий.

Презентация собственной исключительности, «выпячивание» собственных заслуг в политической коммуникации происходит при намеренном подчеркивании только своих достижений и относится к доминантному типу поведения, поскольку адресант уверен, что исключительно его опыт достоин внимания, поэтому остальные должны подчиняться ему и его партии. Для обоснования этого положения обратимся к лексикографическому описанию значения лексемы *исключительность*: «1. Особенность, своеобразие, присущие только данному лицу, предмету или явлению. 2. Обособленность, замкнутость, основанная на идее чьей-л. особенности или превосходства» [СРЯ, Т. 1, 1999: 677]. Соответственно, *превосходство*: «Обладание более высокими достоинствами по сравнению с кем-, чем-л.; преимущество» [СРЯ, Т. 3, 1999: 360]. Например:

Что в этом году меня, как опытного депутата, больше всего тревожило? Казалось бы, чтобы войти в пятёрку, надо выйти на мировые темпы, чтобы выйти на мировые темпы, надо удвоить, утроить ассигнования. Для этого фракция во главе с очень опытными депутатами проделала колоссальную работу (Зюганов Г.А., КПРФ, 6.07.2022).

Первый коммуникативный ход (*Что в этом году меня, как опытного депутата, больше всего тревожило?*) реализует коммуникативную тактику презентации собственной исключительности (стратегия требования подчинения). При помощи постановки риторического вопроса адресант актуализирует доминирование, поскольку такой вопрос не предполагает ответ адресата и нацелен лишь на привлечение внимания адресантом к презентации себя *как опытного депутата*. Поскольку практически все парламентарии являются опытными профессиональными политиками, такая положительная автохарактеристика может вызвать раздражение среди равных по статусу политиков.

Следующий коммуникативный ход (*Казалось бы, чтобы войти в пятёрку, надо выйти на мировые темпы, чтобы выйти на мировые темпы, надо удвоить, утроить ассигнования*) является инструментом реализации тактики разъяснения сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей): адресант объясняет адресату законы рыночных отношений.

Третий коммуникативный ход (*Для этого фракция во главе с очень опытными депутатами проделала колоссальную работу*) в очередной раз реализует коммуникативную тактику презентации собственной исключительности (стратегия требования подчинения). Теперь уже политик подчеркивает не только свой богатый политический опыт (*меня, как опытного депутата*), но и опыт своих коллег по Коммунистической партии (*фракция во главе с очень опытными депутатами*), эмоционально отмечая их серьезный вклад (*проделала колоссальную работу*). Такое нескромное поведение, «выпячивание» только своих заслуг перед коллегами из других фракций при определенных экстралингвистических составляющих может вызвать неприязнь адресата.

Языковые средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: риторический вопрос (*Что в этом году меня, как опытного депутата, больше всего тревожило?*); косвенная форма эксклюзивного местоимения «я» (*меня, как опытного депутата*); эпитеты (как *опытного депутата / во главе с очень опытными депутатами / проделала колоссальную работу*); повторение (*чтобы войти в пятерку, надо выйти на мировые темпы, чтобы выйти на мировые темпы, надо*; как *опытного депутата / во главе с очень опытными депутатами*).

Приведем еще один фрагмент с ведущей тактикой презентации собственной исключительности (стратегия требования подчинения):

В 80 регионах будет реализована программа капремонта школ, которую "ЕДИНАЯ РОССИЯ" проводит совместно с Минпросвещения, за пять лет будет отремонтировано более 7,5 тысячи школ.

Вот в сегодняшних условиях одной из ключевых задач "ЕДИНОЙ РОССИИ" является гуманитарная миссия на Донбассе, и для её реализации на форуме были подписаны соглашения между "ЕДИНОЙ РОССИЕЙ", Донецкой Народной Республикой и Луганской Народной Республикой (Макаров В.С., Единая Россия, 21.06.2022).

Первый коммуникативный ход (*В 80 регионах будет реализована программа капремонта школ, которую "ЕДИНАЯ РОССИЯ" проводит совместно с Минпросвещения, за пять лет будет отремонтировано более 7,5 тысячи школ*) реализует коммуникативную тактику презентации собственной исключительности (стратегия требования подчинения). Политик акцентирует внимание на будущих заслугах исключительно своей партии, хотя

работа проводится под эгидой Министерства просвещения Российской Федерации. Адресант подтверждает свою информацию при помощи цифровых данных (*В 80 регионах / более 7,5 тысячи школ*).

Во втором коммуникативном ходе (*Вот в сегодняшних условиях одной из ключевых задач "ЕДИНОЙ РОССИИ" является гуманитарная миссия на Донбассе, и для её реализации на форуме были подписаны соглашения между "ЕДИНОЙ РОССИЕЙ", Донецкой Народной Республикой и Луганской Народной Республикой*) происходит продолжение реализации коммуникативной тактики презентации собственной исключительности (стратегия требования подчинения). Адресант акцентирует внимание адресата на многочисленных заслугах своей партии, трижды упоминая ее название (*"ЕДИНАЯ РОССИЯ"*) в приведенном фрагменте.

Реализация коммуникативных тактик в данном фрагменте осуществляется при помощи следующих языковых средств: количественные числительные (*В 80 регионах / более 7,5 тысячи школ*); повторение (*которую "ЕДИНАЯ РОССИЯ" проводит / одной из ключевых задач "ЕДИНОЙ РОССИИ" является / соглашения между "ЕДИНОЙ РОССИЕЙ"*); эпитет (*одной из ключевых задач*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

I set that out in my topical statement. We are working with every local authority to ensure the places are available. I am glad the hon. Lady mentioned childcare, because it is yet another policy area that the Labour party has no plan for. We are delivering the largest expansion of childcare in history so that working parents of children from the age of nine months to the start of school will get 30 hours of childcare a week. The real question is: what is Labour's plan? Nobody knows, because it does not have one. It is clear that the Conservatives are the only party with a plan for working parents (Gillian Keegan, Education, 11.03.24).

Первый коммуникативный ход (*I set that out in my topical statement – Я изложила это в своем актуальном заявлении*) реализует тактику указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстри-

рование осведомленности). Адресант в ответ на вопрос парламентария указывает, что она осведомлена об этой проблеме и осветила ее в своем заявлении.

Второй коммуникативный ход (*We are working with every local authority to ensure the places are available – Мы работаем со всеми местными властями, чтобы обеспечить наличие мест*) также является средством реализации тактики указания на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности). Но здесь уже речь идет не только о самой Джиллиан Киган как министре образования Великобритании, но и обо всей консервативной партии, которую она представляет.

В третьем коммуникативном ходе (*I am glad the hon. Lady mentioned childcare, because it is yet another policy area that the Labour party has no plan for – Я рада, что distinguished Lady упомянула уход за детьми, потому что это еще одна область политики, в отношении которой у Лейбористской партии нет планов*) реализована тактика положительной оценки действий адресата (стратегия одобрения) (*I am glad the hon. Lady mentioned childcare*) и тактика критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента) (*it is yet another policy area that the Labour party has no plan for*).

Четвертый коммуникативный ход (*We are delivering the largest expansion of childcare in history so that working parents of children from the age of nine months to the start of school will get 30 hours of childcare a week – Мы обеспечиваем самое большое расширение ухода за детьми в истории, чтобы работающие родители детей в возрасте от девяти месяцев до начала школы получали 30 часов ухода за детьми в неделю*) реализует тактику презентации собственной исключительности (стратегия требования подчинения). Адресант подчеркивает небывалые достижения исключительно консервативной партии (*We are delivering the largest expansion of childcare in history*), членом которой она является.

В пятом коммуникативном ходе (*The real question is: what is Labour's plan? Nobody knows, because it does not have one – Настоящий вопрос: каков план лейбористов? Никто не знает, потому что его нет*) реализуется так-

тика критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента). Адресант задает вопрос и сам же на него отвечает, констатируя, что у лейбористов даже нет плана действий по решению данной проблемы.

Заключительный в представленном фрагменте коммуникативный ход (*It is clear that the Conservatives are the only party with a plan for working parents – Понятно, что консерваторы – единственная партия, имеющая план для работающих родителей*) еще раз реализует коммуникативную тактику презентации собственной исключительности (стратегия требования подчинения). Адресант уверен, что только его партия имеет план по уходу за детьми, родители которых работают.

Реализуют данную коммуникативную тактику следующие языковые средства: эксклюзивное притяжательное местоимение «*my*» (*in my topical statement*); эксклюзивное личное местоимение «*we*» (*We are working; We are delivering*), актуализирующее участие только адресанта и его партии; эксклюзивное личное местоимение «*I*» (*I am glad*); повторение (*the Labour party has no plan / Labour's plan; the hon. Lady mentioned childcare / the largest expansion of childcare in history / 30 hours of childcare a week*); превосходная степень сравнения прилагательного (*the largest expansion of childcare in history*); эпитет (*The real question; the only party*).

2. *Тактика назидательного совета адресату*

Коммуникативная тактика назидательного совета адресату является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством требования подчинения и представляет намеренное побуждение в форме поучения, наставления адресантом, направленных на адресата.

Лексема *назидательный*, входящая в название данной тактики, означает «Служащий назиданием, поучительный» [СРЯ, Т. 2, 1999: 354]. Соответственно, *поучительный*: «закрывающий в себе поучение»; *поучение* же означает «назидательный совет, наставление» [СРЯ, Т. 3, 1999: 338]; *поучать*: «говорить с кем-нибудь наставительным тоном, с уверенностью в своем превосходстве (разг. ирон.)» [ТСРЯ. <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=55293>]. Поэтому назидательный совет, поучение адресантом адресата относится к доминантному типу

поведения и свидетельствует о позиции превосходства адресанта. Например:

Так что я господину Григоренко хочу сказать, что "тщательнее" надо читать, надо читать не только тот закон, который нравится, но и тот, который написан. Потом, всё-таки в первую очередь надо ориентироваться на Жилищный кодекс. Ну я вам уже один раз говорила: надо иметь своё суждение иметь, а не только по таблице ориентироваться. Надо ориентироваться на то, что вы избраны от населения и защищаете права населения, не более того (Хованская Г.П., Справедливая Россия – Патриоты – За правду, 21.07.23).

Данный фрагмент представляет собой несколько коммуникативных ходов, реализующих ведущую коммуникативную тактику назидательного совета адресату (стратегия требования подчинения) и репрезентирующих стремление адресанта к превосходству – конфронтационное доминирование. Первый коммуникативный ход (*Так что я господину Григоренко хочу сказать, что "тщательнее" надо читать, надо читать не только тот закон, который нравится, но и тот, который написан*), помимо обозначенной тактики, имплицитно реализует коммуникативную тактику обвинения в недосказанности, нечестности (стратегия обвинения оппонента), намекая на подмену понятий адресатом и пренебрежение определенными законами. Адресант обращается к оппоненту в назидательном тоне (**надо читать, надо читать не только тот закон**), притом в третьем лице (*я господину Григоренко хочу сказать*), что свидетельствует о пренебрежении правилами этикета и вежливостью. По отношению к адресату адресант позволяет себе ироничное использование прецедента (*"тщательнее" надо читать*), принадлежащего известному сатирику М. Жванецкому: «тщательнее» надо, ребята» [Жванецкий, 1979, <https://dzen.ru/video/watch/641577653c58ad20cbfb3da2>].

Во втором коммуникативном ходе (*Потом, всё-таки в первую очередь надо ориентироваться на Жилищный кодекс*), помимо тактики назидательного совета адресату (стратегия требования подчинения), имплицитно актуализируется и тактика критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента). При помощи частицы (*всё-таки*) и императивной формы (**в первую очередь надо ориентироваться**) адресант указывает на

то, что данный политик не руководствуется основным источником жилищного права РФ (*надо ориентироваться на Жилищный кодекс*).

Третий коммуникативный ход (*Ну я вам уже один раз говорила: надо сметь своё суждение иметь, а не только по таблице ориентироваться. Надо ориентироваться на то, что вы избраны от населения и защищаете права населения, не более того*) помимо назидательного совета адресату реализует тактику отрицательной оценки интеллектуальных качеств оппонента (стратегия неодобрения оппонента). Адресант имплицитно указывает на несообразительность адресата (*Ну я вам уже один раз говорила*), при этом разговорное *Ну* предполагает гипотетический вывод: Никуда не годится. На неодобрение интеллекта адресата указывает и трансформация известной цитаты из произведения Грибоедова А.С.: «В мои лета не должно сметь / Свое суждение иметь». Политик имплицитно уподобляет адресата герою «Горе от ума» Молчалину, о личностных характеристиках которого знает любой российский школьник. Одновременно с данными тактиками реализуется и тактика призыва оппонента к противоположному поведению (стратегия требования подчинения) (*надо сметь своё суждение иметь, а не только по таблице ориентироваться. Надо ориентироваться на то, что вы избраны от населения и защищаете права населения, не более того*). На протяжении всего фрагмента адресант позволяет себе конфронтационное доминирование, обращаясь к равному себе по статусу политику.

В перечисленных тактиках используются разнообразные средства: эксклюзивное местоимение «я» (*Так что я господину Григоренко хочу сказать / я вам уже один раз говорила*); эксклюзивное местоимение «вы» и его косвенная форма (*вы избраны от населения / я вам уже один раз говорила*); упоминание адреса в третьем лице (*я господину Григоренко хочу сказать*); повторение (*"тщательнее" надо читать / надо читать; не только тот закон, который нравится / но и тот, который написан; надо ориентироваться на Жилищный кодекс / не только по таблице ориентироваться / Надо ориентироваться на то; вы избраны от населения / защищаете права населения*); трансформация прецедентного текста (*"тщательнее" надо читать; надо сметь своё суждение иметь*); противопоставление (*надо читать не только тот закон, который нравится / но и тот,*

который написан; надо иметь своё суждение / а не только по таблице ориентироваться).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

The hon. Gentleman describes being out of touch with Scotland; he also mentions Glasgow. I should tell him that Glasgow has received £15 million in this round, so I suggest that it is he who is out of touch with Scotland. The Government have a responsibility to all people, businesses and communities across the whole United Kingdom across all three rounds of the funds. As I mentioned in my statement, we have invested £1 billion of levelling-up funding in local authorities in Scotland, Wales and Northern Ireland. The hon. Gentleman should consider his argument: it seems somewhat bizarre that he is frustrated at the funding that we are spending in Scotland. He should focus on what the cash is delivering, rather than on who is delivering it (Jacob Young. Levelling Up. 20.11.23).

В коммуникативном ходе (*The hon. Gentleman describes being out of touch with Scotland; he also mentions Glasgow* – Дistinguished Gentleman описывает отсутствие связи с Шотландией; он также упоминает Глазго) адресант повторяет слова парламентария и в дальнейших коммуникативных ходах отвечает на них. Так, в коммуникативном ходе (*I should tell him that Glasgow has received £15 million in this round, so I suggest that it is he who is out of touch with Scotland* – Я должен сказать ему, что Глазго получил в этом раунде 15 миллионов фунтов стерлингов, поэтому я предполагаю, что именно он оторвался от Шотландии), реагируя на обвинение в отсутствии у адресанта представления по поводу финансирования Шотландии, адресант реализует коммуникативную тактику обвинения в несправедливости (стратегия обвинения оппонента), указывая, что именно адресант оторвался от существующей ситуации в Шотландии (*it is he who is out of touch with Scotland*), поэтому его упреки несправедливы. В подтверждение своих слов адресант реализует и кооперационную тактику оперирования точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация осведомленности) (*Glasgow has received £15 million in this round*).

Следующий коммуникативный ход (*The Government have a responsibility to all people, businesses and communities across the whole United Kingdom across all three rounds of the funds. As I mentioned in my statement, we have*

invested £1 billion of levelling-up funding in local authorities in Scotland, Wales and Northern Ireland – Правительство несет ответственность перед всеми людьми, предприятиями и сообществами на всей территории Соединенного Королевства во всех трех раундах финансирования. Как я упомянул в своем заявлении, мы инвестировали 1 миллиард фунтов стерлингов в финансирование выравнивания местных органов власти в Шотландии, Уэльсе и Северной Ирландии) одновременно реализует три кооперационные коммуникативные тактики: разъяснение сложных вопросов (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование интеллектуальных способностей), указание на личную причастность (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности) и оперирование точными цифровыми данными (подвид стратегии самопрезентации – демонстрирование осведомленности). Адресант разъясняет специфику трех раундов финансирования британских территорий, акцентируя внимание на личном участии в данном процессе и подтверждая информацию точными цифровыми данными.

Заключительный коммуникативный ход (*The hon. Gentleman should consider his argument: it seems somewhat bizarre that he is frustrated at the funding that we are spending in Scotland. He should focus on what the cash is delivering, rather than on who is delivering it – Достояющему Джентльмену следует обдумать свой аргумент: кажется несколько странным, что он разочарован тем финансированием, которое мы тратим в Шотландии. Ему следует сосредоточиться на том, что приносятся деньги, а не на том, кто их доставляет*) представляет собой реализацию тактики назидательного совета адресату (стратегия требования подчинения). Адресант дважды использует модальный глагол *should* (*should consider his argument; He should focus*) для актуализации совета. Одновременно он реализует тактику несогласия с мнением оппонента (стратегия неодобрения оппонента), считающим финансирование в Шотландии недостаточным.

В перечисленных тактиках используются разнообразные средства: повтор модального глагола *should* (*I should tell him; The hon. Gentleman should consider his argument; He should focus*), количественные числитель-

ные (*has received £15 million in this round; we have invested £1 billion of levelling-up funding*), эксклюзивное личное местоимение «I» (*I should tell him; I suggest; I mentioned*), эксклюзивное личное местоимение «we» (*we have invested; we are spending*), эксклюзивное притяжательное местоимение «my» (*in my statement*), эмфатическая конструкция (*it is he who is out of touch with Scotland*), повторение (*to all people / across all three rounds; what the cash is delivering / who is delivering; mentions Glasgow / Glasgow has received; being out of touch with Scotland / who is out of touch with Scotland / we are spending in Scotland*).

3. *Тактика корректировки поведения оппонента*

Коммуникативная тактика корректировки поведения оппонента является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством требования подчинения и представляет призыв оппонента к противоположному поведению в форме просьбы изменить его негативные стороны.

Лексема *корректировать* означает «Вносить коррективы, исправления, поправки во что-л.» [СРЯ, Т. 2, 1999: 108]. В коммуникативной тактике корректировки поведения оппонента реализуется цель изменить нежелательное для адресанта поведение адресата. Например:

Мы выходили с такими инициативами, что давайте в бюджете добавим денег на финансирование зарплаты учителей. Вы нам отвечаете: так в законе же этого нет – вы сначала закон примите, а потом в бюджете будет. Сколько вы в этот пинг-понг будете играть? Вы, может быть, какое-то решение предложите, лучшее, чем мы? (Гартунг В.К., Справедливая Россия – Патриоты – За правду, 21.06.22).

Начальный в данном фрагменте коммуникативный ход (*Мы выходили с такими инициативами, что давайте в бюджете добавим денег на финансирование зарплаты учителей*) реализует тактику предложения решения проблемы, выхода из трудной ситуации (подвид стратегии самопрезентации – демонстрация интеллектуальных способностей): адресант стремится к сотрудничеству, упоминая выдвинутые его партией инициативы и повторяя предложение по решению проблемы нехватки учителей.

В следующем коммуникативном ходе (*Вы нам отвечаете: так в законе же этого нет – вы сначала закон примите, а потом в бюджете будет*) с помощью передачи прямой речи политик напоминает аргументы оппонента, направленные на отказ от предложений адресанта. Далее в коммуникативном ходе (*Сколько вы в этот пинг-понг будете играть?*) при помощи указательного местоимения (*в **этот** пинг-понг*) и метафоры (*пинг-понг будете играть*) адресант реализует тактику критики действий оппонента (стратегия неодобрения оппонента), указывая на то, что проблема не решается, происходит перекладывание ответственности и как результат искусственное затягивание принятия решения.

В заключительном коммуникативном ходе (*Вы, может быть, какое-то решение предложите, лучшее, чем мы?*) адресант реализует тактику корректировки поведения оппонента (стратегия требования подчинения). Несмотря на модальный глагол *может*, политик при помощи вопросительного предложения актуализирует доминирование: он призывает адресата поменять свое поведение на противоположное и начать наконец-то предлагать решения данной проблемы.

Для реализации перечисленных тактик использованы следующие языковые средства: инклюзивное местоимение «мы» и его косвенные формы (***Мы** выходили с такими инициативами; какое-то решение предложите, лучшее, чем **мы**; Вы **нам** отвечаете*); эксклюзивное местоимение «вы» (***Вы** нам отвечаете; **вы** сначала закон примите; Сколько **вы** в этот пинг-понг будете играть; **Вы**, может быть, какое-то решение предложите*); метафора (*в этот пинг-понг будете играть*); вопросительные предложения (*Сколько вы в этот пинг-понг будете играть? / Вы, может быть, какое-то решение предложите, лучшее, чем мы?*).

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

We must create a culture here where we are rewarded for correcting our mistakes and chastised when we seek to profit from a lie (Liz Saville Roberts, Prohibition of Deception, 28.06.22).

Коммуникативный ход (*We must create a culture here where we are rewarded for correcting our mistakes and chastised when we seek to profit from a lie – Мы должны создать здесь культуру, в которой нас вознаграждают за исправление наших ошибок и наказывают, когда мы пытаемся получить прибыль от лжи*) реализует тактику корректировки поведения оппонента

(стратегия требования подчинения). Адресант стремится поменять существующую ситуацию в парламенте, связанную с наличием лжи в коммуникативном поведении своих коллег – парламентариев.

Для реализации данной коммуникативной тактики используются следующие языковые средства: инклюзивное личное местоимение «we» (*We must create; we are rewarded; when we seek to profit*), указывающее на участие в коммуникации и адресанта, и адресата; модальный глагол «must» (*We must create*); инклюзивное притяжательное местоимение «our» (*for correcting our mistakes*).

4. **Тактика оппозиции по статусному превосходству**

Коммуникативная тактика оппозиционирования по статусному превосходству является одним из способов реализации глобальной цели конфронтационного доминирования. Она реализуется посредством требования подчинения и представляет намеренное указание на свой высокий статус в форме сравнения с более низким статусом остальных участников коммуникации.

Обратимся к лексикографическим источникам. Значение слова *оппозиционный*: «Свидетельствующий об отрицательном отношении к кому-л., о несогласии с чем-л.» [СРЯ, Т. 2, 1999: 628]. Значение слова *статусный*: «подчеркивающий статус своего владельца» [Викисловарь, <https://kartaslov.ru/%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5-%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%81%D0%BD%D1%8B%D0%B9>]. Статусом называют определенное состояние, позицию, ранг в любой иерархии, структуре, системе. Статус в социуме – это положение, которое занимает индивид или социальная группа в обществе. Что касается статусного положения политика, то оно априори считается высоким. Например:

Скажите, будет ли вот этот единый реестр, который будет создан, общедоступным, то есть смогут обычные граждане или, например, мы, как депутаты, посмотреть, кого сколько проверяли в течение года? (Леонов О.Ю., Новые Люди, 21.06.22).

Данный коммуникативный ход реализует тактику запроса информации и одновременно тактику оппозиции по статусному превосходству

(стратегия требования подчинения). Адресант задает вопрос, противопоставляя депутатов остальным гражданам страны (*обычные граждане или, например, мы, как депутаты*). Обратимся к лексикографическому источнику: *депутат* – это «1. Выборный представитель, член выборного государственного учреждения. 2. Лицо, избранное кем-л. и уполномоченное для выполнения каких-л. поручений, заданий и т. п.» [СРЯ, Т. 1, 1999: 388], т.е. это выборное лицо из числа граждан страны. Но в данном фрагменте политик позиционирует себя как элиту общества в отличие от обычных людей. Связано это с тем, что депутаты почти во всех странах приобретает неприкосновенность и определенные привилегии.

Реализация данной коммуникативной тактики осуществляется при помощи языкового средства противопоставления (*обычные граждане или, например, мы, как депутаты*). Такая коммуникация свидетельствует о проявлении превосходства адресанта и о его намерении доминировать за пределами Парламента.

Рассмотрим фрагмент выступления англоговорящего адресанта:

How can we as elected representatives expect the public to follow, when our own standards lag so far behind? (Liz Saville Roberts. Prohibition of Deception. 28.06.22).

Коммуникативный ход (*How can we as elected representatives expect the public to follow – Как мы, избранные представители, можем ожидать, что общественность последует за нами*) реализует тактику оппозиции по статусному превосходству (стратегия требования подчинения) и тактику угрозы негативными последствиями (стратегия угрозы оппоненту). Адресант при обсуждении вопросов, связанных с деятельностью парламента, подчеркивает свой статус избранных представителей (*elected representatives*) и противопоставляет себя и своих коллег остальным людям (*the public*), что угрожает парламентариям негативными последствиями – избиратели не последуют за политиками. Такое статусное неравенство позволяет ей требовать подчинения, но в данной ситуации она сетует, что это проблематично из-за того, что парламентские стандарты отстают (*our own standards lag so far behind*). Поэтому в следующем коммуникативном ходе (*when our own standards lag so far behind – когда наши собственные стандарты*

настолько отстают) реализуется тактика обвинения в сложившейся негативной ситуации (стратегия обвинения оппонента).

Средства реализации коммуникативных тактик данного фрагмента: инклюзивное личное местоимение «we» (*we as elected representatives*), противопоставление (*we as elected representatives expect the public*), инклюзивное притяжательное местоимение «our» (*our own standards*), риторический вопрос (*How can we as elected representatives expect the public to follow, when our own standards lag so far behind?*).

Амбивалентная коммуникативная гиперстратегия доминирования в рамках одного коммуникативного хода может быть одновременно реализована посредством и кооперационных, и конфронтационных коммуникативных стратегий и соответствующих тактик. Реализация гиперстратегии доминирования при несоблюдении ключевых постулатов кооперации легко может перевести кооперационное намерение в конфронтационное, поэтому при определенных условиях может возникать конфликтогенный потенциал. Далее обратимся к исследованию доминантного речевого поведения русскоговорящих и англоговорящих политиков с позиции скрытой прагмалингвистики.

АКТУАЛИЗАЦИЯ ДОМИНАНТНОГО РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ

В результате анализа открытых намерений и скрытых интенций говорящего выявляется речевой имидж политика, который отражает ожидания определенных социальных групп и является сплетением двух начал – намеренно моделируемых политиком представлений о своей личности, т.е. фальшь-имиджа, и неосознанно транслируемых им речевых сигналов, формирующих его реал-имидж. Если фальшь-имидж отражает не реальную сущность политика, а желание произвести позитивное впечатление на политический электорат, иначе говоря, выражает стремление казаться, а не быть [Почепцов, 2001: 7], то «реал-имидж основывается на реальных политических и личностных качествах политика и отражает его привычное речевое поведение. Сопоставление фальшь- и реал-имиджей политического деятеля раскрывает уровень искренности политика» [Матвеева, Лесняк, Зюбина, 2015: 164-165]. Для того, чтобы быть успешным, политику нужно актуализировать имидж лидера, способного принимать правильные решения даже в самой трудной ситуации. Поэтому политические деятели, обладающие уверенным, направленным на адресата, речевым поведением и соответствующими индивидуально-личностными характеристиками, становятся доминирующими просоциальными субъектами в политическом дискурсе.

Под актуализацией мы понимаем немотивированное речевое поведение, изучаемое в скрытой прагмалингвистике; тогда как реализация – это мотивированная коммуникативная деятельность, исследуемая в функциональной прагмалингвистике. Рассмотрим актуализацию скрытой речевой стратегии доминирования, свидетельствующей о реальных личностных качествах адресантов и отражающей их привычное речевое поведение, т.е. указывающей на реал-имидж политиков.

Скрытая речевая стратегия доминирования актуализируется в импозитивном плане (прямое воздействие) и неимпозитивном плане (минимизация воздействия). При этом в речи адресанта всегда наблюдаются и нейтральные речевые сигналы (маркеры). О доминантном типе речевого поведения адресанта свидетельствует высокий уровень актуализации импозитивного плана по сравнению со среднестатистическими показателями группы испытуемых, участвующих в прагмалингвистическом эксперименте.

О характере доминирования, эгоцентрическом или кооперационном, можно судить по способу участия адресанта в речевом событии, выражающемся в высоких показателях актуализации личного и социального планов соответственно скрытой речевой стратегии «Участие / неучастие коммуникантов в речевом событии». Личный план предполагает индивидуальное участие, т.е. участие либо адресанта, либо адресата; социальный же план – совместное участие и адресанта, и адресата вместе взятых.

Поскольку при помощи прагмалингвистического эксперимента диагностируют индивидуально-личностные черты отправителя текста, материал, подобранный для исследования, должен включать тексты, обладающие одинаковыми внешними и внутренними характеристиками. Так, по содержанию все анализируемые нами тексты связаны с политической тематикой, созданы в один и тот же временной промежуток, адресантами текстов стали уже заявившие о себе политики выше средних лет, а адресатами – участники заседаний соответствующих парламентов [Зюбина, 2021, а]. Для определения национальных особенностей подобраны тексты двух групп: российских и британских политиков; для сравнения по гендерному признаку отдельно анализировались выступления политиков разных полов: женщин и мужчин.

Для осуществления прагмалингвистического анализа обозначим определенные требования для его проведения. Во-первых, необходимо составить список маркеров скрытой речевой стратегии доминирования; во-вторых, подобрать подходящие для анализа тексты выступлений; в-третьих, разделить выбранные тексты на МСГ; в-четвертых, отметить в таблицах наличие речевых сигналов всех планов скрытой речевой стратегии; в-пятых, провести интерпретацию полученных количественных результатов по диагностированию доминантных личностных качеств адресантов.

Для проведения эксперимента по определению доминантного речевого поведения в политическом дискурсе мы выделили речевые маркеры (или сигналы) скрытой речевой стратегии доминирования, актуализирующейся в трех планах: импозитивном (прямое воздействие), нейтральном и неимпозитивном (минимизация воздействия).

Маркеры импозитивного плана:

1. Лексемы с актуализаторами оценочности:

– *мы с вами идём в **правильном** направлении* (Нечаев А.Г., Новые Люди, 12.12.23);

– *They are very **serious** allegations that should not be made lightly or be based on a vague recollection.* – *Это очень серьезные обвинения, которые нельзя делать легкомысленно или основывать на смутных воспоминаниях* (Hollinrake K. Post Office Horizon Scandal. 22.02.24).

2. Лексемы с актуализаторами экспрессивности:

– *Это только часть **айсберга**, когда **огромные гиганты** – "Уралмаш", "Запсиб" и другие – просто встали* (Васильев В.А., Единая Россия, 12.12.23);

– *The Tory Government's **pickpocketing** has meant higher taxes on working people, leaving them with less money at a time when their daily lives are getting more expensive.* – *Карманные кражи правительства тори означают повышение налогов для трудящихся, в результате чего у них остается меньше денег, в то время как их повседневная жизнь становится все дороже* (Reeves R. Budget Resolutions. 7.03.24).

3. Лексемы с актуализаторами обязательности, настойчивости и бескомпромиссности:

– *За эти годы, **конечно**, парламент сильно эволюционировал, и я **уверен**, что в хорошую сторону* (Нечаев А.Г., Новые Люди, 12.12.23);

– *The right hon. Gentleman **is wrong**.* – *Достопочтенный Джендльмен не прав* (Young J. Levelling Up. 20.11.23).

4. Структуры, актуализирующие упрек:

– *Сегодня Шахрай на "Первом канале" давал интервью – **ну сказал бы**, кто и где её писал. Её писали в Австрии и во Франции, в Америке. Они списали весь раздел об исполнительной власти, выбросив все контрольные функции* (Зюганов Г.А., КПРФ, 12.12.23);

– *The tax rises that the Chancellor has introduced are making the cost of living worse for everyone. **How can he** defend raising taxes on working people and urging against pay rises for most people, while his colleagues recommend scrapping the cap on pay rises for FTSE 100 bosses who earn millions?* – *Повышение налогов, введенное канцлером, снижает стоимость жизни для всех. Как он*

может защищать повышение налогов для работающих и призывать против повышения заработной платы для большинства людей, в то время как его коллеги рекомендуют отменить ограничение на повышение заработной платы для боссов FTSE 100, которые зарабатывают миллионы? (Sharma V. Cost of Living. 28.06.22).

5. Неоднократное и решительное отрицание, двойное отрицание:

– И тем не менее она **не** спасла **ни** от чего – **ни от** дефолта, **ни от** чеченской бойни, от этой жуткой войны, / которую развязали на Кавказе, – / она **не** спасла **ни** от чего! (Зюганов Г.А., КПРФ, 12.12.23);

– I say to the Minister: do **not** give us any garbage about the Tories having a plan. That is **not** a plan; it is a farce. Why do they **not** stop wasting that money and instead put it into rebuilding border security and stopping the criminal gangs? That is Labour's plan. – Я говорю министру: не надо нам нести всякую чушь о том, что у Тори есть план. Это не план; это фарс. Почему они не перестанут тратить эти деньги и вместо этого направят их на восстановление безопасности границ и остановку преступных группировок? Это план лейбористов (Cooper Y. Independent Chief Inspector of Borders and Immigration. 4.03.24).

6. Превосходная степень сравнения прилагательного и наречия:

– Конституция рождалась в условиях **могущественного** общественного запроса на гражданский мир (Кабышев С.В., Справедливая Россия – за Правду, 12.12.23);

– As I said, for 70% of all workers, excluding **the most wealthy**, it represents a net tax cut, because we are on the side of hard-working people. – Как я уже сказал, для 70% всех рабочих, за исключением самых богатых, это означает чистое снижение налогов, потому что мы на стороне трудолюбивых людей (Sunak R. Cost of Living. 28.06.22).

7. Лексемы с актуализаторами большого количества, всеобщности, неделимости:

– **всё человечество** признало её самым совершенным документом, гарантирующим **все мыслимые и немыслимые права** (Зюганов Г.А., КПРФ, 12.12.23);

– *We will do **everything** we can to deliver that compensation as quickly as possible.* – Мы сделаем все возможное, чтобы выплатить компенсацию как можно быстрее (Hollinrake К. Post Office Horizon Scandal. 22.02.24).

8. Аналитические и смысловые усилители:

– ***именно такой** основной закон нужен **в такой** многоукладной, многонациональной стране, как Россия* (Нечаев А.Г., Новые Люди, 12.12.23);

– *It is being suggested to me that I should use the word “seniority”, and that **does have** a better ring to it.* – Мне предлагают использовать слово «старший», и оно действительно звучит лучше (Laing E. Topical Questions. 11.03.24).

9. Рекомендации, призывы, советы:

– ***давайте** все вместе оставим основной закон в покое, **не будем** превращать Конституцию в постоянно переписываемый документ, **давайте лучше** четко следовать ей* (Нечаев А.Г., Новые Люди, 12.12.23);

– ***Let us be very clear** about our language here: the people of Gaza are not starving; they are being starved.* – Давайте будем предельно ясны в своих формулировках: жители Газы не голодают; их морят голодом (Mitchell A. Israel and Gaza. 19.03.24).

10. Лексемы с актуализаторами запрета:

– ***Запрещая** придавать официально обязывающий, государственно-принудительный характер идеологическим установкам какой-либо отдельной части общества, Конституция России ни в коей мере не снимает с себя, с государства, решающей ответственности за обеспечение исторически сложившихся духовно-нравственных идеалов многонационального народа Российской Федерации, послуживших смысловым источником самой Конституции* (Кабышев С.В., Справедливая Россия – за Правду, 12.12.23);

– *On the letter from the chief executive to the Justice Secretary, I am aware of the allegations by Mr Staunton. They are very serious allegations that **should not** be made lightly or be based on a vague recollection.* – Что касается письма главы исполнительной власти министру юстиции, мне известны обвинения г-на Стонтона. Это очень серьезные обвинения, которые нельзя выдвигать легкомысленно или основывать на смутных воспоминаниях (Hollinrake К. Post Office Horizon Scandal. 22.02.24).

11. Императив совершенного вида (вид учитывается для русского языка):

– ***Вспомните**, как Украина закрепила в Конституции стремление в НАТО* (Нечаев А.Г., Новые Люди, 12.12.23);

– **Put that on your leaflet!** – Поместите это в свой буклет! (Reeves R. Budget Resolutions 7.03.24).

12. Модальные слова со значением облигаторности:

– *a общественный запрос на справедливость должен быть эффективно обеспечен* (Кабышев С.В., Справедливая Россия – за Правду, 12.12.23);

– *We **must** work through that by involving all the relevant safeguarding agencies to truly disrupt the criminal activity that has a grip of the young person, and deliver that wraparound support as urgently as possible.* – Мы должны решить эту проблему, привлекая все соответствующие органы по обеспечению безопасности, чтобы по-настоящему пресечь преступную деятельность, захватившую молодого человека, и оказать комплексную поддержку как можно скорее (Lynch H. Rights of Children (Police Custody). 28.06.22).

13. Нарушения норм грамматики, актуализирующие доминирование:

– *Царь соглашается* (Зюганов Г.А., КПРФ, 12.12.23) – историческое настоящее;

– *I and the Secretary of State are spending a lot of time with Jewish student groups. Last week, I and the Secretary of State had a meeting with the Office for Students, to make clear to the regulator that antisemitism across our universities is not acceptable.* – Я и госсекретарь проводим много времени с еврейскими студенческими группами. На прошлой неделе я и госсекретарь встретились с Управлением по делам студентов, чтобы дать понять регулятору, что антисемитизм в наших университетах неприемлем (Halfon R. Education. 11.03.24) – порядок слов в подлежащем.

14. Усложненные синтаксические структуры:

– *Причём мы с вами знаем о споре между Лениным и Сталиным. Ленин отстоял это предложение, и, **таким образом**, эта норма была закреплена в договоре 1922 года, а **потом** уже перешла в Конституцию 1924 года, **далее** была сталинская Конституция 1936 года, а **потом** брежневская Конституция* (Володин В.В., Единая Россия, 12.12.23);

– *First, there must be far higher reporting and monitoring of the use of strip searches in police custody. ... Secondly, a decade of legal aid cuts has meant that firms cannot afford to send down more than minimally trained representatives to police stations, and then only for the shortest possible period.* – Во-первых, необходимо гораздо больше сообщать и контролировать использование допросов с раздеванием в местах содержания под стражей в полиции. ...

Во-вторых, десятилетие сокращения юридической помощи привело к тому, что фирмы не могут себе позволить направлять в полицейские участки больше, чем минимально подготовленных представителей, и то только на максимально короткий период (Daby J. Rights of Children (Police Custody). 28.06.22).

15. Точные цифровые данные:

– *Мы внесли 15 базовых поправок и 108 других (Зюганов Г.А., КПРФ, 12.12.23);*

– *That is why we have announced £37 billion-worth of support, with the bulk of that targeted on the most vulnerable in our society, and those families receiving around £1,200 of help this year. – Вот почему мы объявили о поддержке на сумму 37 миллиардов фунтов стерлингов, причем большая часть этой суммы предназначена для наиболее уязвимых слоев нашего общества, а также для тех семей, которые в этом году получают помощь в размере около 1200 фунтов стерлингов (Sunak R. Cost of Living. 28.06.22).*

16. Риторические вопросы:

– *Почему? Потому что 15 поправок возвращали нам полный суверенитет (Зюганов Г.А., КПРФ, 12.12.23);*

– *Why are our 19th century codes of gentlemanly honour not sufficient? – Because we are no longer in the world of chivalry and words as bonds, if we ever were, and because doing so would finally bring our legislature into line with other 21st century standards. – Почему наших кодексов джентльменской чести XIX века недостаточно? – Потому что мы больше не находимся в мире рыцарства и слов как уз, если вообще когда-либо были, и потому что это, наконец, приведет наше законодательство в соответствие с другими стандартами 21 века (Saville Roberts L. Prohibition of Deception. 28.06.22).*

17. Восклицательные предложения:

– *Огромная работа проделана на протяжении прошедшего времени! (Володин В.В., Единая Россия, 12.12.23);*

– *Outrageous! – Возмутительно! (De Cordova M. Rights of Children. 28.06.22).*

18. Профессиональная терминология:

– *С нашей точки зрения, будущему созыву надо начать с того, что, вообще, рассмотреть вопросы о запрете сверхмаржинальных прибылей банков-*

ской системы и о запрете микрофинансовых организаций. ... Там —экономический рост и доходы населения, а у нас — **таргетирование инфляции, или сжатие денежной массы, и сбалансированность бюджета** (Коломейцев Н.В., фракция КПРФ, 16.06.21);

– *The science is clear that **neonicotinoids** have a profound effect on bee behaviour and hive viability when those insects are exposed to them.* – Наука ясно показывает, что неоникотиноиды оказывают глубокое влияние на поведение пчел и жизнеспособность улья, когда эти насекомые подвергаются их воздействию (Goodwill R. Food Security. 21.03.24).

19. Цитаты из авторитетных источников:

– *Статья 17 так и звучала: «За каждой союзной республикой сохраняется право свободного выхода из СССР»* (Володин В.В., Единая Россия, 12.12.23);

– *The College of Policing is right to stress in its guidance that “Everyone who works with children has a responsibility for keeping them safe”* – *Полицейский колледж справедливо подчеркивает в своем руководстве, что «Каждый, кто работает с детьми, несет ответственность за их безопасность»* (Lynch H. Rights of Children. 28.06.22).

20. Разъяснения:

– ***То есть**, если человек совершил в течение последних десяти лет преступление на территории России, **значит**, он уже не может подавать документы, чтобы получить возможность находиться в России* (Матвеев М.Н., Единая Россия, 12.12.23);

– ***That means** that they have a role to play in identifying concerns about a child’s safety and wellbeing, sharing information and taking prompt action when it is needed to protect a child.* – *Это означает, что они должны играть определенную роль в выявлении опасений по поводу безопасности и благополучия ребенка, обмене информацией и принятии незамедлительных мер, когда это необходимо для защиты ребенка* (Lynch H. Rights of Children. 28.06.22).

Маркеры неимпозитивного плана:

1. Лексемы с актуализаторами сомнения, вероятности:

– Геннадий Андреевич, не стоит, **мне кажется**, с трибуны Государственной Думы давать заведомо ошибочные оценки (Слущкий Л.Э., ЛДПР, 12.12.23);

– ***I am afraid*** that the hon. Member is yet another Opposition Member with no credible alternative to speak of – just lots of complaints about the work that the Government are doing. – Боюсь, что **достопочтенный. Депутат** – это еще один член оппозиции, у которого нет заслуживающей доверия альтернативы, о которой можно было бы говорить – просто много жалоб на работу, которую делает правительство (Pursglove T. Independent Chief Inspector of Borders and Immigration. 4.03.24).

1. Вводные слова, выражающие сомнение:

– После внесения поправок о том, что ещё четыре региона вошли в состав России, **наверное**, некоторые политики, депутаты решили, что Конституцию можно править и дальше, причём в интересах какой-то одной или группы людей, или политической силы (Нечаев А.Г., Новые Люди, 12.12.23);

– ***That is a lot less than back in the 1940s, so maybe*** we could learn some lessons from the past. – Это намного меньше, чем в 1940-х годах, так что, возможно, мы могли бы извлечь некоторые уроки из прошлого (Anderson L. People with Learning Disabilities: Employment. 4.12.23).

2. Придаточные условия:

– **Если**, уважаемые коллеги, **проанализировать** Декларацию об образовании Союза ССР, это 1922 год, а затем конституции 1924 года, 1936 года и брежневскую Конституцию 1977 года, то окажется, что во всех этих конституциях была заложена мина замедленного действия, которая в итоге сработала (Володин В.В., Единая Россия, 12.12.23);

– ***It would be nice if we had a devolved Executive working with the Department***, but that has not been the case in the past anyway, even whenever the Executive was sitting, so the Minister's rationale simply does not stack up. – Было бы неплохо, если бы у нас был делегированный исполнительный директор, работающий с Департаментом, но в прошлом такого не было, даже когда исполнительный директор заседал, поэтому обоснование министра просто не сочетается (Farry S. Levelling Up. 20.11.23).

3. Сослагательное наклонение:

– *Я бы сказал так: менять нужно тогда, когда нельзя не менять* (Кабышев С.В., Справедливая Россия – за Правду, 12.12.23);

– *I would not accept the hon. Member's synopsis. – Я бы не принял краткий обзор достоинственного члена Парламента* (Young J. Levelling Up. Volume 741. 20.11.23).

4. Лексемы, актуализирующие большую степень уважения к адресату:

– *Глубокоуважаемый Вячеслав Викторович, глубокоуважаемые коллеги!* (Слуцкий Л.Э., ЛДПР, 12.12.23);

– *It is an honour to attend Parliament and engage in discussions and decisions that affect all our countries, to decide on policies that avert the climate breakdown and to legislate against hunger, homelessness and want, but we cannot do that from a position of bad faith, distrust or uncertainty. – Для меня большая честь присутствовать в парламенте и участвовать в дискуссиях и решениях, которые затрагивают все наши страны, принимать решения о политике, предотвращающей разрушение климата, и принимать законы против голода, бездомности и нужды, но мы не можем делать это с позиции недобросовестности, недоверия или неуверенности* (Saville Roberts L. Prohibition of Deception. 28.06.22).

5. Модальные слова со значением смягчения:

– *Можно* выразить это в виде следующей формулы: *суверенность – справедливость – патриотизм* (Кабышев С.В., Справедливая Россия – за Правду, 12.12.23);

– *May I also add my thanks to the Minister for his very dedicated response to all the questions that we have asked and for his energy in trying to make this scheme a success for those who have been victimised? – Могу ли я также выразить свою благодарность министру за его очень целеустремленный ответ на все вопросы, которые мы задали, и за его энергию в попытках сделать этот план успешным для тех, кто стал жертвой?* (Shannon J. Post Office Horizon Scandal. 22.02.24).

6. Конструкции, смягчающие негативное воздействие:

– *Извините, я не люблю в политику вдаваться, но когда я слышу, что фракция всё время работает, всё время работает, – коллеги, получается, что лучше бы не работали, потому что положение учителя явно ухудшается* (Смолин О.Н., КПРФ, 21.06.22).

– *Pardon me for having an unfashionable Thatcherite point of view, **but** much better than Government, taxpayer-funded levelling up is private sector levelling up.* – Простите меня за немодную точку зрения Тэтчер, но повышение уровня, финансируемое налогоплательщиками, гораздо лучше, чем повышение уровня частного сектора (Leigh E. Levelling Up. 20.11.23).

7. Диминутив:

– *Добавьте **минутку*** (Зюганов Г.А., КПРФ). – Председательствующий: *Добавьте минуту* (Володин В.В., Единая Россия, 12.12.23);

– *I am struggling **a bit** with the right hon. Lady's figures.* – Я борюсь немного (позволяю оспорить) с цифровыми данными достопочтенной Леди (Graham R. Budget Resolutions. 7.03.24).

8. Ссылки на обезличенного адресанта:

– *Это были очень сложные времена, **как говорят**, тёмные времена, не хочу туда возвращаться, но Геннадий Андреевич и его коллеги хорошо это знают, так было* (Васильев В.А., Единая Россия, 12.12.23);

– *I have spoken to **a constituent** who told me that, as a child, **they** accepted a guilty plea even though they were innocent. **They** did that because they wanted to avoid having to stay any longer in a police cell.* – Я разговаривал с одним избирателем, который рассказал мне, что в детстве они принимали признание вины, хотя были невиновны. Они сделали это, потому что не хотели больше оставаться в полицейской камере (Daby J. Rights of Children. 28.06.22).

9. Страдательный залог без указания действующего лица:

– *Поэтому в рамках превентивного контроля за трудовыми мигрантами **предлагается** возложить проверку наличия факта прохождения государственной дактилоскопии на работодателей при устройстве на работу* (Матвеев М.Н., Единая Россия, 12.12.23);

– *the people of Gaza are not starving; **they are being starved*** – жители Газы не голодают; их морят голодом (Mitchell A. Israel and Gaza. 19.03.24).

Речевые маркеры, не вошедшие в перечень маркеров импозитивности / неимпозитивности, представляют нейтральный план данной скрытой речевой стратегии.

Скрытая речевая стратегия участия / неучастие коммуникантов в речевом событии актуализируется в следующих планах: личный, социальный или предметный [Матвеева, 1993]. Личный план предполагает, что в коммуникации участвует только адресат или только адресант. При актуализации социального плана подразумевается участие в коммуникативной ситуации и адресанта, и адресата одновременно. Предметный план включает в себя все то, что не входит в личный и социальный план. В данном случае автор говорит об объективной стороне, что не актуализирует участие коммуникантов в речевом событии [Зюбина, 2021, а].

Маркеры личного плана:

1. Эксклюзивные местоимения:

– *я* *отвечу на вопрос, что делать* (Гартунг В.К., Справедливая Россия, 16.06.21);

– *I welcome the extra £37 billion of support for households and the cut in fuel duty. – Я приветствую дополнительные 37 миллиардов фунтов стерлингов на поддержку домохозяйств и снижение пошлины на топливо* (Holden R. Cost of Living. 28.06.22).

2. Косвенные формы эксклюзивных местоимений:

– *У меня* *достаточно объёмный доклад, но каждое слово этого доклада ценно для принятия данного закона* (Жигарев С.А., ЛДПР, 16.06.21);

– *One small cafe owner wrote to me recently to say that over the past few months, every single one of her suppliers has put their prices up. – Недавно владелец небольшого кафе написал мне, что за последние несколько месяцев каждый из ее поставщиков поднял цены* (Cherry J. Cost of Living. 28.06.22).

3. Существительные в функции эксклюзивных местоимений:

– *большая часть программы партии, которая сформирована по наказам наших избирателей, посвящена теме экологии* (Рябцева Ж.А., Единая Россия, 15.06.22);

– *It is clear that the Conservatives are the only party with a plan for working parents. – Понятно, что консерваторы – единственная партия, имеющая план для работающих родителей* (Keegan G. Education. 11.03.24).

4. Обращения:

– *Уважаемый Вячеслав Викторович, уважаемые коллеги!* (Рябцева Ж.А., Единая Россия, 15.06.22);

– *It is a pleasure to serve under your chairship, Mr Hollobone.* – *Мне очень приятно работать под вашим председательством, г-н Холлобон* (Webbe C. Rights of Children (Police Custody). 28.06.22).

5. Глаголы, в которых действующее лицо не выражено, но под ним подразумевается один из участников речевого события:

– *Хочется, чтобы правительство тоже реагировало на те запросы, которые приходят от жителей регионов* (Рябцева Ж.А., Единая Россия, 15.06.22);

– *It is an honour to attend Parliament and engage in discussions and decisions that affect all our countries, to decide on policies that avert the climate breakdown and to legislate against hunger, homelessness and want.* – *Большая честь присутствовать в парламенте и участвовать в дискуссиях и решениях, которые касаются всех наших стран, принимать решения о политике, предотвращающей климатические изменения, и принимать законы против голода, бездомности и нужды* (Saville Roberts L. Prohibition of Deception. 28.06.22).

6. Побудительные эксклюзивные формы глагола:

– *Посмотрите, что происходит каждый год, – и никаких сдвигов нет!* (Нилов О.А., Справедливая Россия – За правду, 16.06.21);

– *Think of the responsibilities that we bear on our shoulders.* – *Подумайте об ответственности, которую мы несем на своих плечах* (Saville Roberts L. Elected Representatives (Prohibition of Deception). 28.06.22).

7. Глагольные лексемы, соотносимые с одним из участников реального речевого события, типа «кажется», «представляется»:

– *в них ситуация представляется наиболее тревожной с точки зрения рождаемости и с точки зрения количества детей* (Голикова Т.А., Стенограмма выступления..., 2018);

– *The hon. Gentleman should consider his argument: it seems somewhat bizarre that he is frustrated at the funding that we are spending in Scotland.* – Доспоночтенному Джентльмену следует обдумать свой аргумент: кажется несколько странным, что он разочарован тем финансированием, которое мы тратим в Шотландии (Young J. Levelling Up. 20.11.23).

8. Вводные слова с модальным оценочным значением:

– *Однако все наши усилия, к сожалению, были напрасны* (Толстой П.О., Единая Россия, 13.02.24);

– *having what is, undoubtedly, the highest honour that the House of Commons has in its power to bestow* – *иметь то, что, несомненно, является высшей честью, которой может удостоить Палата общин* (Rees-Mogg J. Tribute to the Speaker of the House of Commons. 31.10.19).

Маркеры социального плана:

1. Инклюзивные местоимения:

– *Мы не можем назначать проверку по всякого рода фейковым заявлениям* (Аршба О.И., Единая Россия, 15.06.22);

– *We must look deeper at the issues and why these things happen.* – *Мы должны глубже взглянуть на проблемы и понять, почему такие вещи происходят* (Shannon J. Rights of Children (Police Custody). 28.06.22).

2. Косвенные формы инклюзивных местоимений:

– *у нас объём этих перевозок 1,8 тысячи тонн в год, а у нас в сопроводительных документах справочка Россельхознадзора о том, что их только 500 тонн в год* (Десягин М.Г., Справедливая Россия – За правду, 15.06.22);

– *The cost of living is affecting individuals and business, particularly small business, across our society.* – *Стоимость жизни влияет на отдельных людей и бизнес, особенно на малый бизнес, во всем нашем обществе* (Cherry J. Cost of Living. 28.06.22).

3. Существительные в функции инклюзивных местоимений:

– *Пусть выберут для себя что-то, а то за счёт наших граждан, за счёт страны, значит, решают свои проблемы и нам гадят – что это за позиция такая?* (Володин В.В., Единая Россия, 15.06.22);

– *I am saying that to protect her and **Parliament**.* – Я говорю это, чтобы защитить ее и парламент (Hollobone Ph. Rights of Children (Police Custody). 28.06.22).

4. Глагольная форма с невыраженным действующим лицом, подразумевающая участие и адресанта, и адресата одновременно:

– *Уважаемый Александр Александрович, вопрос: не пора ли в России **принимать** закон о природной ренте, как в Эмиратах, в Норвегии?* (Грешневиков А.Н., Справедливая Россия – за Правду, 15.06.22);

– *If it is not appropriate, something needs **to be done** to review it.* – Если это не подходит, необходимо что-то сделать, чтобы пересмотреть его (Oppong-Asare A. Rights of Children (Police Custody). 28.06.22).

5. Отрицательные местоимения:

– ***Никто** не назовёт прецедента, когда ЛДПР не ответила на какое-либо самое сложное обращение* (Слущкий Л.Э., ЛДПР, 12.12.23);

– *and that there seems to be **nobody** who can decide it* – и кажется, что нет никого, кто мог бы это решить (Rees-Mogg J. Speech on Batten Disease. 16.07.19).

6. Безличные предложения:

– *Вот у нас есть целевой набор, механизм, и **понятно**, что процентов 70—80 отучившихся в рамках целевого набора не возвращаются туда, куда должны были приехать* (Хамзаев Б.С., Единая Россия, 13.02.24);

– ***It is clear** that every time Labour gets into power, children’s education suffers.* – Понятно, что каждый раз, когда лейбористы приходят к власти, страдает образование детей (Keegan G. Oral Answers to Questions. Education. 11.03.24).

7. Побудительные инклюзивные формы глагола:

– *Сергей Фёдорович, **давайте** ко второму чтению ещё **посмотрим** повнимательнее эту тему* (Кашин В.И., КПРФ, 12.12.23);

– ***Let us honestly address** the fact that for ladies and girls, this is also about hygiene and personal issues, and they are incredibly important to a vulnerable young person who needs help.* – Давайте честно обратимся к тому, что для дам и девушек это еще и гигиена и личные вопросы, а они невероятно

важны для уязвимой молодой особы, нуждающейся в помощи (Shannon J. Rights of Children (Police Custody). 28.06.22).

В ходе прагмалингвистического эксперимента анализу подверглись более 60 000 МСГ выступлений политиков из России и Великобритании и были составлены таблицы, иллюстрирующие актуализацию скрытого речевого поведения соответствующих групп политиков.

Начнем с анализа индивидуального доминантного речевого поведения российских политиков мужского пола.

Индивидуальное речевое поведение политиков *Речевое поведение русскоговорящих политиков*

Для осуществления прагмалингвистического анализа по выявлению индивидуальных качеств личности, свидетельствующих о проявлении доминирования в речевом поведении политиков, в качестве материала исследования подобраны тексты, имеющие максимально большое количество схожих черт, таких как содержание текста (все проанализированные тексты посвящены политическим вопросам), год выступления (2018-2020), возраст (50-57), гендер и национальная принадлежность (русскоговорящие и англоговорящие) авторы; а также схожесть адресатов (выступления адресантов на заседаниях национального парламента России и Палаты Общин Великобритании).

Перейдем к рассмотрению результатов прагмалингвистического анализа и диагностированию индивидуальных личностных качеств русскоговорящих политиков мужского и женского пола (Таблицы 2-5).

Средний речежанровый показатель импозитивного плана, свидетельствующий о прямом воздействии в доминировании, составил 58,6% (Таблица 2). Выше всего этот план у Д.А. Медведева (75%) при самом низком плане неимпозитивного воздействия (4%).

Уверенность в своих словах – главная черта хорошего лидера. Д.А. Медведев, будучи одним из самых молодых президентов в свое время, достиг невероятных высот в своей карьере как раз потому, что смело шёл к своей цели и получал поддержку людей. «В 2000 году указом нового президента РФ Медведев Д.А. в возрасте 35 лет был назначен на пост первого заместителя руководителя президентской администрации. В 2003-м, после

отставки бывшего председателя правительства РФ Александра Волошина, политик возглавил администрацию президента РФ» [24СМИ, <https://24smi.org/celebrity/487-dmitrii-medvedev.html>]. Речь политика должна убеждать, давать идеи и склонять общество в сторону этих идей. Не удивительно, что именно бывший президент имеет самую большую убежденность в истинности своей речи в публичных выступлениях. Нередко Дмитрий Анатольевич говорил о планах развития государства как о том, что обязательно произойдет и будет достигнуто несмотря на различные ограничения и препятствия.

Таблица 2. Фрагмент индивидуального речевого поведения русскоговорящих политиков мужского пола по скрытой речевой стратегии доминирования

Политик	Импозитивный план, %	Нейтральный план, %	Неимпозитивный план, %
Медведев Д.А.	75	21	4
Нилов О.А.	73	22	5
Иванов С.В.	50	43	7
Завальный П.Н.	51	43	6
Затулин К.Ф.	45	48	8
Средний речевой показатель	58,6	35,4	6

Реже всего импозитивный план актуализируется у К.Ф. Затулина (45%). При этом у него и самый низкий план неимпозитивного воздействия – 8% (при среднем речевом показателе неимпозитивного плана 6%). Это свидетельствует о низком уровне уверенного речевого поведения по сравнению с остальными политиками.

Для определения направленности доминирования в сторону индивидуализма или коллективизма рассмотрим актуализацию политиками речевых планов стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии (личного, социального и предметного) и составим Таблицу 3.

Таблица 3. Фрагмент индивидуального речевого поведения русскоговорящих политиков мужского пола по скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии

Политик	Личный план, %	Социальный план, %	Предметный план, %
Медведев Д.А.	28	46	26
Нилов О.А.	38	33	29
Иванов С.В.	31	47	22
Завальный П.Н.	13	54	33
Затулин К.Ф.	20	47	33
Средний речежанровый показатель	26	45,4	28,6

В результате исследования выступлений группы русскоговорящих мужчин-политиков получен средний речежанровый показатель личного плана 26%, свидетельствующий об эталонном поведении политика в российском политическом дискурсе в 2018-2020 гг. Высокий личный план мы видим у двух политиков: О.А. Нилова (38%) и С.В. Иванова (31%). У этих людей, согласно полученным данным, можно выделить такие доминирующие личностные качества, как самостоятельность, решительность и авторитарность.

Носителем самого высокого показателя личного плана среди русскоговорящих мужчин-политиков является Нилов Олег Анатольевич. При обращении к его биографии становится ясным, что он является талантливым и решительным лидером: «С первых дней студенческой жизни в институте Нилов О.А. возглавлял комсомольскую организацию факультета, руководил работой по формированию Студенческих строительных отрядов» [NILOV-OA.RU, <https://nilov-oa.ru/biografiya>]. Также известно, что этот политик на протяжении многих лет является организатором нескольких все-российских фестивалей.

Остановимся также на подтверждении личностных качеств бывшего президента РФ Медведева Д.А., чей показатель личного плана 28%. Он практически равен среднему речежанровому показателю для данной группы политиков (26%). Это говорит о том, что его речевое поведение является эталонным с позиции данного плана. По воспоминаниям преподавателей из школы и университета Д.А. Медведев всегда был дисциплинированным и самостоятельным учеником, прилежным и сосредоточенным на учебе. Также можно обратиться к книге Роя Медведева, который лично знаком с Дмитрием Анатольевичем. В одной из глав автор описывает способности Д.А. Медведева как лидера, а также его амбициозность и целеустремленность [Медведев, 2014]. Таким образом, можно заключить, что Д.А. Медведев является уверенным политиком, что и отражается в его речи.

Средний показатель социального плана для русскоговорящих политиков мужского пола составил 45,4%. Почти у всех представителей данной группы этот план актуализируется довольно часто: П.Н. Завальный (54%), С.В. Иванов (47%), К.Ф. Затулин (47%). Выделенных адресантов можно назвать людьми с кооперативным типом поведения. Эти авторы дружелюбны, открыты и отзывчивы.

Известно, что П.Н. Завальный вырос в многодетной семье с семью братьями и сестрами. Сам представитель государственной власти подтверждает, что с детства его учили труду на общее благо, отзывчивости и демократии в семье [Дорофеев, <https://ura.news/articles/1036268906>].

Д.А. Медведев и в этом плане имеет показатель (46%), близкий среднеречежанровому (45,4%). Он актуализирует эталонное речевое поведение русскоговорящего политика в данном временном срезе. С учетом показателя личного плана в своих выступлениях Д.А. Медведев не только актуализирует участие слушателей в речевом событии, но также берет на себя ответственность за всё, что он говорит. Если снова обратиться к характеристике Д.А. Медведева, взятой из воспоминаний его друзей и знакомых, можно сказать, что он отзывчивый человек, который никогда не отказывает в помощи, а общение с ним всегда легкое и непринужденное [Медведев, 2014].

У О.А. Нилова на фоне высокого показателя личного плана (38%) социальный составил всего 33%, что говорит о большем выражении его доминирующей индивидуальности во время публичных выступлений.

Далее рассмотрим уровень предметного плана. Средний показатель здесь – 28,6%. Предметный план в речи политиков является наименее преобладающим, что может говорить о том, что они не столько останавливаются на фактах, сколько неосознанно включают в свою речь тактики убеждения и вовлечения адресата в коммуникативное событие, актуализируя социальный и личный планы.

Перейдем к рассмотрению актуализации доминирования в речевом поведении русскоговорящих женщин-политиков и составим Таблицу 4.

Таблица 4. Фрагмент индивидуального речевого поведения русскоговорящих политиков женского пола по скрытой речевой стратегии доминирования

Политик	Импозитивный план, %	Нейтральный план, %	Неимпозитивный план, %
Набиуллина Э.С.	71	25	4
Скворцова В.И.	73	24	3
Голодец О.Ю.	51	41	8
Голикова Т.А.	61	33	6
Москалькова Т.Н.	35	54	11
Средний речежанровый показатель	58,2	35,4	6,4

Средний показатель импозитивного плана составляет 58,2%. Самые уверенные в себе женщины – это В.И. Скворцова (73%) и Э.С. Набиуллина (71%). Они обладают доминирующим типом поведения, большой уверенностью в себе и в том, о чем они говорят. Эти политики имеют чёткую, несбивчивую и спокойную речь. Известно, что «Скворцова В.И. в рейтинге «100 самых влиятельных женщин России», опубликованном в марте 2014 года, заняла 11-е место, а из числа государственных и общественных деятелей в рейтинге наиболее влиятельных субъектов российского фармрынка занимает первое место» [TASS.RU, <https://tass.ru/info/7586185>]. Ее уверенность в себе во время публичных выступлений можно определить также по

смелой жестикуляции, прямому, сосредоточенному взгляду и уверенной походке [Первый канал ..., <https://www.youtube.com/watch?v=0R0w9eFWYMQ>].

Политики-женщины, у которых преобладают сигналы неимпозитивного плана, склонны скрывать свою индивидуальность и неосознанно проявлять качества, присущие менее уверенным в себе людям. Они могут быть интровертами по натуре и в публичных выступлениях, что важно для политика, показывать свою активность в речи использованием большого количества эксклюзивных местоимений [Приймаченко, <https://psychologyjournal.ru/stories/neuverennost-v-sebe/>]. Например, показатели Т.Н. Москальковой: ее уровень неимпозитивного плана самый высокий в группе – 11%.

Для определения направленности доминирования политиков женского пола в сторону индивидуализма или коллективизма рассмотрим актуализацию скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии и составим Таблицу 5.

Таблица 5. Фрагмент индивидуального речевого поведения русскоговорящих политиков женского пола по скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии

Политик	Личный план, %	Социальный план, %	Предметный план, %
Набиуллина Э.С.	20	53	27
Скворцова В.И.	19	63	18
Голодец О.Ю.	17	49	34
Голикова Т.А.	23	50	27
Москалькова Т.Н.	25	47	28
Средний речежанровый показатель	20,8	52,6	26,8

Средний речежанровый показатель личного плана у женщин – 20,8%. Практически у всех политиков данной группы показатели близки к среднему речежанровому, что говорит об актуализации эталонного речевого поведения женщин в политическом дискурсе. У Т.Н. Москальковой самый высокий личный план (25%). Данного политика можно определить как хорошего лидера. Известно, что в раннем возрасте Т.Н. Москалькова потеряла одного из родителей, из-за чего ей пришлось рано повзрослеть: «Мы в одночасье оказались лишены всего: жилья, денег, общения, поездок». Знакомые отзываются о ней как о независимом и трудолюбивом человеке [Меркачева, [https](https://)]. Самый низкий личный план у О.Ю. Голодец (17%). Это может свидетельствовать об осмотрительности автора в проявлении своей индивидуальности и осторожности в принятии ответственности за свои слова.

Средний показатель социального плана в этой группе составил 52,6%. Отхождение от нормы больше чем на 10% мы наблюдаем у В.И. Скворцовой (63%). Такая большая цифра говорит об активном вовлечении слушателя в коммуникативное событие со стороны автора. Дружелюбие, открытость и способность к быстрой социализации – черты, которые можно приписать данному политику. Действительно, Вероника Игоревна, посвятив всю свою жизнь медицине, владеет качествами, упомянутыми выше. Можно сказать, что сосредоточенность на здравоохранении страны отражает коллективистские характеристики данного автора [TASS.RU, <https://tass.ru/info/7586185>]. В основном у большинства женщин наблюдаются высокие показатели социального плана.

Предметный план в своем среднем значении составил – 26,8%. Самый высокий показатель – 34% у О.Ю. Голодец, а у В.И. Скворцовой самый низкий (18%). Голодец О.Ю. максимально объективно изображает реальную действительность, поскольку она является не только политиком, но и успешным экономистом, дающим информацию, касающуюся, например, точного преподнесения цифровых данных и экономики в целом.

Произведенный анализ показал, что, во-первых, русскоговорящие политики отличаются открытым доминантным поведением, уверенностью в своих словах и являются хорошими лидерами и организаторами с ярко вы-

раженной индивидуальностью. Во-вторых, большая часть авторов отличается такими диагностированными чертами, как открытость, дружелюбность, ориентированность на слушателя. Диагностированные качества нашли подтверждение в воспоминаниях современников данных политиков, тексты выступлений которых были представлены к анализу, и очевидно, что результаты исследования объективны и находят подтверждение в словах знакомых, друзей и семей политиков, а также в их биографиях. Большинство представителей политической власти обладают доминирующим типом поведения, ярко выраженной индивидуальностью и являются талантливыми лидерами и организаторами. Также можно выделить такие черты их профессиональных личностей, как решительность, самостоятельность, авторитарность и ориентированность на слушателя. Почти все политики имеют большую уверенность в своих словах, так как это главная черта хорошего лидера.

Речевое поведение англоговорящих политиков

Начнем с диагностики индивидуальных личностных качеств англоговорящих политиков мужского пола по скрытой речевой стратегии доминирования, для этого составим Таблицу 6.

Таблица 6. Фрагмент индивидуального речевого поведения англоговорящих политиков мужского пола по скрытой речевой стратегии доминирования

Политик	Импозитивный план, %	Нейтральный план, %	Неимпозитивный план, %
Lindsay Harvey Hoyle	72	19	9
John Bercow	49	44	7
Boris Johnson	74	18	8
Jacob Rees-Mogg	59	31	10
Michael Gove	32	54	14
Средний речежанровый показатель	57,2	33,2	9,6

В соответствии со скрытой речевой стратегией доминирования средний речежанровый показатель импозитивного плана в представленной группе – 57,2%. Самые решительные люди с точки зрения полученных результатов – это политики В. Johnson (74%) и L. Hoyle (72%). Они актуализируют открытое доминирование, обладая настойчивостью в убеждении людей. Авторы с высокими показателями данного плана, как у вышеупомянутых политиков, способны смело выражать свои взгляды, открыто говорить о своих мыслях, не боятся делиться идеями с большой публикой.

Средний речежанровый показатель неимпозитивного плана составляет 9,6%. Политики, у которых преобладают сигналы минимизации воздействия, осторожны в своих выступлениях. Поэтому мы можем сказать, что они менее решительны и уверены в себе по сравнению с другими политиками. Самые высокие показатели у М. Gove (14%). Эти данные наряду с низкими показателями личного плана (Таблица 7) свидетельствуют о том, что адресант обладает индивидуальными личностными качествами, связанными с неуверенным поведением.

Проанализируем актуализацию индивидуализма / коллективизма у британских политиков-мужчин, составив Таблицу 7.

Таблица 7. Фрагмент индивидуального речевого поведения англоговорящих политиков мужского пола по скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии

Политик	Личный план, %	Социальный план, %	Предметный план, %
Lindsay Harvey Hoyle	46	43	11
John Bercow	44	28	28
Boris Johnson	27	53	20
Jacob Rees-Mogg	52	27	21
Michael Gove	16	62	22
Средний речежанровый показатель	37	42,6	20,4

Среди англоговорящих адресантов средний речежанровый показатель личного плана достигает 37%. Проанализируем уровни данного плана, которые оказались выше или ниже. Самый высокий показатель у J. Rees-

Mogg – 52%. Данный политик известен своими яркими выступлениями и многочисленными скандалами. Он не боится показывать индивидуальность и свои личные взгляды, активно выражая их в речи. Этот автор часто использует сарказм и иронию для передачи своих идей даже во время заседаний парламента, что характеризует его как смелого и бескомпромиссного человека [Beckett, 2018]. Из биографии J. Rees-Mogg можно узнать, что в возрасте десяти лет он сделал свою первую инвестицию на рынке ценных бумаг. Коллеги подтверждают, что данный политик обладает решительностью и целеустремленностью [Langton, 2019]. Это подтверждает и его показатель импозитивного плана (59%), превышающий средний речежанровый (52,7%).

Низкие показатели личного плана можно найти у двоих политиков: М. Gove (16%) и В. Johnson (27%). Согласно результатам опроса, который прошел среди населения Великобритании в 2019 году во время гонки за пост премьер-министра, граждане не увидели у М. Gove, который сам представил свою кандидатуру на высокую должность, достаточно решительности и ответственности для того, чтобы стать главой правительства в стране [Merrick, 2019]. Можно заключить, что данный политик не проявлял таких качеств, как авторитарность и смелость.

Перейдем к социальному плану. Здесь средний речежанровый показатель составил 42,6%. Наивысший показатель принадлежит М. Gove (62%). Политиков с высоким процентом социального плана можно оценить как людей с кооперативным типом поведения. Но дружелюбие, открытость и отзывчивость не помогли политику занять место премьер-министра, поскольку адресант актуализировал самый низкий уровень импозитивного плана (32%) и самый высокий уровень неимпозитивного плана (14%) по сравнению с остальными политиками данной группы. Высокий уровень социального плана и у В. Johnson (53%), политика, который 24 июля 2019 года стал премьер-министром Великобритании в результате победы на выборах. В. Johnson к концу гонки за пост главы консервативной партии имел наибольшее количество сторонников среди своих коллег, которые оказали политику поддержку в достижении его цели [Parker, 2019]. В отличие от М. Gove у него самый высокий показатель импозитивного плана (74%) и самый низкий нейтральный план (18%), что свидетельствует об актуализации прямого воздействия адресанта на адресата.

Наиболее низкий уровень социального плана среди англоязычных политиков мужского пола у J. Rees-Mogg (27%) и J. Vergow (28%). Учитывая высокие показатели личного плана, можно предположить, что им в меньшей степени, чем остальным представителям данной группы политиков, присущ кооперативный тип поведения и они обладают завышенной самооценкой и склонностью к самолюбованию. Так, если обратиться к статьям, дающим обзор работы J. Vergow, то мы видим, что о нём отзываются как об очень эксцентричном и себялюбивом человеке [TheTelegraph, 2019].

Что касается данных предметного плана, то выше всех показатели предметного плана мы наблюдаем у J. Vergow (28%) при среднем речежанровом – 20,4%. Чаще остальных актуализируя сигналы предметного плана, они машинально воздействуют на адресата с помощью как можно более объективного изображения реальной действительности. Поведение политиков с высокими показателями предметного плана скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии отличается ориентацией на анализ происходящих процессов.

Рассмотрим актуализацию доминирования в речевом поведении англоговорящих женщин-политиков и составим Таблицу 8.

Таблица 8. Фрагмент индивидуального речевого поведения англоговорящих политиков женского пола по скрытой речевой стратегии доминирования

Политик	Импозитивный план, %	Нейтральный план, %	Неимпозитивный план, %
Theresa May	65	25	10
Andrea Leadsom	52	39	9
Amber Rudd	67	25	8
Justine Greening	50	35	15
Theresa Villiers	49	38	13
Средний речежанровый показатель	56,6	32,4	11

Средний речежанровый показатель импозитивного плана – 56,6%. Значительные отклонения от этой величины в большую сторону мы наблюдаем у А. Rudd (67%) и Т. May (65%). Данные цифры говорят нам о решительности, смелости и даже невосприимчивости к угрозе.

При среднем речежанровом показателе неимпозитивного плана (11%) самый высокий уровень минимизации воздействия у J. Greening – 15%. Нельзя сказать, что она не уверена в своих силах, возможностях, необоснованно терзается чувством собственной неполноценности, сдержанна в проявлении своих эмоций и не любит работать в коллективе, но при более низких показателях импозитивного плана это было бы возможно.

Проанализируем актуализацию речевых планов участия коммуникантов в речевом событии для определения индивидуализма или коллективизма британских политиков-женщин и составим Таблицу 9.

Таблица 9. Фрагмент индивидуального речевого поведения англоговорящих политиков женского пола по скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии

Политик	Личный план, %	Социальный план, %	Предметный план, %
Theresa May	41	43	16
Andrea Leadsom	26	45	29
Amber Rudd	39	44	17
Justine Greening	53	31	16
Theresa Villiers	23	53	24
Средний речежанровый показатель	36,4	43,2	20,4

Средний речежанровый показатель личного плана англоговорящих женщин-политиков равен 36,4%. Самые высокие показатели личного плана у J. Greening (53%) и Т. May (41%). Высокий процент данного плана J. Greening, несомненно, характеризует ее как амбициозного человека, который хочет и умеет быть лидером. Известно, что в 2019 году, после отставки Т. May как премьер-министра, J. Greening неоднократно заявляла в прессе,

что готова рассмотреть этот пост. Ее планы на преобразование страны звучали кратко и лаконично: «Things need to change» («Нужны изменения») [Weaver, 2018]. Совокупность с одним из самых высоких показателей импозитивного плана у Т. Мау (Таблица 8) является также свидетельством склонности политика к лидерству, независимости и самоуверенности. Такие люди могут игнорировать социальные условности и активно отстаивают свои свободы. Т. Мау, по словам коллег, которые работали с ней во время ее главенства в стране, говорят, что иногда она казалась единственным взрослым человеком в комнате, а ее взгляды на политику не как на поле для игры, а как на серьёзную и ответственную работу, были передовыми [Stewart, 2019]. Низкое значение личного плана Т. Villiers (23%) говорит о том, что автор сомневается перед тем, как проявить свою индивидуальность публично.

Что касается социального плана, то показатель Т. Villiers (53%) превышает средний речежанровый порог (43,2%) и в данной группе является самым высоким. Такой человек демонстрирует собеседнику открытость, вовлекая последнего в диалог. Этот политик способен устанавливать и поддерживать эмоциональные контакты со слушателями. Во время работы при лидерстве Д. Сэмерона Т. Villiers чаще других политиков из партии появлялась на телевидении, так как именно она легко умеет налаживать контакты и вести непринужденные разговоры [POLITICS.UK, <https://www.politics.co.uk/reference/theresa-villiers>]. Низкий показатель социального плана у Дж. Грининга (31%), возможно, сигнализирует о наличии некоторых трудностей в конструировании межличностного общения.

Если обратить внимание на предметный план, то следует отметить А. Лидсом (29%) как политика, склонного смотреть на объективную сторону проблем и приводить факты чаще, чем другие политики-женщины в данной группе. Средний речежанровый показатель предметного плана англоговорящих женщин-политиков равен 20,4%.

Мы диагностировали некоторые индивидуальные личностные качества отдельных политиков в рамках относительно однородных групп, принадлежащих к разным лингвокультурам и имеющих разную половую принадлежность. Теперь перейдем к рассмотрению стереотипного речевого поведения перечисленных групп политических деятелей в целом.

Стереотипное речевое поведение групп политиков

Сопоставительный анализ речевого поведения политиков по гендерной принадлежности

Проанализируем стереотипное речевое поведение групп политиков в зависимости от пола отправителя текста по методике, принятой в скрытой прагмалингвистике. В ходе объективного прагмалингвистического эксперимента проанализированы две скрытые речевые стратегии: стратегия доминирования и стратегия участия / неучастия коммуникантов в речевом событии. Обобщим результаты предыдущих исследований в Таблице 10.

Таблица 10. Стереотипное речевое поведение политиков по скрытой речевой стратегии доминирования (средние речевые показатели)

Национальная принадлежность / гендер групп политиков	Импозитивный план, %	Нейтральный план, %	Неимпозитивный план, %
русскоговорящие мужчины	58,6	35,4	6
русскоговорящие женщины	58,2	35,4	6,4
англоговорящие мужчины	57,2	33,2	9,6
англоговорящие женщины	56,6	32,4	11

Средний речевой показатель импозитивного плана в выступлениях русскоговорящих мужчин – 58,6%, а у женщин – 58,2%. Можно сказать, что данные группы имеют минимальные различия в стереотипном речевом поведении по уровню прямого доминантного воздействия на адресата, убежденности и категоричности в своей речи, поскольку наблюдаются минимальные различия в процентном соотношении показателей – 0,4%.

У британских политиков, основываясь на данных произведенного объективного прагмалингвистического анализа по этой же стратегии, мы также не можем говорить о больших расхождениях в речевом поведении, так как показатели англоговорящих мужчин-политиков составляют 57,2%, а женщин-политиков – 56,6%, то есть разница лишь 0,6%. Но все же и у русскоговорящих, и у англоговорящих политиков мужского пола превалирует

прямое доминантное воздействие на адресата по сравнению с речевым поведением женщин-политиков.

Можно отметить, что данные группы авторов, машинально актуализируя в своем речевом поведении показатели импозитивного плана, следуют правилам организации политической речи, основанной на влиянии, манипуляции, приобретении и поддержании статуса. Все политики, вне зависимости от пола и страны, как видно, выполняют свои обязанности и показывают профессионализм в высшей степени. Такое поведение важно для того, чтобы избиратели максимально верно воспринимали информацию и верили словам политических деятелей.

Произведем сопоставительный анализ групп политиков с учетом половой принадлежности по скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии.

Таблица 11. Стереотипное речевое поведение политиков по скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии (средние речевжанровые показатели)

национальная принадлежность / гендер групп политиков	Личный план, %	Социальный план, %	Предметный план, %
русскоговорящие мужчины	26	45,4	28,6
русскоговорящие женщины	20,8	52,6	26,8
англоговорящие мужчины	37	42,6	20,4
англоговорящие женщины	36,4	43,2	20,4

Как уже было сказано, скрытая речевая стратегия участия / неучастия коммуникантов в речевом событии реализуется в трех планах: личном, социальном и предметном. Рассмотрим средние речевжанровые показатели личного плана русскоговорящих политиков. У мужчин он составил 26%, а у женщин – 20,8%, что меньше на 5,2%. Это свидетельствует о том, что русские мужчины-политики в своих выступлениях обращают больше внимания на индивидуальность, больше акцентируются на личном участии в речевом событии.

Британские политики обоих полов имеют схожие показатели личного плана с разрывом, который составил меньше одного процента (0,6%): 37%

для мужчин и 36,4% для женщин. Можно предположить, что политики в этой стране являются профессионалами, которые подсознательно сосредоточены на выполнении профессиональных задач, поэтому граница между полами в данном случае может быть размытой или стираться вовсе. Это является правилом для многих профессий в капиталистически развитых европейских странах, где гендерное равенство является важной составляющей.

Показатели социального плана у русскоговорящих политиков распределились следующим образом: 45,4% у мужчин и 52,6% у женщин. Мы снова наблюдаем значительную разницу между результатами разных полов (7,2%). Известно, что традиционно женщины более отзывчивы и внимательны к собеседнику, чем мужчины. Возможно, поэтому их социальный план в данном случае выше на 7,2%. Так же, как это сложилось в патриархальном обществе, традиционно именно женщине отведена забота о детях и их благосостоянии, охрана домашнего очага и организация домашнего уюта; то есть большая часть внимания женщины сосредоточена не на себе. Предположительно, это влияет на речь женщины и в ее профессиональной деятельности в России.

Что касается социального плана британских политиков по данной стратегии, вновь наблюдается отсутствие большой разницы: мужчины-политики имеют 42,6% актуализации данного плана, а женщины – 43,2% с разрывом в 0,6%. Мы уже упоминали гендерное равенство в политике, однако еще одной причиной схожих показателей может быть неосознанная имитация мужской манеры речи женщинами или, наоборот, копирование женской речи мужчинами. В политике, где доля мужчин преобладает, женщина зачастую вынуждена менять свою линию поведения, имитируя мужскую модель речевого поведения. Мужчины же, в свою очередь, могут сознательно или неосознанно моделировать речь таким образом, чтобы апеллировать к массам и создавать необходимый имидж.

Далее обратим внимание на предметный план. Русскоговорящие и англоговорящие политики здесь показывают единодушие по половому признаку в использовании речевых сигналов данного плана. Для группы русскоговорящих политиков расхождение в процентных показателях не превышает 1,8%: мужчины – 28,6%, женщины – 26,8%, это говорит о том, что для мужчин несколько более важной является объективная сторона информации,

чем для женщин-политиков. У англоговорящих же мужчин и женщин предметный план одинаковый – 20,4%, что является показателем гендерного равенства.

Сопоставительный анализ речевого поведения политиков по национальной принадлежности

Интерпретируем результаты прагмалингвистического эксперимента по изучению стереотипного речевого поведения русскоговорящих и англоговорящих политиков с позиции представленности их доминантного речевого поведения по признаку прямого воздействия / минимизации воздействия и по степени участия / неучастия в речевом событии, принимая во внимание национальную принадлежность авторов. Для описания результатов прагмалингвистического эксперимента обратимся к Таблице 10 «Стереотипное речевое поведение политиков по скрытой речевой стратегии доминирования (средние речежанровые показатели)» и Таблице 11 «Стереотипное речевое поведение политиков по скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии (средние речежанровые показатели)».

Начнем с анализа результатов прагмалингвистического эксперимента по актуализации скрытой речевой стратегии доминирования (Таблица 10). Согласно материалу нашего исследования, средний речежанровый показатель импозитивного плана русскоговорящих мужчин-политиков равен 58,6%. Немногим реже прямое доминантное воздействие актуализируется в выступлениях англоговорящих политиков мужского пола (57,2%). И у русскоговорящих, и у англоговорящих политических деятелей превалирует актуализация доминантного поведения, выражающегося в проявлении прямолинейного уверенного речевого поведения. По нашему мнению, небольшая разница в 1,4% связана и с более частотной актуализацией неимпозитивного плана англоговорящими адресантами (9,6%) по сравнению с русскоговорящими политиками (6%). Англоговорящие политики чаще смягчают проявление открытого доминирования (на 3,6%), что объясняется принципами негативной вежливости, принятой в Великобритании. По замечанию Л.А. Нефедовой, «визитной карточкой англичан является проявление изысканных манер, умение безупречно владеть собой, знание правил поведения в обществе» [Нефедова, 2019: 259].

У русскоговорящих парламентариев женского пола уровень импозитивного плана достигает 58,2%, тогда как у англоговорящих – 56,6%. Разница менее двух процентов (1,6%) не является существенной, она лишь свидетельствует о некоторой тенденции более прямого речевого поведения у русскоговорящих женщин. Категоричность не столь свойственна речи англоговорящих женщин-политиков, поскольку она, возможно, воспринимается как посягательство на личную коммуникативную неприкосновенность и является невежливой, что неприемлемо для британцев в целом и не свойственно поведению большинства депутатов в Британском парламенте. Та же тенденция, как и у представителей мужского пола, прослеживается и с актуализацией женщинами-политиками неимпозитивного плана: русскоговорящие – 6,4%, англоговорящие – 11%, здесь разница даже более существенная – 4,6%. Британские женщины почти в два раза чаще минимизируют прямое доминантное воздействие, чем их российские коллеги того же пола.

Продолжим сопоставительный анализ стереотипного речевого поведения групп политиков по национальной принадлежности и проанализируем результаты прагмалингвистического эксперимента по актуализации скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии (Таблица 11). Русскоговорящие парламентарии-мужчины актуализируют личный план в 26% малых синтаксических групп, тогда как англоговорящие – в 37%. Разница довольно внушительная – 11%.

Доминирование британцев по типу личного участия свидетельствует о том, что британцы в целом индивидуалисты по своей природе. Для британского национального сознания характерно смелое выражение своей позиции, но это ни в коей мере не говорит о грубости и невежливости. Такой же процесс происходит и в речи англоговорящих женщин, занимающихся политикой: маркеры личного участия достигают 36,4%. У русскоговорящих женщин – лишь 20,8%. Существенная разница в 15,6% указывает на значительно большее проявление индивидуализма у британцев по сравнению с русскоговорящими политиками.

Доминирование по кооперативному типу актуализируется в показателях социального плана. Русскоговорящие политики сотрудничают в форме социального взаимодействия в 45,4% случаев, англоговорящие же – в 42,6%. Как видно из анализа, разница несущественна (2,8%). Поэтому в

данном случае невозможно с высокой долей уверенности судить о культурном противопоставлении «индивидуализм – коллективизм». Но, посмотрев на показатели российских (52,6%) и британских (43,2%) женщин-политиков, обнаруживается довольно значительная разница: порядка 9,4%. Это свидетельствует о том, что доминирование русскоговорящих женщин-политиков носит кооперационный характер, они подсознательно стремятся к выражению коллективизма, взаимодействию со своей аудиторией.

Предметный план (когда не задействован ни адресант, ни адресат) участия / неучастия в акте коммуникации политиков также варьируется в зависимости от национальной принадлежности отправителей текста. Русскоговорящие политики мужского пола актуализируют данный план в 28,6% случаев, а англоговорящие – в 20,4%. Разница составляет 8,2%. У российских женщин-парламентариев предметный план встречается в 26,8% случаев, тогда как у британских – в 20,4%, то есть разница составляет 6,4%. Здесь следует отметить, что мы наблюдаем несовпадение полученных результатов предметного плана и привычных стереотипов об англичанах как о меркантильных индивидах, для которых характерно проявление спокойной философии, любовь к использованию фактов, которым чуждо чувство соборности и антипрагматизм, характерный для ментальности русских людей. Скорее всего, «данные показатели свойственны именно политической речи и функциям, которые она выполняет. Русские политики приводят больше цифр и дат для более убедительного выступления, тогда как для англичан выражение личности, экспрессивность и красноречивость выступления более важна в воздействии на слушателя» [Зюбина, 2021, б: 277].

Во время работы с национально-специфическими особенностями речи русскоговорящих и англоговорящих политиков мы пришли к выводу, что ментальность, которая начинает формироваться еще в детстве и передается из поколения в поколение с помощью традиций, языка и культуры, определенно влияет на речь любого человека, а значит, и на речь политика. Русскоговорящие политики чаще актуализируют доминирование в импозитивном плане, т.е. в форме прямого воздействия, тогда как англоговорящие политики – в неимпозитивном плане, минимизируя доминантное воздействие на адресата. Но самым ярким различием русской и британской линг-

вокультур в политическом дискурсе является выраженная в речевом поведении приверженность британцев к индивидуализму, а русскоговорящих политиков – к коллективизму.

РЕАЛ-ИМИДЖ VS ФАЛЬШ-ИМИДЖ АДРЕСАНТА

Как показали результаты исследования, доминирование проявляется в двух основных формах – как *немотивированное речевое поведение* и *мотивированная коммуникативная деятельность*. Соответственно доминирование *актуализуется* посредством *скрытой речевой стратегии доминирования* и соответствующих *планов* и *реализуется* при помощи *амбивалентной коммуникативной стратегии доминирования* и соответствующих *тактик*. Разграничение данных аспектов позволяет эффективно устанавливать реал-имидж и фальш-имидж адресанта и определять наличие конфликтного потенциала при несовпадении результатов актуализации немотивированной интенции в речевом поведении и реализации мотивированного намерения в коммуникативной деятельности.

Таблица 12. Фрагмент индивидуального речевого поведения русскоговорящих политиков-мужчин по скрытой речевой стратегии доминирования

Политик	Импозитивный план, %	Нейтральный план, %	Неимпозитивный план, %
Васильев В.А.	44	49	7
Володин В.В.	50	41	9
Зюганов Г.А.	58	38	4
Кабышев С.В.	62	30	8
Матвеев М.Н.	49	45	6
Нечаев А.Г.	51	47	2
Слуцкий Л.Э.	74	21	5
Средний речежанровый показатель	55,4	38,7	5,9

Проанализируем пошагово корреляцию речевого поведения и коммуникативной деятельности политиков. Для этого мы определили наличие сигналов скрытой речевой стратегии доминирования в выступлениях

группы русскоговорящих политиков на одном и том же заседании 12 декабря 2023 г. и составили Таблицу 12.

Результаты прагмалингвистического анализа свидетельствуют об общем высоком уровне актуализации немотивированного прямого доминирования в группе данных политиков (55,4%). Самый высокий показатель импозитивного плана выявлен у Л.Э. Слуцкого (74%), при этом у него отмечается и самый низкий нейтральный план (21%) при среднем показателе 38,7%. Поэтому именно этот политик становится объектом нашего исследования проявления искренности / неискренности адресанта на основе актуализации его реал-имиджа и реализации фальш-имиджа.

Следующий шаг – определение характера доминирования Слуцкого Л.Э. с позиции участия / неучастия адресанта и адресата в коммуникации, для чего в соответствующей группе политиков производится анализ актуализации и подсчет маркеров скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии: личного, социального и предметного.

Таблица 13. Фрагмент индивидуального речевого поведения русскоговорящих политиков мужского пола по скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии

Политик	Личный план, %	Социальный план, %	Предметный план, %
Васильев В.А.	22	39	39
Володин В.В.	15	24	61
Зюганов Г.А.	25	6	69
Кабышев С.В.	22	40	38
Матвеев М.Н.	24	4	72
Нечаев А.Г.	17	46	37
Слуцкий Л.Э.	40	23	37
Средний речежанровый показатель	23,6	26	50,4

Прагмалингвистический анализ по скрытой речевой стратегии участия / неучастия коммуникантов в речевом событии позволяет судить о характере доминирования Л.Э. Слуцкого. Самый высокий показатель личного плана (40%) у данного политика (при среднем речежанровом 23,6%) подтверждает ярко выраженное проявление индивидуализма, а меньший (23%) по сравнению со средним (26%) уровень социального плана свидетельствует о более низкой актуализации кооперационного речевого поведения на фоне некоторых других политиков. С позиции участия коммуникантов в речевом событии (всего 63% маркеров от общего количества, т.е. исключая предметный план) 63,5% составляют маркеры личного участия и 36,5% – социального.

Поскольку важным аспектом доминирования является намеренная реализация оценки, проанализируем немотивированную актуализацию речевых планов скрытой речевой стратегии формирования отношения у адресата путем оценивания (Таблица 14), чтобы затем сравнить ее с результатами реализации мотивированных коммуникативных стратегий.

Результаты анализа речевого поведения Слуцкого Л.Э. с позиции скрытой прагмалингвистики (Таблица 14) свидетельствуют о том, что он актуализирует положительное оценивание чаще (47%) других политиков данной группы (средний речежанровый показатель составляет 35,6%), что свидетельствует об оптимистичном настрое лидера ЛДПР.

Говоря о формировании отрицательного отношения, отметим, что его показатели (23%) практически совпадают с эталонным речевым поведением в представленной группе политических деятелей (средний речежанровый показатель – 23,8%) и указывают на профессионализм адресанта в публичном выступлении. Что касается эмоционального накала речи (всего 70% маркеров оценивания, за исключением нейтрального плана), то 67% – это формирование положительного отношения у адресата к речевому событию путем оценивания и 33% – отрицательного.

Таблица 14. Фрагмент индивидуального речевого поведения русскоговорящих политиков мужского пола по скрытой речевой стратегии формирования у получателя отношения к речевому событию путем оценивания

Политик	Положительное оценивание, %	Нейтральное оценивание, %	Отрицательное оценивание, %
Васильев В.А.	40	58	2
Володин В.В.	14	48	38
Зюганов Г.А.	36	30	34
Кабышев С.В.	68	24	8
Матвеев М.Н.	8	58	34
Нечаев А.Г.	36	36	28
Слуцкий Л.Э.	47	30	23
Средний речежанровый показатель	35,6	40,6	23,8

Следующим шагом является анализ коммуникативных стратегий и соответствующих тактик в данном выступлении. Перечислим лишь реализованные Л.Э. Слуцким стратегии и тактики, в скобках указав их количество:

Кооперационные коммуникативные стратегии (54), из них **стратегия инициирования сотрудничества** (тактика инициирования обмена информацией (2), тактика вовлечения в социально значимое поведение (1), тактика призыва следовать примеру адресанта (3), тактика дружеского совета (3); **стратегия одобрения** (тактика положительного оценивания интеллектуальных, моральных и профессиональных качеств адресата (3), тактика положительного оценивания действий адресата (5), тактика согласия с мнением адресата (1); **стратегия самопрезентации**, имеющая три подвида: 1)

демонстрирование осведомленности (тактика апеллирования к авторитетным источникам (3), тактика отсылки к историческим событиям (10), тактика указания на личную причастность (11); 2) **демонстрирование интеллектуальных способностей** (тактика формулирования проблемы (1), тактика разъяснения сложных вопросов (7); 3) **демонстрирование моральных качеств** (тактика демонстрирования патриотизма (3), тактика проявления гуманизма (1).

Конфронтационные коммуникативные стратегии (6), из них **стратегия неодобрения оппонента** (тактика критики действий оппонента (2), тактика несогласия с мнением оппонента (2); **стратегия угрозы оппоненту** (тактика угрозы настоящему и будущему отсылкой к прошлому (2).

Таким образом, кооперационные коммуникативные стратегии составляют 90% от общего числа доминантных коммуникативных стратегий, и 10% представляют конфронтационные коммуникативные стратегии.

Сравним полученные данные с результатами исследования с позиции скрытой прагмалингвистики. Слуцкий Л.Э. намеренно использует в своем выступлении 90% кооперационных коммуникативных стратегий и ненамеренно актуализирует лишь 36,5% маркеров социального плана, свидетельствующих об уровне кооперационного речевого поведения. При этом актуализация индивидуального плана скрытой речевой стратегии участия / неучастия составляет 63,5%. Налицо несоответствие мотивированной речевой деятельности политика (реализация коллективизма) и его немотивированного речевого поведения (актуализация индивидуализма).

Что касается намеренной реализации конфронтационных коммуникативных стратегий (10%), то здесь мы также наблюдаем несоответствие с немотивированным речевым поведением адресанта, который актуализирует 33% маркеров формирования отрицательного отношения у адресата к речевому событию путем оценивания, т.е. адресант намеренно использует меньше конфронтационных тактик в сравнении с его привычным речевым поведением.

Таким образом, в ситуации здесь и сейчас в рамках политического дискурса, требующего коммуникативного сотрудничества, адресант намеренно реализует фальш-имидж, понимая, что для успешного политика на

первом месте должна стоять кооперация с адресатом и как можно более низкий уровень конфронтации, что свидетельствует о высоком профессионализме Л.Э. Слуцкого. Но показатели его немотивированного речевого поведения свидетельствуют об обратном – о высокой актуализации индивидуализма (реал-имидж). Более того, данный адресант намеренно реализует в три раза меньше конфронтационных коммуникативных стратегий, чем показывают результаты анализа его немотивированной актуализации маркеров формирования отрицательного отношения у адресата к речевому событию путем оценивания.

На наш взгляд, такие несовпадения приводят к возникновению конфликтного потенциала, особенно, если адресат обладает высоким уровнем эмоционального интеллекта (когда за речью и поведением другого он может увидеть его истинные потребности) и способен распознать реал-имидж политика и его неискренность, которая является источником возможного столкновения.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, доминирование – это междисциплинарный многоаспектный феномен, включающий коммуникативный, прагматический, гендерный, национальный и некоторые другие аспекты. Все они рассматриваются с позиции выявления конфликтогенного потенциала коммуникации, нарушающего нормы морали и нравственности и / или нормы права. Доминирование может выступать в качестве квалификационного признака, который помогает эксперту-лингвисту осуществлять первичную юридикацию текста, а правоприменителю – квалификацию состава правонарушения.

Феномен доминирования, являясь междисциплинарным объектом исследования, облигатен и амбивалентен в политическом дискурсе. Он реализуется посредством немотивированной скрытой речевой стратегии доминирования и мотивированной амбивалентной коммуникативной стратегии доминирования. Несовпадение результатов анализа данных стратегий свидетельствует о неискренности адресанта, когда он может тщательно продумывать реализацию определенных вербальных (прямых и косвенных) и невербальных действий как средств воздействия на адресата, но одновременно с этим машинально актуализировать противоположные скрытые речевые сигналы своего привычного речевого поведения. Такие несовпадения приводят к возникновению конфликтогенного потенциала, особенно, если адресат обладает высоким уровнем эмоционального интеллекта и способен распознать реал-имидж политика и его неискренность, которая является источником возможного столкновения. Поэтому следует изучать кооперационное и конфронтационное доминирование, опираясь на представленную комплексную методологию исследования, являющуюся симбиозом методик, направленных на анализ мотивированной коммуникативной деятельности и немотивированного речевого поведения.

Изложенный подход к исследованию феномена доминирования открывает новые перспективы дальнейших изысканий на материале различных социальных групп, основанных на таких характеристиках, как раса, уровень дохода, образование, религия, место жительства, возраст и так далее. Учёт коммуникативного доминирования способствует разработке ме-

тодологии и методик лингвистической экспертизы по различным категориям дел. Перспективным является изучение категории доминирования в диахроническом аспекте. Вызывает исследовательский интерес конфликтно-генный потенциал доминирования на материале других дискурсов и языков, а также дальнейшее изучение дискурса реагирования на доминирование-сотрудничество и доминирование-агрессию. Интересным представляется исследование институциональной реверсии доминирования, эмоционального интеллекта (EI) и культурного интеллекта (Cultural IQ) сквозь призму феномена доминирования.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абеляр, П. Диалог между философом, иудеем и христианином / П. Абеляр. – М.: Прогресс, Гнозис, 1995. – 413 с.
2. Адорно, Т. Исследование авторитарной личности / Т. Адорно. – М.: Серебряные нити, 2001. – 416 с.
3. Аквинский, Ф. О правлении государей / Ф. Аквинский // Политические структуры эпохи феодализма в западной Европе (VI – XII вв.) / Редкол.: В.И. Рутенбург, И.П. Медведев. – Ленинград: Наука. 1990. – С. 217–244.
4. Андреева, В. Ю. Коммуникативный саботаж в ряду смежных речевых явлений (сопоставление с конфликтом, речевой агрессией, коммуникативным давлением) / В. Ю. Андреева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 1. – Режим доступа: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=12218> (дата обращения: 07.05.2024).
5. Андреева, В. Ю. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа: дис. ... канд. филол. наук / В. Ю. Андреева. – Курск, 2009. – 211 с.
6. Ансокова, Д. В. Адресант и адресат как элементы англоязычного политического дискурса / Д. В. Ансокова // Политическая лингвистика. – 2012. – № 4. – С. 80–84.
7. Арентт, Х. О революции / Х. Арентт. – М.: Европа, 2011. – 464 с.
8. Аристотель. Сочинения: В 4-х т. Т. 4 / Аристотель. – М.: Мысль, 1983. – 830 с.
9. Арутюнова, Н. Д. Метафора и дискурс / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры / Ред. Н. Д. Арутюнова, М.А. Журина. – М.: Наука. 1990. – С. 5–33.
10. Афанасьева, Э. М. Литературная дипломатия в политическом дискурсе 2014–2020 годов / Э. М. Афанасьева // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса: коллективная монография / Редкол.: Н. А. Боженкова, П. А. Катышев. – Москва: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. 2021. – С. 209–232.
11. Афанасьева, Э. М. Русский политический дискурс в фокусе лингвоэкологии / Э. М. Афанасьева, Н.А. Боженкова, Л.Н. Саакян, С.В. Ионов, П.А. Катышев // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. – 2019. – Т. 18. № 3. – С. 76–92.

12. Багдасарян, Т. М. Речевое поведение врачей-психотерапевтов: дис... канд. филол. наук: / Т. М. Багдасарян. – Ростов н/Д., 2004. – 159 с.
13. Базылев, В. Н. Политический дискурс в России / В. Н. Базылев // Известия Уральского государственного педагогического университета. Лингвистика. – 2005. – № 15. – С. 5–32.
14. Балахонская, Ю. В. Отличительные особенности политической мифологии / Ю. В. Балахонская // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2015. – № 3 (67). – С. 189–194.
15. Балахонская, Л. В. Стратегия манипулирования в предвыборном дискурсе / Л. В. Балахонская, Е. В. Сергеева // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса: Коллективная монография / Редкол.: Н.А. Боженкова, П.А. Катышев. – М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. 2021. – С. 82–101.
16. Балова, И. М. Условность определения приличности/неприличности формы выражения оскорбления / И. М. Балова, Г. Е. Щербань, Л. А. Будаева // Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия: Материалы IV-ой Всероссийской научно-практической конференции, Ростов-на-Дону, 15–30 ноября 2014 года / Отв. ред.: В. Ю. Меликян. Том Выпуск 4. – Ростов-на-Дону: Дониздат. 2014. – С. 226–234.
17. Балясникова, О. В. Опыт психолингвистического исследования значения одного из ключевых слов конфликтного текста / О. В. Балясникова // Вестник Новосибирского гос. ун-та. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2015. – № 13(4). – С. 22–27.
18. Баранов, А. Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика / А. Н. Баранов. – М: Флинта: Наука, 2007. – 592 с.
19. Белоус, Н. А. Конфликтный дискурс vs конфликтный текст / Н. А. Белоус, Н. В. Осколкова // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2007. – Сер. 9. Вып. 4. Ч. II. – С. 96–107.
20. Боженкова, Н. А. Современный политический дискурс: вербальная экземплификация тактико-стратегических предпочтений / Н. А. Боженкова, Р. К. Боженкова, А. М. Боженкова // Вестник РУДН. Серия: Русский и иностранные языки и методика их преподавания. – 2017. – № 3. – С. 255–284.

- 21.Бондарева, Л. В. Динамика политического имиджа России в качественной прессе США: дисс. ... канд. полит. наук Л. В. Бондарева. – М., 2007. – 144 с.
- 22.Борисов, С. Н. Практики насилия в культуре: философско-антропологическая рефлексия: автореф. дисс. ... д-ра филос. наук / С. Н. Борисов. – Белгород, 2013. – 47 с.
- 23.Борисова, Е. Г. Лингвополитологические аспекты возрастных (эйджинговых) особенностей языка / Е. Г. Борисова // Политическая лингвистика. – 2020. – № 1. – С. 10–15.
- 24.Бринев, К. И. Проблема экспертной оценки оскорбления. Оскорбление в правосознании лингвиста. Оскорбление как речевой акт / К. И. Бринев // Юрислингвистика. – 2011. – № 11. – С. 330–338.
- 25.Бринев, К. И. Теоретическая лингвистика и судебная лингвистическая экспертиза: моногр. / К. И. Бринев. – Барнаул: АлтГПА, 2009. – 252 с.
- 26.ван Дейк, Т. А. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.
- 27.ван Дейк, Т. А., Кинч, В. Стратегии понимания связного текста / Т.А. ван Дейк, В. Кинч // Новое в зарубежной лингвистике. Вып.23. Когнитивные аспекты языка / Ред.: М. А. Оборина. – М.: Прогресс. 1988. – С. 25–41.
- 28.Варнавских, Н. В. Типологические черты речевого поведения русских англоговорящих адвокатов: дис. ... канд. филол. наук / Н. В. Варнавских. – Ростов н/Д., 2004. – 181 с.
- 29.Васильева, Н. Н. Амбивалентность концепта "свой чужой" в современной немецкой прозе / Н. Н. Васильева, С. Врублевская // Личность, речь и юридическая практика. – 2008. – Вып. 11. – С. 31–36.
- 30.Ватлецов, С. Г. Инвектива как эстетика и ритуал отождествления / С. Г. Ватлецов // Русская речь. – 2020. – № 3. – С. 7–21.
- 31.Вебер, М. Протестантская этика и дух капитализма. Избранные труды / М. Вебер. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
- 32.Власов, В. И. Влияние: понятие и процесс / В. И. Власов. – Режим доступа: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s01/z0001096/st000.shtml> (дата обращения: 07.05.2024).

33. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак. – Волгоград: Перемена, 1997. – 138 с.
34. Ворожцова, Н. В. Предвыборный дискурс и его жанры / Н. В. Ворожцова // Вестник ИГЛУ. – 2010. – № 2. – С. 187–194.
35. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации: учебник для академического бакалавриата / Д. П. Гавра. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 231 с.
36. Голев, Н. Д. Взаимодействие естественного и юридического языка как базовая проблема юрислингвистики / Н. Д. Голев // Право і лінгвістика: матеріали міжнародної науково-практичної конференції: у 2-х ч., 18-21 вересня 2003 р. – Ч.1. – Сімферополь: ДОЛЯ. 2003. – С. 33–41.
37. Голев, Н. Д. «Герой капиталистического труда» – оскорбительно ли это звание? (о двух стратегиях прагматического анализа текста как объекта юрислингвистической экспертизы) / Н. Д. Голев // Юрислингвистика-1: проблемы и перспективы: межв. сб. научн. тр. / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул: Изд-во Алтайского ун-та. 1999, а. – С.122–138.
38. Голев, Н. Д. Постановка проблем на стыке языка и права / Н. Д. Голев // Юрислингвистика-1. Проблемы и перспективы / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул. 1999, б. – С. 4–11.
39. Голев, Н. Д. Правовое регулирование речевых конфликтов и юрислингвистическая экспертиза конфликтогенных текстов / Н. Д. Голев // Правовая реформа в Российской Федерации: общетеоретические и исторические аспекты / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул. 2002. – С. 125–134.
40. Голев, Н. Д. Юрислингвистика и лингвоконфликтология (к типологии языковых конфликтов) / Н. Д. Голев // Современная филология: актуальные проблемы, теория и практика / Под ред.: Н. Д. Голев. – Красноярск. 2007. – С. 20–30.
41. Голев, Н. Д. Юрислингвистический словарь инвективной лексики русского языка (к постановке проблемы) / Н. Д. Голев // Актуальные проблемы русистики: Материалы Международной конференции / Под ред.: Н. Д. Голев. – Томск. 2003. – С. 22–28.

42. Голованова, А. В. Анализ оценочной модальности при проведении лингвистической экспертизы / А. В. // Юрислингвистика: язык как феномен правовой коммуникации: Межвузовский сб. научных трудов / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. 2005. – С. 185–191.
43. Голоднов, А. В. Персуазивность как универсальная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе: на материале немецкого языка: автореф. дис. ... д-ра. филол. наук / А. В. Голоднов. – СПб., 2011. – 43 с.
44. Горбачева, А. В., Берлин Хенис, А. А., Пучкова, А. Н., Осадчий, М. А. Современное состояние разработок в области методики судебно-лингвистического анализа поликодовых текстов / А. В. Горбачева, А. А. Берлин Хенис, А. Н. Пучкова, М. А. Осадчий // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса: коллективная монография / Под ред.: Н. А. Боженкова, П.А. Катышев. – М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. 2021. – С. 274–292.
45. Горло, Е. А. Прагмалингвистическое диагностирование речевого поведения авторов поэтических текстов (на материале русской и немецкой поэзии): дис. ... канд. филол. наук / Е. А. Горло. – Ростов н/Д., 2004. – 146 с.
46. Городецкий, Б. Ю. От лингвистики текста – к лингвистике общения / Б. Ю. Городецкий // Язык и социальное познание / Под ред.: В. Н. Перверзев. – М.: Изд. АН СССР. 1990. – С. 39–56.
47. Грайс, П. Логика и речевое общение / П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XVI. Лингвистическая прагматика / Ред.: Е. В. Падучева. – М: Просвещение. 1985. – С.217–237.
48. Гуляйкина, С. О. Имплицитность высказывания как атрибут вербальной манипуляции / С. О. Гуляйкина // Изв. Пензен. гос. пед. ун-та имени В. Г. Белинского. Гуманитарные науки. – 2011. – № 23. – С. 128–131.
49. Данилова, А. А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А. А. Данилова. – М.: Добросвет, 2009. – 232 с.
50. Дементьев, В. В. Непрямая коммуникация / В. В. Дементьев. – М.: Гнозис, 2006. – С. 343–375.

51. Демьянков, В. З. Интерпретация политического дискурса в СМИ / В. З. Демьянков // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: Учебное пособие / Ред.: М. Н. Володина. – М.: Изд-во Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова. 2003. – С. 116–133.
52. Дорофеев, В. Депутат Госдумы от Югры готов начать революцию в системе ЖКХ. / В. Дорофеев // URA.RU: Российское информационное агентство. – Режим доступа: <https://ura.news/articles/1036268906> (дата обращения: 07.05.2024).
53. Егидес, А. П. Психология конфликтов в деловом общении (концепции и технологии) / А. П. Егидес // Психологос: Энциклопедия практической психологии. – Режим доступа: <http://www.psychologos.ru/> (дата обращения: 07.05.2024).
54. Ерзинкян, Е. Л. Лингвистическая категория вежливости: семантика и прагматика: монография / Е. Л. Ерзинкян. – Ереван: Изд-во ЕГУ, 2018. – 410 с.
55. Жельвис, В. И. Слово и дело: юридический аспект сквернословия / В. И. Жельвис // Юрислингвистика: русский язык в его естественном и юридическом бытии: межвузовский сб. научных трудов / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. 2000. – С. 223–236.
56. Жельвис, В. И. Плыдем. Куда ж нам плыть? Задачи изучения сквернословия / В. И. Жельвис // Юрислингвистика: язык как феномен правовой коммуникации: межвузовский сб. научных трудов / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. 2005. – С. 31–35.
57. Жельвис, В. И. Поле брани: Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира / В. И. Жельвис. – М.: Ладомир, 2001. – 356 с.
58. Жмуров, В. А. Большая энциклопедия по психиатрии / В. А. Жмуров. – М.: Джангар, 2012. – 864 с.
59. Заложная, И. В. Имплицитная инвектива в современном русском языке: структурно-семантические и коммуникативно-прагматические характеристики: автореф. дисс. ...канд. филол. наук / И. В. Заложная. – Ставрополь, 2011. – 22 с.

- 60.Зернецкий, В. П. Лингвистические аспекты теории речевой деятельности / В. П. Зернецкий // Языковые процессы и единицы: межвуз. сб. науч. тр. – Калинин: КГУ. 1988. – С. 36–41.
- 61.Зигманн, Ж. В. Структура современного политического дискурса: речевые жанры и речевые стратегии: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ж. В. Зигманн. – М., 2003. – 24с.
- 62.Золотаренко, Т. А. Уровни инвективной сущности // Вестник Волгоградского государственного университета. – Волгоград: Волгоградский гос. ун-т. – 2013. – №3 – С. 142–145.
- 63.Зюбина, И. А. Доминантные стратегии дискурса государственной власти / И. А. Зюбина // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021, а. – № 1. – С. 48–59.
- 64.Зюбина, И. А. Конфликтотенный потенциал феномена доминирования в юрислингвистическом аспекте / И. А. Зюбина // Юрислингвистика. – 2022. – № 26 (37). – С. 76–80.
- 65.Зюбина, И. А. Национальная специфика доминирования в речевом поведении политиков / И. А. Зюбина // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2021, б. – № 4. – С. 51–61.
- 66.Ионова, С. В. К вопросу о признаках экологичности текстовой коммуникации / С. В. Ионова // Вестник Волгоградского государственного университета. – Серия 2. Языкознание. – 2011. – № 1 (13). – С. 190–197.
- 67.Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики: монография / О. С. Иссерс. – Омск: Омск. Гос. Ун-т, 1999, а. – 258 с.
- 68.Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
- 69.Иссерс, О. С. Свобода слова: две стороны медали (оскорбление в зеркале юриспруденции и лингвистики) / О. С. Иссерс // Юрислингвистика: проблемы и перспективы: Межвузовский сб. научных трудов / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. 1999, б. – С. 40–53.
- 70.Каджарова, А. А. Лингвостилистический потенциал воздействия публичных выступления (на материале инаугурационных речей Д. Трампа и В.В. Путина) / А. А. Каджарова, Е. Н. Горбунова // Языковые

и культурные контакты: лингвистический и лингводидактический аспекты. Материалы III Международной научно-практической конференции. – Саратов. – 2019. – С. 223–229.

71. Карасик, В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2002. – 333 с.
72. Карасик, В. И. Языковой округ: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 281 с.
73. Кассирер, Э. Техника современных политических мифов / Э. Кассирер // Вестник МГУ. – Серия 7 «Философия». – 1990. – № 2. – С. 58–65.
74. Ким, Г. В. Признаки отдельных видов конфликтогенного текста (на примере материалов региональной судебной практики) / Г. В. Ким // Современные проблемы лингвистики и методики преподавания русского языка в вузе и школе. – 2017. – № 27. – С. 100–103.
75. Ковальчук, А. Н. Актуальность использования специализированных лингвистических корпусов для решения практических вопросов юрлингвистики / А. Н. Ковальчук // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения: сб. мат-лов I (IV) Междунар. конф. молодых учёных (3-5 апреля 2014 г.). – Вып. 15. В 2-х т. Т. 1: Лингвистика. – Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2014. – С. 127–131.
76. Комлев, И. В. Доминирование по Комлеву. Позитивное доминирование. Негативное доминирование. Воля по Комлеву. Насилие по Комлеву / И. В. Комлев // Научный журнал. – 2023. – № 1 (66). – С. 54–62.
77. Кондаков, И. М. Психология. Иллюстрированный словарь: более 600 ил. и 1700 ст. / И. М. Кондаков. – СПб.; М.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2003. – 508 с.
78. Кордуэлл, М. Психология от А до Я: словарь-справочник / М. Кордуэлл. 2000. – Режим доступа: <https://vocabulary.ru/termin/dominirovanie.html> (дата обращения: 07.05.2024).
79. Коровушкин, В. П. Основы контрастивной социолектологии: дис... д-ра филол. наук / В. П. Коровушкин. – Пятигорск, 2005. – 646 с.
80. Королева, О. П. Прагматика инвективного общения в англоязычном социуме: автореф. дисс. ... канд. филол. наук / О. П. Королева. – Нижний Новгород, 2002. – 17 с.
81. Коряковцев, А. В. К проблеме инвективного функционирования языка и лексикографического описания русской инвективной лексики / А. В.

- Коряковцев, О. В. Головачева // Юрислингвистика: юридические аспекты языка и лингвистические аспекты права / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2004. – 370 с.
82. Коряковцев, А. В. Инвективность как функционально-семантическая категория русского языка: автореф. дис. ... филол. наук / А. В. Коряковцев – Кемерово, 2009. – 26 с.
83. Котова, Н. С. Амбивалентная языковая личность: лексика, грамматика, прагматика: дис. ... д-ра филол. наук / Н. С. Котова. – Ростов н/Д., 2008. – 551 с.
84. Котова, Н. С. Аспекты характеристики амбивалентной языковой личности / Н. С. Котова // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2006. – № 4. – С. 176–182.
85. Котова, Н. С. Мена коммуникативных ролей в аспекте амбивалентной языковой личности / Н. С. Котова // Социальные и гуманитарные науки. Приложение к журналу "Вестник МГОУ". – 2004. – № 5. – С. 16–19.
86. Котова, Н. С. Разновидности амбивалентной языковой личности в образной системе художественного текста / Н. С. Котова // Культурная жизнь Юга России. – 2007. – № 5. – С. 77–78.
87. Кошкарлова, Н. Н. Конфликтный и кооперативный типы русскоязычного дискурса в межкультурном политическом пространстве: дис. ... д-ра. филол. наук / Н. Н. Кошкарлова. – Екатеринбург, 2015. – 441 с.
88. Крячкова, А. П. Лингвопрагматические средства реализации вербальных атак на имидж политических партий германии: дис. ... канд. филол. наук / А. П. Крячкова. – Москва, 2019. – 170 с.
89. Кубрякова, Е. С. Язык и знание: на пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира / Е. С. Кубрякова. – М., 2004. – 560 с.
90. Кудряшов, И. А. Невежливый диалог как прагматический феномен / И. А. Кудряшов, Е. Н. Клеменова // Язык. Текст. Дискурс. – 2017. – № 15. – С. 65–84.
91. Кусов, В. Г. Коммуникативная перверсия как способ диагностики искажения при оскорблении / В. Г. Кусов // Юрислингвистика-6: инвективное и манипулятивное функционирование языка: межвузовский

- сборник научных трудов / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2005. – С. 44–56.
92. Кусов, Г. В. Диагностика квалифицирующего признака «неприличная форма» в судебной лингвистической экспертизе / В. Г. Кусов // Культура и текст. – 2013. – №1 (14). – С. 93–115.
93. Кусоцкая, Е. С. Типология и языковая репрезентация коммуникативных реакций на оскорбления в контексте американского общественно-политического дискурса / Е. С. Кусоцкая // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2017. – № 14 (4). – С. 583–598.
94. Ларина, Ю. Е. Прагматика термина как семиотическое свойство (на материале русской лингвистической терминологии): автореф. дис. ... канд. филол. наук / Ю. Е. Ларина. – Краснодар, 2007. – 18 с.
95. Ледяев, В. Г. Власть: концептуальный анализ / В. Г. Ледяев. – М.: РОССПЭН, 2001. – 384 с.
96. Ленец, А. В. Прагмалингвистическая диагностика особенностей речевого поведения немецкого учителя: дис... канд. филол. наук / А. В. Ленец. – Ростов н/Д., 1999. – 233 с.
97. Ломова, О. Е. Речевое поведение актеров в автобиографических текстах (на материале русского и немецкого языков): дис. ... канд. филол. наук / О. Е. Ломова. – Ростов н/Д., 2004. – 166 с.
98. Макаренко, Г. С. Конфликтный текст как объект лингвистического исследования: структурно-семантический и прагматический аспекты: дис. ... канд. филол. наук / Г. С. Макаренко. – Уфа, 2018. – 192 с.
99. Макаренко, Г. С. Эксплицитные и имплицитные маркеры конфликтности публицистического текста / Г. С. Макаренко // Вестник Башкирского университета. – 2016. – № 1(21). – С. 192–195.
100. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. – 280 с.
101. Макиавелли, Н. Государь. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. О военном искусстве / Н. Макиавелли. – М.: Мысль, 1994. – 47 с.
102. Максимов, В. И. Русский язык и культура речи: учебник / В. И. Максимов. – М.: Гардарики, 2001. – 413 с.

103. Маслова, В. А. Феномен власти как факт языкового сознания белорусов: теоретический и экспериментальный подходы / В. А. Маслова, А. Л. Дединкин, А. А. Лавицкий // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса: Коллективная монография / Под ред.: Н. А. Боженкова, П. А. Катышев. – Москва: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. 2021. – С. 55–81.
104. Матвеева, Г. Г. Диагностирование личностных свойств автора по его речевому поведению / Г. Г. Матвеева. – Ростов н/Д.: ДЮИ, 1999. – 82 с.
105. Матвеева, Г. Г. Скрытые грамматические значения и идентификация социального лица (портрета) говорящего: дис. ... д-ра филол. наук / Г. Г. Матвеева. – СПб, 1993. – 332 с.
106. Матвеева, Г. Г. Письменный текст: подходы к выявлению скрытой прагматики / Г. Г. Матвеева, И. А. Зюбина // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2018. – Т. 17. № 2. – С. 26–32.
107. Матвеева, Г. Г. Речевая привычка как основа речевого портрета говорящего (на материале британского политического дискурса) / Г. Г. Матвеева, И. А. Зюбина // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание. – 2016. – Т. 15. № 4. – С. 63–68.
108. Матвеева, Г. Г. Прагмалингвистический аспект речевого поведения коммуникантов в ситуации «оскорбление» / Г. Г. Матвеева, И. А. Зюбина, М. В. Лесняк, Е. В. Муругова // Современная теоретическая лингвистика и проблемы судебной экспертизы. Сборник научных работ по итогам Международной научной конференции / Редкол.: С. В. Ионова, П. А. Катышев, А. В. Горбачева. – М.: Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина (Москва). 2019. – С. 529–536.
109. Матвеева, Г. Г. Парламентаризм в Германии и прагмалингвистические особенности изучения немецкой парламентской коммуникации / Г. Г. Матвеева, М. В. Лесняк, И. А. Зюбина // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. – 2015. – № 3. – С. 161–165.

110. Матвеева, О. Н. Функционирование конфликтных текстов в правовой сфере и особенности его лингвистического изучения: дис. ... канд. филол. наук / О. Н. Матвеева. – Барнаул, 2004. – 283 с.
111. Махина, Л. А. Высказывания с негативной оценочностью как элементы структуры и смысла конфликтогенных текстов / Л. А. Махина // *Litera*. – 2016. – № 4. – С. 1–10.
112. Медведев, Р.А. Время Путина / Р.А. Медведев. – М.: Время, 2014. – 720 с.
113. Меликян, В. Ю. Комплексный подход как основа для установления явной и скрытой речевых стратегий в конфликтных текстах СМИ (на материале одного судебного разбирательства) / В. Ю. Меликян, В. В. Посиделова // *Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия: материалы VII-й Всероссийской науч.-практич. конф.* / Отв. ред. В. Ю. Меликян. – Ростов н/Д: Дониздат. 2017. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36341620> (дата обращения: 07.05.2024).
114. Меликян, В. Ю. Методология и практика юридизации инвективной лексики / В. Ю. Меликян // *Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия* / Отв. ред. В. Ю. Меликян. – 2019. – № 9. – С. 5–26.
115. Меликян, В. Ю. О лингвистическом статусе феномена «коммуникативное давление» / В. Ю. Меликян, В. А. Трофимова // *Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия* / Отв. ред. В. Ю. Меликян. – 2019. – № 9. – С. 27–35.
116. Меликян, В. Ю. «Оскорбление религиозных чувств верующих»: юрислингвистическое параметризирование / В. Ю. Меликян // *Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия: материалы V-й Всероссийской науч.-практ. конф.* / Отв. ред. В. Ю. Меликян. – Ростов н/Д: Дониздат. 2015. – С. 34–57.
117. Меликян, В. Ю. «Православие или смерть!»: речевая агрессия как способ решения задач духовного просвещения общества / В. Ю. Меликян // *Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия: материалы III-й Международн. науч.-практич. конф.* / Отв. ред. В. Ю. Меликян. – Ростов н/Д: Дониздат, 2013. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23814507> (дата обращения: 07.05.2024).

118. Меликян, В. Ю. Специфика значения побудительных коммуникем / В. Ю. Меликян // Личность, речь и юридическая практика: Межвузовский сборник научных трудов. Выпуск 15. – Ростов н/Д.: ДЮИ. 2012. – С. 112–116.
119. Мельник, Н. В. Политический интернет-комментарий в лингвоперсонологическом измерении / Н. В. Мельник, И. В. Савельева // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса: коллективная монография / Под ред.: Н.А. Боженкова, П. А. Катышев. – М.: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. 2021. – С. 170–194.
120. Месропян, Л. М. Речевое агрессивное манипулирование в юрилингвистическом аспекте: дис. ... канд. филол. наук / Л. М. Месропян. – Ростов н/Д, 2014. – 177 с.
121. Михалева, О. Л. Политический дискурс как сфера реализации манипулятивного воздействия: монография / О. Л. Михалева. – Иркутск: Изд-во Иркутского гос. ун-та, 2005. – 320 с.
122. Михалева, О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. – М.: Либроком, 2009. – 256 с.
123. Михеева, И. Н. Амбивалентность личности: Морально-психологический аспект / И. Н. Михеева. – М.: МГПУ, 2000. – 226 с.
124. Мкртчян, Т. Ю. Речевое поведение журналистов в политическом теле- и радиоинтервью: на материале русского и английского языков: дис. ... канд. филол. наук / Т. Ю. Мкртчян. – Ростов н/Д., 2004. – 181 с.
125. Моисеенко, Л. А. Речевое поведение авторов военных мемуаров и диагностирование их индивидуальных свойств: дис. ... канд. филол. наук / Л. А. Моисеенко. – Пятигорск, 2000. – 160 с.
126. Моногарова, А. Г. Речевое поведение британских политиков в обсуждении Брексита: прагматика, гендер и коммуникативное доминирование в политическом медиадискурсе / А. Г. Моногарова, Т. А. Ширяева, А. Ю. Багиян // Научный диалог. – 2020. – № 10. – С. 114–127.
127. Муртазина, Е. П. Взаимосвязи характеристик системы поведенческого доминирования и психопатологических состояний человека / Е. П. Муртазина // Современные проблемы науки и образования.

2018. №6. – Режим доступа: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=28328> (дата обращения: 07.05.2024).
128. Мягкова, Е. Ю. «Русский ассоциативный словарь» и проблемы исследования эмоциональной лексики / Е. Ю. Мягкова // Этнокультурная специфика языкового сознания: сборник статей. – М.: ИЯ РАН. 1996. – С. 176–180.
129. Мясищев, Г. И. Перлокутивный эффект речевого воздействия блогеров (прагмалингвистический аспект): дис. ... канд. филол. наук / Г. И. Мясищев. – Майкоп, 2021. – 196 с.
130. Непшекуева, Т. С. Внутриличностный конфликт как лингвистический феномен / Т. С. Непшекуева. – Краснодар, 2006. – 416 с.
131. Нефедова, Л. А. Английская вежливость как феномен европейской культуры: особенности лексической репрезентации понятия "вежливость" в немецком и русском языках / Л. А. Нефедова // Германистика 2019: nove et nova: материалы Второй международной научно-практической конференции, Москва, 10–12 апреля 2019 года. – М.: Московский государственный лингвистический университет, 2019. – С. 259–262.
132. Никишин, В. Д. Объекты судебной лингвистической экспертизы: новые вызовы криминогенной интернет-коммуникации / В. Д. Никишин // Вестник университета им. О. Е. Кутафина. – 2020. – № 6(70). – С. 79–88.
133. Ницше, Ф. Сочинения в 2 т. Т. 2 / Пер. с нем. / Ф. Ницше. – М.: Мысль, 1990. – 829 с.
134. Новикова, Е. Ю. Социоантропологический подход к исследованию политического дискурса / Е. Ю. Новикова // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса: коллективная монография / Под ред.: Н. А. Боженкова, П. А. Катышев. – Москва: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. 2021. – С. 7–26.
135. Нужнова, Е. Е. Прагмалингвистический аспект речевого поведения специалистов в области компьютерной техники: дис. ... канд. филол. наук / Е. Е. Нужнова. – Ростов н/Д., 2003. – 164 с.
136. Оберемченко, Е. Ю. Прагмалингвистический аспект речевого поведения дипломата (на материале русского и немецкого языков):

- дис. ... канд. филол. наук / Е. Ю. Оберемченко. – Ростов н/Д., 2011. – 209 с.
137. Овсиенко, Т. В. Диагностирование личностных качеств авторов: гендерный и национальный критерии: (на материале немецкого и русского детектива): дис. ... канд. филол. наук / Т. В. Овсиенко. – Ростов н/Д., 2010. – 169 с.
138. Ойзерман, Т. И. Амбивалентность великих философских учений (К характеристике философских систем Канта и Гегеля) / Т. И. Ойзерман // *Вопр. философии.* – 2007. – № 10. – С. 121–137.
139. Островская, Т. А. Дискурс элиты: когнитивный, прагматический и семиотический аспекты: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Т. А. Островская. – Майкоп, 2016. – 49 с.
140. Паршин, П. Б. Лингвистические методы концептуальной реконструкции / П. Б. Паршин // *Системные исследования: Ежегодник, 1986* / Под ред.: М. Д. Гвишиани. – М.: Наука, 1987. – С. 398–425.
141. Паршина, О. Н. Российская политическая речь: Теория и практика / О. Н. Паршина. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – 232 с.
142. Паршина, О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России: дис. ... д-ра филол. наук / О. Н. Паршина. – Саратов, 2005. – 325 с.
143. Первый канал. Гость Вероника Скворцова. Познер. Выпуск от 20.04.2020. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=0R0w9eFWYMQ> (дата обращения: 07.05.2024).
144. Переверзев, Е. В. Социокультурная детерминация политического дискурса современной КНР: дисс. ... канд. философ. наук / Е. В. Переверзев. – Белгород, 2008. – 146 с.
145. Перельгут, Н. М. О структуре понятия «политический дискурс» / Н. М. Перельгут, Е. К. Сухицкая // *Вестник Нижневартковского государственного университета.* – 2013. – № 2. – С. 35–41.
146. Перов, Е. В. Концепция конфликтности общества / Е. В. Перов, М. Б. Перова // *УЭКС.* – 2014. – № 12 (72). Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-konfliktogenosti-obschestva> (дата обращения: 07.05.2024).
147. Платон. Законы / Платон. – М.: Мысль, 1999. – 832 с.

148. Плотникова, С. Н. Политическое дискурсивное пространство: принципы структурирования / С. Н. Плотникова, С. А. Домышева // Политическая лингвистика. – 2009. – № 1 (27). – С. 103–108.
149. Позолотин, А. Ю. Инвективные обозначения человека как лингвокультурный феномен: дис. канд. филол. наук / А. Ю. Позолотин. – Волгоград, 2005. – 248 с.
150. Попова, Т. В. Ассоциативный эксперимент в психологии / Т. В. Попова. – Москва: Флинта: Московский психолого-социальный институт, 2006. – 72 с.
151. Почепцов, Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М.: Рефл – бук, К.: Ваклер, 2001. – 704 с.
152. Приймаченко, Н. Неуверенность в себе / Н. Приймаченко. – Режим доступа: <https://psychologyjournal.ru/stories/neuverennost-v-sebe/> (дата обращения: 07.05.2024).
153. Руженцева, Н. Б. Политические и коммуникативные стратегии в печатных предвыборных материалах 2018 г. / Н. Б. Руженцева // Политическая лингвистика. – 2018. – № 2. – С. 18–28.
154. Рытникова, Я. Т. Гармония и дисгармония в открытой семейной беседе / Я. Т. Рытникова // Русская разговорная речь как явление городской культуры / Под ред.: Т. В. Матвеева. – Екатеринбург: Арго. 1996. – С. 94–115.
155. Садуов, Р. Т. Лингвокультурологический и семиотический анализ особенностей структуры и содержания политического дискурса Барака Х. Обамы: дис. ... канд. филол. наук / Р. Т. Садуов. – Уфа, 2011. – 223 с.
156. Саломатина, М. С. Вклад профессора Иосифа Абрамовича Стернина в теорию и практику лингвистической экспертизы / М. С. Саломатина // Психолингвистика и лексикография: сборник научных работ. – М.: ООО «РИТМ: издательство, технологии, медицина». 2022. – С. 202–205.
157. Самарина, И. В. Коммуникативные стратегии «создание круга чужих» и «создание круга своих» в политической коммуникации (прагмалингвистический аспект): дис. ... канд. филол. наук / И. В. Самарина. – Ростов-на-Дону, 2006. – 158 с.

158. Саркисян, М. А. Лингвопрагматические особенности эвфемизмов и дисфемизмов и их перевод в политическом дискурсе / М. А. Саркисян. – Краснодар : ООО "Просвещение-Юг", 2022. – 149 с.
159. Сахарова, Е. Е. Прагмалингвистические особенности проповеднического дискурса (на материале русского и немецкого языков): дис. ... канд. филол. наук / Е. Е. Сахарова. – Ростов н/Д., 2014. – 181 с.
160. Седов, К. Ф. О манипуляции и актуализации в речевом воздействии / К. Ф. Седов // Проблемы речевой коммуникации. Вып. 3. – Саратов, 2003. – С. 20–27.
161. Селезнева А. В. Политические представления и ценности россиян / А. В. Селезнева. – М.: Издательство Московского университета, 2012. – 224 с.
162. Селиверстова, Л. Н. Речевое поведение политических деятелей Германии XX века: на материале их публичных выступлений и мемуаров: дис. ... канд. филол. наук / Л. Н. Селиверстова. – Ростов н/Д., 2004. – 178 с.
163. Сергеева, Е. В. К вопросу о некоторых манипулятивных приемах в текстах предвыборной агитации (на материале кампании 2011 г.) / Е. В. Сергеева // Политическая лингвистика. – 2012. – № 2. – С. 46–52.
164. Синельникова, Л. Н. Признаки дискурсивной матрицы гуманитарного пространства нового века / Л. Н. Синельникова // Политическая лингвистика. – 2009. – № 3. – С. 56–68.
165. Стернин, И. А. Методика исследования структуры концепта / И. А. Стернин // Методологические проблемы когнитивной лингвистики / Под ред.: И. А. Стернин. – Воронеж: Изд-во Воронежского университета. 2001. – С. 58–65.
166. Суздальцева, В. Н. Генерализующие высказывания как средство манипулирования сознанием массового адресата / В. Н. Суздальцева // Медиалингвистика. – 2018. – Т. 5, № 1. – С. 60–72.
167. Саржина, О. В. Различие языковых кодов коммуникантов как конфликтообразующий фактор (на примере инвективных имен лица) / О. В. Саржина // Юрислингвистика–5: Юридические аспекты языка и лингвистические аспекты права: межвуз. сб. науч. тр. / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. 2004. – С. 101–111.

168. Тацит, П. К. Сочинения в двух томах. Том I. Анналы. Малые произведения / П. К. Тацит. – М.: Ладомир, 1993. Издание подготовили А. С. Бобович, Я. М. Боровский, М. Е. Сергеенко. – Режим доступа: <http://ancientrome.ru/antlittr/t.htm?a=1347015000#21>(дата обращения: 07.05.2024).
169. Терин, В. П. Массовая коммуникация: исследование опыта Запада / В. П. Терин. – М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 1999. – 224 с.
170. Третьякова, В. С. Конфликт как феномен языка и речи / В. С. Третьякова // Известия Уральского государственного университета. – 2003. – № 27. – С. 143–152.
171. Трофимова, В. А. Феномен коммуникативного давления в юрлингвистическом аспекте: дис. ... канд. филол. наук / В. А. Трофимова. – Ростов н/Д., 2021. – 177 с.
172. Трофимова, Н. А. Экспрессивные речевые акты. Семантический, прагматический, грамматический анализ / Н. А. Трофимова. – СПб.: ВВМ, 2008. – 371 с.
173. Удалова, Г. П. Доминирование-лидерство у приматов (эволюционный аспект) / Г. П. Удалова // Теория и методология архаики. Лидерство в архаике: условия и формы правления: сборник статей / Под ред.: М. Ф. Альбедиль. – СПб.: МАЭ РАН. 2011. – С. 25–49.
174. Усачёва, О. Ю. К определению понятия «жанр Интернета» и построению модели жанра в среде Интернет / О. Ю. Усачёва // Мир русского слова. – 2010. – № 1. – С. 51–57.
175. Халатян, А. Б. Предвыборный дискурс / А. Б. Халатян // Политическая лингвистика. – 2011. – № 2 (36). – С. 180–187.
176. Хасан, Б. И. Психология конфликта и переговоры: Учеб. пособие для студ. высш. уч. заведений / Б. И. Хасан, П. А. Сергоманов. – М.: Издательский центр «Академия». 2006. – 192 с.
177. Цицерон, М. Т. Диалоги. О Государстве. Второй день. Книга III / М. Т. Цицерон. – М.: Научно-издательский центр «Ладомир» – «Наука», 1994. – 224 с.
178. Цена слова: из практики лингвистических экспертиз текстов СМИ в судебных процессах по защите чести, достоинства и деловой репутации / Гильдия лингвистов-экспертов по док. и информ. спорам,

- Фонд защиты гласности / Баранов А. Н. [и др.]. – М.: Галерея, 2002. – 423 с.
179. Цой, Л. Н. Что такое конфликтоген? / Л. Н. Цой // Московская школа конфликтологии. – Режим доступа: <https://conflictmanagement.ru/chto-takoe-konfliktoген/> (дата обращения: 07.05.2024).
180. Черкасова, М. Н. Амбивалентность как свойство конфликтогенного дискурса: лингвостилистическая характеристика медиатекста / М. Н. Черкасова // Журналистика в 2007 г.: СМИ в усл. глоб. трансформации социальной среды. – М.: МГУ. 2008. – С. 398–399.
181. Чернышова, Т. В. Современный публицистический дискурс (коммуникативно-стилистический аспект): учебное пособие / Т. В. Чернышова. – Барнаул: Изд-во Алт. университета, 2003. – 178 с.
182. Чернышова, Т. В. Узуально-стилевой комплекс как механизм порождения инвективного высказывания в сфере газетной публицистики / Т. В. Чернышова // Юрислингвистика: проблемы и перспективы: Межвузовский сб. научных трудов / Под ред.: Н. Д. Голев. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. 1999. – С. 138–144.
183. Чигридова, Н. Ю. Речевое поведение коммуниканта в жанре деловых эпистолярных: дис. ... канд. филол. наук: / Н. Ю. Чигридова. – Ростов н/Д., 1999. – 226 с.
184. Чудинов, А. П. Очерки по современной политической метафорологии: монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т., 2013. – 176 с.
185. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика. / А. П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2006. – 254 с.
186. Шарифуллин, Б. Я. Речевая инвектива на randevу лингвистики и юриспруденции: pro et contra / Б. Я. Шарифуллин // Юрислингвистика–6: Инвективное и манипулятивное функционирование языка: межвуз. сб. науч. ст. / Редкол.: Н. Д. Голев, К. И. Бринев, О. В. Головачева, О. Н. Матвеева, Т. В. Чернышова. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та. 2005. – С. 112–120.
187. Шаховский, В. И. Некоторые механизмы эмоционального резонирования в межкультурной коммуникации / В. И. Шаховский //

- Мир лингвистики и коммуникации. Электронный научный журнал. – 2007. – Том 1. № 6. – С. 15–17.
188. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004. – 324 с.
189. Шейгал, Е. И. Семиотическое пространство политического дискурса / Е. И. Шейгал // Политический дискурс в России 3: материалы раб. совещ. (Москва, 27-28 марта 1999 года) / Под ред.: Ю. А. Сорокин, В. Н. Базылев. – М.: Диалог-МГУ. 1999. – С. 114–123.
190. Шейгал, Е. И. Вербальная агрессия в политическом дискурсе / Е. И. Шейгал // Вопросы стилистики: межвуз. сб. науч. тр. Вып. 28: Антропоцентрические исследования. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та. 1999. – С. 204–222.
191. Шейгал, Е. И. Перформативные речевые действия в структуре политического дискурса / Е. И. Шейгал // Чествуя филолога: к 75-летию Ф. А. Литвина. – Орел: Изд-во НП «Редакция газеты «Орловская правда». 2002. – С. 97–104.
192. Шейгал, Е. И. Театральность политического дискурса / Е. И. Шейгал // Единицы языка в их функционировании. – Саратов: Изд-во Саратов. ун-та. 2000. – С. 92–96.
193. Шилихина, К. М. Дискурсивная практика иронии: когнитивный, семантический и прагматический аспекты: автореф. дисс. ... д-ра филол. наук / К. М. Шилихина. – Воронеж, 2014. – 50 с.
194. Шилихина, К. М. Коммуникативное давление в русской коммуникативной культуре / К. М. Шилихина // Проблемы национальной идентичности в культуре и образовании России и Запада: материалы науч. конф. Воронеж-Задонск, 3-6 июля 2000 г. – Воронеж: Центр.-Чернозем. кн. изд-во, 2000а. – Т. 1. – С. 62–70.
195. Шилихина, К. М. Коммуникативное давление в русском общении / К. М. Шилихина // Теоретическая и прикладная лингвистика: межвуз. сб. науч. тр.: вып. 2: Язык и социальная среда. – Воронеж, 2000б. – С. 103–108.
196. Ширяева, Т. А. Когнитивная модель делового дискурса / Т. А. Ширяева. – Пятигорск: ПГЛУ, 2006. – 256 с.
197. Щербаков, А. В. Риторические фигуры как лингвокультурные доминанты легитимных/нелегитимных

- политических практик: сопоставительный аспект / А. В. Щербаков // Семиотико-семасиологическое измерение политического дискурса: Коллективная монография / Под ред.: Н. А. Боженкова, П. А. Катыхшев. – Москва: Государственный институт русского языка им. А. С. Пушкина. 2021. – С. 134–149.
198. Щербаков, А. В. Стилистические фигуры как средство реализации коммуникативных стратегий в политическом дискурсе / А. В. Щербаков // II Всемирный конгресс в реальном и виртуальном пространстве «Восток – Запад: пересечения культур»: статьи, доклады II Всемирного конгресса в Японии 2019 года. Т. II. – Киото, Япония: Tanaka Print. 2019. – С. 347–352.
199. Юдин, Б. Г. Методологический анализ как направление изучения науки / Б. Г. Юдин. – М.: Наука, 1986. – 264 с.
200. Юревич, А. В. Основные тенденции развития психологической науки / А. В. Юревич. – М.: МГУ, 2007. – 402 с.
201. 24СМИ. – Режим доступа: <https://24smi.org/celebrity/487-dmitrii-medvedev.html> (дата обращения: 07.05.2024).
202. Anduiza, E. Turning a blind eye: Experimental evidence of partisan bias in attitudes toward corruption / E. Anduiza, A. Gallego, J. Muñoz // Comparative Political Studies. – 2013. – № 46 (12). – P. 1664–1692.
203. Archer, J. Does sexual selection explain human sex differences in aggression? / J. Archer // Behavioral and Brain Sciences. – 2009. – № 32 (3–4). – P. 249–311.
204. Archer, J. Sex differences in aggression in real-world settings: A meta-analytic review / J. Archer // Review of General Psychology. – 2004. – № 8 (4). – P. 291–322.
205. Attardo, S. Violation of conversational maxims and cooperation: The case of jokes / S. Attardo // Journal of Pragmatics. – 1993. – № 19 (6). – P. 537–558.
206. Baigozhina, D. O. The Threat and Fear of War: The State and Politics in American Mass Media / D. O. Baigozhina, M. R. Zheltukhina, T. A. Shiryaeva, E. V. Talybina, N. A. Minakova, I. A. Zyubina // Media Watch. – 2020. – № 11 (3). – P. 439–446.
207. Beckett, A. How to explain Jacob Rees-Mogg? Start with his father's books / A. Beckett // The Guardian. 2018. – Режим доступа:

<https://www.theguardian.com/books/2018/nov/09/mystic-mogg-jacob-rees-mogg-willam-predicts-brex-it-plans> (дата обращения: 07.05.2024).

208. Bierstedt, R. An Analysis of Social Power / R. Bierstedt // *American Sociological Review*. – 1950. – № 15 (6). – P. 730–738.
209. Broten, L. Political Speech and the Law / L. Broten // *The International Encyclopaedia of Digital Communication and Society, First Edition* / Editors: R. Mansell, H. A. Peng. – John Wiley & Sons, Inc. 2015. – P. 2–5.
210. Buddharat, C. Uncooperativeness in Political Discourse: Violating Gricean Maxims in Presidential Debate 2016 / C. Buddharat, E. A. Ambele, Y. Boonsuk // *Songklanakarinn Journal of Social Sciences and Humanities*. – 2016. – № 23 (3). – P. 179–216.
211. Burkhardt, A. Politolinguistik. Versuch einer Ortsbestimmung / A. Burkhardt // *Sprachstrategien und Dialogblockaden. Linguistische und politikwissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation* / Hrsg. Von J. Klein und HDiekmarmshenke. – Berlin: Berlin, New York: De Gruyter, 1996. – P. 75–100.
212. Burton, J. W. Conflict: Resolution and Prevention / J. W. Burton. – New York: St. Martins Press, 1990. – 295 p.
213. de Sousa, L. Why voters do not throw the rascals out? A conceptual framework for analysing electoral punishment of corruption / L. de Sousa, M. Moriconi // *Crime, Law and Social Change*. – 2013. – № 60 (5). – P. 471–502.
214. Deleuze, G. A Thousand Plateaus. Capitalism and Schizophrenia / G. Deleuze, F. Gvattari. – Ekaterinburg: U-factors; Moscow: Astrel, 2010. – 895 p.
215. Dijk van, T.A. Discourse and manipulation / T.A. van Dijk // *Discourse and Society*. – 2006. – № 17 (2). – P. 359–383.
216. Dramnescu, M. Communication. Political Speech. Populist Speech / M. Dramnescu // *Topical Communication Uncertainties*. – 2014. – Chapter: 16. – P.15–19.
217. Dunbar, R. I. M. Primate social systems / R. I. M. Dunbar. – London; Sydney: Croom Helm, Cop. 1988. – 373 p.
218. Edelman, M. Constructing the Political Spectacle / M. Edelman. – Chicago: University of Chicago Press, 1988. – 142 p.

219. Epstein, J. A. *Radical Expression: Political Language, Ritual, and Symbol in England, 1790–1850* / J. A. Epstein. – Oxford: University Press, 1994. – 248 p.
220. Freund, J. *L'Essence du politique* / J. Freund. – Paris: Éditions Dalloz, 2004. – 870 p.
221. Gilbert, P. The relationship of shame, social anxiety and depression: The role of the evaluation of social rank / P. Gilbert // *Clin Psychol Psychother.* – 2000. – 7 (3). – P. 174–189.
222. Graber, D. A. *Verbal Behavior and Politics* / D. A. Graber. – Urbana: Univ. of Illinois Press, 1976. – 377 p.
223. Grice, P. *Logic and Conversation* / P. Grice // *Syntax and Semantics.* – 1975. – Vol. 3. – P. 41–58.
224. Grundy, P. *Doing Pragmatics* / P. Grundy. – New York: Arnold, 2000. – 287 p.
225. Ilham, R. The analysis of the flouting Maxims in the movie entitled 'The ides of March' using Grice's Cooperative Principle Theory (A Pragmatics Approach) / R. Ilham // *Jurnal Bahasa Sastra dan Studi Amerika.* – 2018. – № 23 (2). – P. 40–44.
226. Inglehart, R. F. Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash / R. F. Inglehart, P. Norris. – Cambridge University Pr., 2016. – 52 p.
227. Kelly, A. C. Leaders' and Followers' Social Rank Styles Interact to Predict Group Performance / A. C. Kelly, D. C. Zuroff, M. J. Leybman, A. Martin // *Social Behavior and Personality: an International Journal.* – 2011. – № 39 (7). – P. 963–977.
228. Kitanina, E. Borrowings as Conflict Triggers in Russian Media Texts. *Media Education (Mediaobrazovanie)* / E. Kitanina, D. Trukhanova. – 2020. – № 60 (1). – P. 113–122.
229. Kotthoff, H. Disagreement and Concession in Disputes: On the Context Sensitivity of Preference Structures. *Language in Society* / H. Kotthoff // *Cambridge journal.* – 1993. – № 22. – P. 193–216.
230. Krause, S. Corruption and elections: An empirical study for a cross-section of countries / S. Krause, F. Méndez // *Economics & Politics.* – 2009. – № 21 (2). – P. 179–200.

231. Kudryashov, I. A. The Author's Manipulation of the Space and Time Categories as a Factor in Reader's Identifying with the Character's Image / I. A. Kudryashov, A. Yu. Turanova // *Russian Linguistic Bulletin*. – 2021. – № 2 (26). – P. 151–156.
232. Kuwabara, K., Status decreases dominance in the west but increases dominance in the east / K. Kuwabara, S. Yu, A. J. Lee, A. D. Galinsky // *Psychological Science*. – 2015. – № 27. – P. 127–137.
233. Langton, K. Jacob Rees-Mogg: 15 things you did not know about the Leader of the House of Commons / K. Langton // *Daily Express*. 2019. – Режим доступа: <https://www.express.co.uk/news/politics/1181285/jacob-rees-mogg-facts-leader-of-the-house-of-commons-tory-conservative-brexit> (дата обращения: 05.05.2023).
234. Layder, D. *Social and personal identity* / D. Layder. – London: SAGE, 2004. – 176 p.
235. Leech, G. *Principles of Pragmatics* / G. Leech. – London: Longman, 1983. – 250 p.
236. Lim, E. T. *The anti-intellectual presidency: The decline of presidential rhetoric from George Washington to George W. Bush* / E. T. Lim. – Oxford University Press, 2008. – 208 p.
237. Melikyan, V. The Phenomenon власть ('power') as a Part of Russian Phraseosemantic Worldview / V. Melikyan, A. Melikyan, E. Kasatkina // *Zeitschrift für Slawistik*. – 2019. – № 64 (3). – P. 404–444.
238. Merrick, R. Michael Gove announces he is running 'to be prime minister', becoming 8th to join the Conservative leadership race / R. Merrick // *The Independent*. 2019. – Режим доступа: <https://www.independent.co.uk/news/uk/politics/michael-gove-conservative-party-leadership-prime-minister-boris-johnson-brexit-tory-leader-theresa-may-a8930716.html> (дата обращения: 07.05.2024).
239. Mukaro, L. Violation of conversational Maxims in Shona / L. Mukaro, V. Mugari, A. Dhumukwa // *Journal of Comparative Literature and Culture*. – 2013. – № 2 (4). – P. 161–168.
240. Murphy, J. (Im)politeness during Prime Minister's Questions in the U. K. Parliament / J. Murphy // *Pragmatics and Society*. – 2014. – № 5. – P. 76–104.

241. NILOV-OA.RU. Режим доступа: <https://nilov-oa.ru/biografiya/> (дата обращения: 07.05.2024).
242. Oosterhof, N. N. The functional basis of face evaluation / N. N. Oosterhof, A. Todorov // *Proceedings of the National Academy of Sciences United States of America*. – 2008. – № 105 (32). – P. 11087–11092.
243. Parker, G. Boris Johnson lays ground for “people vs parliament” / G. Parker // *Financial Times*. 2019. Режим доступа: <https://www.ft.com/content/5cd109c6-df82-11e9-9743-db5a370481bc> (дата обращения: 07.05.2024).
244. POLITICS.UK – Режим доступа: <https://www.politics.co.uk/reference/theresa-villiers> (дата обращения: 07.05.2024).
245. Pratto, F. Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes / F. Pratto, J. Sidanius, L. M. Stallworth, B. F. Malle // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1994. – № 67 (4). – P. 741–763.
246. Safwat, S. Speech Acts in Political Speeches / S. Safwat // *Journal of Modern Education Review*. – 2015. – № 5 (7). – P. 699–706.
247. Sapolsky, R. M. Adrenocortical function, social rank and personality among wild baboons / R. M. Sapolsky // *Biological Psychiatry*. – 1990. – № 28 (10). – P. 862–878.
248. Sidanius, F. Social dominance: An intergroup theory of social hierarchy and oppression / J. Sidanius, F. Pratto. – Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – 403 p.
249. Stewart, H. Obsession, vanity or grit: what makes Theresa May tick? / H. Stewart // *The Guardian*. 2019. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/politics/2019/jan/16/obsession-vanity-or-grit-what-makes-theresa-may-tick> (дата обращения: 07.05.2024).
250. TASS.RU. – Режим доступа: <https://tass.ru/info/7586185> (дата обращения: 07.05.2024).
251. The Telegraph: John Bercow does not speak for Britain, just for his own monstrous ego // *The Telegraph*. 2019. – Режим доступа: <https://www.telegraph.co.uk/opinion/2017/02/06/john-bercow-does-not-speak-britain-just-monstrous-ego/> (дата обращения: 07.05.2024).

252. Todorov, A. Evaluating face trustworthiness: A model based approach / A. Todorov, S. G. Baron, N. N. Oosterhof // *Social Cognitive and Affective Neuroscience*. – 2008. – № 3 (2). – P. 119–127.
253. Weaver, M. Justine Greening hints at a Conservative leadership bid / M. Weaver // *The Guardian*. 2018. – Режим доступа: <https://www.theguardian.com/politics/2018/oct/29/justine-greening-hints-at-conservative-leadership-bid-theresa-may> (дата обращения: 07.05.2024).
254. Weber, M. *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology* / M. Weber. – Berkeley: University of California Press, 1978. – 1469 p.
255. Young, I. M. *Five faces of oppression* / I. M. Young // *Justice and the Politics of Difference*. – Princeton: Princeton University Press. 1990. – P. 39–65.
256. Yule, G. *Pragmatics* / G. Yule. – Oxford: Oxford University Press, 1996. – 137 p.
257. Zheltukhina, M. R. Individual speech behavior of Russian-speaking prosecutors in the 19-20th centuries: A case study in implicit pragmatics / M. Zheltukhina, I. A. Zyubina // *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. The journal of University of SS Cyril and Methodius in Trnava*. – 2018. – № III (2). – P. 251–306.
258. Zyubina, I. A., Synchronous personal method of language studying speech behavior in implicit pragmalinguistics / I. A. Zyubina, M. Iu. Filipova, N. A. Minakova, L. V. Krivoslykova, I. G. Anikejeva // *XLinguae*. – 2020. – № 13 (4). – P. 81–90.

Список лексикографических источников

1. АРТСГТ. Арефьев, В. А., *Англо-русский толковый словарь генетических терминов* / В. А. Арефьев, Л. А. Лисовенко. – М.: Изд-во ВНИРО, 1995. – 324 с.
2. СЛТ. Ахманова, О. С. *Словарь лингвистических терминов* / О. С. Ахманова. – М.: Издательство «Советская энциклопедия», 1969. – 607 с.
3. БТСРЯК. *Большой толковый словарь русского языка* / Гл. ред. С. А. Кузнецов. – СПб.: Норинт, 1998. – Режим доступа:

- <https://gramota.ru/biblioteka/slovari/bolshoj-tolkovyj-slovar#> (дата обращения: 07.05.2024).
4. БЭП. Жмуров, В. А. Большая энциклопедия по психиатрии / В. А. Жмуров. – М.: Джангар, 2012. – 864 с. – Режим доступа: <https://820.slovaronline.com/> (дата обращения: 07.05.2024).
 5. Викисловарь. – Режим доступа: https://ru.wiktionary.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C:%D0%97%D0%B0%D0%B3%D0%BB%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B0 (дата обращения: 07.05.2024).
 6. Давлетчина, С. Б. Словарь по конфликтологии / С. Б. Давлетчина. – Улан-Удэ: ВСГТУ, 2005. – 100 с. – Режим доступа: <https://vocabulary.ru/termin/dominirovanie.html> (дата обращения: 07.05.2024).
 7. КС. КАРТАСЛОВ.РУ – Карта слов и выражений русского языка. – Режим доступа: <https://kartaslov.ru/> (дата обращения: 07.05.2024).
 8. Новая философская энциклопедия. В 4 т. Т. 3 / Предс. научно-ред. совета В. С. Степин. – М.: Мысль, 2010. – 744 с. – Режим доступа: <https://iphras.ru/page12557492.htm> (дата обращения: 07.05.2024).
 9. Новейший философский словарь / Сост. и глав. науч. ред. А. А. Грицанов. – Минск: Книжный Дом. А. А. Грицанов, 1999. – 1280 с.
 10. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка. Около 53 000 слов / С. И. Ожегов. – М.: АЗЪ, 1997. – 768 с.
 11. ОТСП. Оксфордский толковый словарь по психологии / Под ред. А. Ребера. – М.: Вече, АСТ, 2002. – 215 с. – Режим доступа: <https://vocabulary.ru/termin/dominirovanie.html> (дата обращения: 07.05.2024).
 12. ССЛТ. Розенталь, Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителя / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – М.: Просвещение, 1985. – 399 с.
 13. СА. Словарь антонимов. – Режим доступа: https://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_antonyms/ (дата обращения: 07.05.2024).
 14. СБС. Словарь бизнес-сленга / Е. Погребняк. – Режим доступа: <https://rus-business-slang-dict.slovaronline.com/> (дата обращения: 07.05.2024).

15. СИС. Словарь иностранных слов / Н. Г. Комлев. – Режим доступа: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/foreign-words-komlev/index.htm><http://rus-yaz.niv.ru/doc/foreign-words-komlev/index.htm> (дата обращения: 07.05.2024).
16. СУП. Словарь по уголовному праву / Г. Н. Борзенков, А. Э Жилинский, Б. В. Здравомыслов; Отв. ред. А. В. Наумов. – М.: Бек, 1997. – 682 с.
17. СРЯ, Т. 1. Словарь русского языка: В 4-х т. РАН, Ин-т лингвистич. исследований. Том 1. А – Й / Под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. – 702 с.
18. СРЯ, Т. 2. Словарь русского языка: В 4-х т. РАН, Ин-т лингвистич. исследований. Том 2. К – О / Под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. – 736 с.
19. СРЯ, Т. 3. Словарь русского языка: В 4-х т. РАН, Ин-т лингвистич. исследований. Том 3. П – Р / Под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. – 752 с.
20. СРЯ, Т. 4. Словарь русского языка: В 4-х т. РАН, Ин-т лингвистич. исследований. Том 4. С – Я / Под ред. А. П. Евгеньевой. – М.: Рус. яз.; Полиграфресурсы, 1999. – 800 с.
21. СРСССВ. Словарь русских синонимов и сходных по смыслу выражений / Н. Абрамов. – М.: Русские словари, 1999. – Режим доступа: <https://sin.slovaronline.com/> (дата обращения: 07.05.2024).
22. ССРЯПС. Словарь синонимов русского языка: практический справочник: ок. 11000 синоним. рядов / З. Е. Александрова. – Москва: Русский язык, 2001. – 568 с. – Режим доступа: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/synonyms-aleksandrova/index.htm> (дата обращения: 07.05.2024).
23. ССЛЖС. Словарь современной лексики, жаргона и сленга. 2014. – Режим доступа: <https://argo.academic.ru/> (дата обращения: 07.05.2024).
24. ТРДЛ. Тезаурус русской деловой лексики. 2011. – Режим доступа: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary/business-vocabulary/index.htm> (дата обращения: 07.05.2024).
25. ТСЕ. Толковый словарь Ефремовой. – Режим доступа: <http://rus-yaz.niv.ru/doc/dictionary-efremova/index.htm> (дата обращения: 07.05.2024).

- 26.ТСРЯ. Толковый словарь русского языка: в 4 т. / Под ред. Д. Н. Ушакова. – Режим доступа: <https://ushakov.slovaronline.com/> (дата обращения: 07.05.2024).
- 27.ФСРЛЯ. Фразеологический словарь русского литературного языка: ок. 13 000 фразеологических единиц /А. И. Фёдоров. – М.: Астрель: АСТ, 2008. – 878 с.
- 28.CALDT. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus. – Режим доступа: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/dominance> (дата обращения: 07.05.2024).
- 29.CCALED. Collins COBUILD Advanced Learner's English Dictionary. – Режим доступа: <https://slovar-vocab.com/english/collins-cobuild-dictionary/agreement-6655478.html> (дата обращения: 07.05.2024).
- 30.CCELD. Collins COBUILD English Language dictionary. – London; Glasgow: Collins; Stuttgart: Klett, 1987. – 1703 p.
- 31.СТ. Collins Thesaurus. Synonyms, Antonyms and Definitions. – Режим доступа: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/dominance> (дата обращения: 07.05.2024).
- 32.MWEV. Merriam-Webster English vocab. – Режим доступа: <https://www.merriam-webster.com/dictionary> (дата обращения: 07.05.2024).
- 33.OEV. Oxford English vocab. – Режим доступа: <https://slovar-vocab.com/english/oxford-vocab/dominance-6708465.html> (дата обращения: 07.05.2024).
- 34.ОТ. The Oxford Thesaurus. An A-Z Dictionary of Synonyms / Oxford University Press, 2009. – 2062 p. – Режим доступа: <https://www.oxford-learnersdictionaries.com/definition/english/dominance?q=dominance> (дата обращения: 07.05.2024).
- 35.UD. Urban Dictionary. – Режим доступа: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Dominance> (дата обращения: 07.05.2024).
- 36.Vocabulary.com Dictionary. – Режим доступа: <https://www.vocabulary.com/> (дата обращения: 07.05.2024).
- 37.WED. Webster's English dictionary. – Режим доступа: <https://slovar-vocab.com/english/websters-vocab/agreement-8252475.html> (дата обращения: 07.05.2024).

38. WNIED. Webster's New International English Dictionary. – Режим доступа: <https://slovar-vocab.com/english/websters-international-vocab/dominance-8489287.html> (дата обращения: 07.05.2024).

Источники языкового материала

1. Аршба, О. И. Стенограмма заседания 15 июня 2022 г. / О. И. Аршба. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5856/#sel=375:56,376:14> (дата обращения: 07.05.2024).
2. Васильев, В. А. Стенограмма заседания 06 июля 2022 г. / В. А. Васильев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5882/> (дата обращения: 07.05.2024).
3. Васильев, В. А. Стенограмма заседания 12 декабря 2023 г. / В. А. Васильев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6271/> (дата обращения: 07.05.2024).
4. Володин, В. В. Стенограмма заседаний 21 декабря 2021 г. / В. В. Володин. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5760/> (дата обращения: 07.05.2024).
5. Володин, В. В. Стенограмма заседания 15 июня 2022 г. / В. В. Володин. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5856/#sel=375:56,376:14> (дата обращения: 07.05.2024).
6. Володин, В. В. Стенограмма заседания 12 декабря 2023 г. / В. В. Володин. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6271/> (дата обращения: 07.05.2024).
7. Гартунг, В. К. Стенограмма заседания 16 июня 2021 г. / В. К. Гартунг. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5680/> (дата обращения: 07.05.2024).
8. Гартунг, В. К. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / В. К. Гартунг. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
9. Голикова, Т. А. Стенограмма выступления Министра Татьяны Голиковой на совещании по демографической политике и реализации региональных программ модернизации здравоохранения / Т. А. Голикова //

- Российская медицинская академия непрерывного профессионального образования. Госдума. 2018. – Режим доступа: <https://rmapo.ru/medical/46-stenogrammvystupleniya-ministra-tatyany-golikovoy.html> (дата обращения: 07.05.2024).
10. Голодец, О. Ю. Рабочая встреча с Заместителем Председателя Правительства Ольгой Голодец / О. Ю. Голодец // Госдума. 2019. – Режим доступа: <http://special.kremlin.ru/events/president/transcripts/61870> (дата обращения: 07.05.2024).
11. Грешневиков, А. Н. Стенограмма заседания 15 июня 2022 г. / А. Н. Грешневиков. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5856/#sel=375:56,376:14> (дата обращения: 07.05.2024).
12. Делягин, М. Г. Стенограмма заседания 15 июня 2022 г. / М. Г. Делягин. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5856/#sel=375:56,376:14> (дата обращения: 07.05.2024).
13. Жигарев, С. А. Стенограмма заседания 16 июня 2021 г. / С. А. Жигарев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5680/> (дата обращения: 07.05.2024).
14. Завальный, П. Н., а Заседание № 196 / П. Н. Завальный // Госдума. 2019. – Режим доступа: http://transcript.duma.gov.ru/api_search/?search_mode=deputy&sessionId=0&dt_start=&dt_end=&deputy=99112028&type=any&number=&key-words=&PAGEN_1=2 (дата обращения: 07.05.2024).
15. Завальный, П. Н., б Заседание № 251 / П. Н. Завальный // Госдума. 2019. – Режим доступа: http://transcript.duma.gov.ru/api_search/?search_mode=deputy&sessionId=0&dt_start=&dt_end=&deputy=99112028&type=any&number=&key-words= (дата обращения: 07.05.2024).
16. Затулин, К. Ф., а Заседание № 259 / К. Ф. Затулин // Госдума. 2020. – Режим доступа: http://transcript.duma.gov.ru/api_search/?search_mode=deputy&sessionId=0&dt_start=&dt_end=&deputy=99100158&type=any&number=&key-words= (дата обращения: 07.05.2024).

- 17.Затулин, К. Ф., б Заседание № 277 / К. Ф. Затулин // Госдума. 2020. – Режим доступа: http://transcript.duma.gov.ru/api_search/?search_mode=deputy&sessid=0&dt_start=&dt_end=&deputy=99100158&type=any&number=&keyWords= (дата обращения: 07.05.2024).
- 18.Зюганов, Г. А. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / Г. А. Зюганов. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
- 19.Зюганов, Г. А. Стенограмма заседания 06 июля 2022 г. / Г. А. Зюганов. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5882/> (дата обращения: 07.05.2024).
- 20.Зюганов, Г. А. Стенограмма заседаний 21 декабря 2021 г. / Г. А. Зюганов. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5760/> (дата обращения: 07.05.2024).
- 21.Зюганов, Г. А. Стенограмма заседания 12 декабря 2023 г. / Г. А. Зюганов. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6271/> (дата обращения: 07.05.2024).
- 22.Иванов, С. В., а Заседание № 247 // Госдума. 2019. / С. В. Иванов. – Режим доступа: http://transcript.duma.gov.ru/api_search/?search_mode=deputy&sessid=0&dt_start=&dt_end=&deputy=99100522&type=any&number=&keyWords=&PAGEN_1=6 (дата обращения: 07.05.2024).
- 23.Иванов, С. В., б Заседание № 258 // Госдума. 2019. / С. В. Иванов. – Режим доступа: http://transcript.duma.gov.ru/api_search/?search_mode=deputy&sessid=0&dt_start=&dt_end=&deputy=99100522&type=any&number=&keyWords=&PAGEN_1=5 (дата обращения: 07.05.2024).
- 24.Кабышев, С. В. Стенограмма заседания 12 декабря 2023 г. / С. В. Кабышев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6271/> (дата обращения: 07.05.2024).
- 25.Кашин, В. И. Стенограмма заседания 12 декабря 2023 г. / В. И. Кашин. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6271/> (дата обращения: 07.05.2024).
- 26.Коломейцев, Н. В. Стенограмма заседания 16 июня 2021 г. / Н. В. Коломейцев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5680/> (дата обращения: 07.05.2024).

27. Коломейцев, Н. В. Стенограмма заседания 15 июня 2022 г. / Н. В. Коломейцев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5856/#sel=375:56,376:14> (дата обращения: 07.05.2024).
28. Коломейцев, Н. В. Стенограмма заседания 06 июля 2022 г. / Н. В. Коломейцев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5882/> (дата обращения: 07.05.2024).
29. Коломейцев, Н. В. Стенограмма заседания 21 июля 2023 г. / Н. В. Коломейцев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6163/> (дата обращения: 07.05.2024).
30. Куринный, А. В. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / А. В. Куринный. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
31. Леонов, С. Д. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / С. Д. Леонов. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
32. Леонов, С. Д. Стенограмма заседания 21 июля 2023 г. / С. Д. Леонов. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6163/> (дата обращения: 07.05.2024).
33. Макаров, В. С. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / В. С. Макаров. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
34. Матвеев, М. Н. Стенограмма заседания 12 декабря 2023 г. / М. Н. Матвеев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6271/> (дата обращения: 07.05.2024).
35. Медведев, Д. А. Полный текст выступления Дмитрия Медведева перед депутатами Госдумы / Д. А. Медведев // Госдума. 2018. – Режим доступа: <https://rg.ru/2018/04/19/polnyj-tekst-vystupleniia-dmitriamedvedeva-pered-deputatami-gosdumy.html> (дата обращения: 07.05.2024).
36. Москалькова, Т. Н. Встреча с Уполномоченным по правам человека Татьяной Москальковой / Т. Н. Москалькова // Госдума. 2019. – Режим доступа: <http://special.kremlin.ru/events/president/news/60720> (дата обращения: 07.05.2024).
37. Набиуллина, Э. С. Выступление Председателя Банка России Эльвиры Набиуллиной на пленарном заседании Государственной Думы РФ / Э. С.

- Набиуллина // Госдума. 2019. – Режим доступа: https://www.cbr.ru/press/st/gd_2019-05-30/ (дата обращения: 07.05.2024).
38. Наумов, С. А. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / С. А. Наумов. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
39. Нечаев, А. Г. Стенограмма заседания 06 июля 2022 г. / А. Г. Нечаев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5882/> (дата обращения: 07.05.2024).
40. Нечаев, А. Г. Стенограмма заседания 12 декабря 2023 г. / А. Г. Нечаев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6271/> (дата обращения: 07.05.2024).
41. Нилов, О. А. Заседание № 276 / О. А. Нилов // Госдума. 2020. – Режим доступа: http://transcript.duma.gov.ru/api_search/?search_mode=deputy&sessid=0&dt_start=&dt_end=&deputy=99111912&type=any&number=&keyWords=&PAGEN_1=3 (дата обращения: 07.05.2024).
42. Нилов, О. А. Заседание № 277 / О. А. Нилов // Госдума. 2020. – Режим доступа: http://transcript.duma.gov.ru/api_search/?search_mode=deputy&sessid=0&dt_start=&dt_end=&deputy=99111912&type=any&number=&keyWords=&PAGEN_1=3 (дата обращения: 07.05.2024).
43. Нилов, О. А. Стенограмма заседания 16 июня 2021 г. / О. А. Нилов. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5680/> (дата обращения: 07.05.2024).
44. Рябцева, Ж. А. Стенограмма заседания 15 июня 2022 г. / Ж. А. Рябцева. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5856/#sel=375:56,376:14> (дата обращения: 07.05.2024).
45. Скворцова, В. И. Выступление Министра Скворцовой на заседании итоговой коллегии / В. И. Скворцова // Госдума. 2019. – Режим доступа: <https://www.rosminzdrav.ru/news/2019/04/24/11389-vystuplenieministra-veroniki-skvortsovoy-na-zasedanii-itogovoy-kollegii-minzdrava-rossii> (дата обращения: 07.05.2024).
46. Слуцкий, Л. Э. Стенограмма заседания 12 декабря 2023 г. / Л. Э. Слуцкий. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6271/> (дата обращения: 07.05.2024).

47. Смолин, О. Н. Стенограмма заседания 15 июня 2022 г. / О. Н. Смолин. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5856/#sel=375:56,376:14> (дата обращения: 07.05.2024).
48. Смолин, О. Н. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / О. Н. Смолин. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
49. Смолин, О. Н. Стенограмма заседания 28 июня 2022 г. / О. Н. Смолин. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5868/> (дата обращения: 07.05.2024).
50. Стенякина, Е. П. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / Е. П. Стенякина. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
51. Тарасенко, М. В. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / М. В. Тарасенко. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
52. Толстой, П. О. Стенограмма заседания 13 февраля 2024 г. / П. О. Толстой. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6314/> (дата обращения: 07.05.2024).
53. Фаррахов, А. З. Стенограмма заседания 21 июня 2022 г. / А. З. Фаррахов. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/5862/> (дата обращения: 07.05.2024).
54. Хамзаев, Б. С. Стенограмма заседания 13 февраля 2024 г. / Б. С. Хамзаев. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6314/> (дата обращения: 07.05.2024).
55. Хованская, Г. П. Стенограмма заседания 21 июля 2023 г. / Г. П. Хованская. – Режим доступа: <http://transcript.duma.gov.ru/node/6163/> (дата обращения: 07.05.2024).
56. Anderson, L. People with Learning Disabilities: Employment. Volume 742: debated on Monday 4 December 2023 / L. Anderson. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/commons/2023-12-04/debates/406136C1-AE16-4F22-940C-B932462AAD2F/PeopleWithLearningDisabilitiesEmployment> (дата обращения: 07.05.2024).
57. Bercow, J. Statement on Prime Minister's Unlawful Prorogation / J. Bercow // House of Commons. 2019. – Режим доступа:

- <http://www.ukpol.co.uk/john-bercow-2019-statement-on-prime-ministers-unlawful-prorogation/> (дата обращения: 07.05.2024).
58. Bercow, J. Statement on Yvette Copper's Bill / J. Bercow // House of Commons. 2019. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/johnbercow-2019-statement-on-yvette-coopers-bill/> (дата обращения: 07.05.2024).
59. Byrne, L. Post Office Horizon Scandal / L. Byrne // Hansard. Volume 745: debated on Thursday 22 February 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-02-22/debates/5F2C70FB-804E-4D43-AF34-6D4FAD4F5DCF/PostOfficeHorizonScandal> (дата обращения: 07.05.2024).
60. Cherry, J. Cost of Living / J. Cherry // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/0BCD8151-E7BF-4DA2-A57E-9E28FDCB51CA/details> (дата обращения: 07.05.2024).
61. Cleverly, J. Criminal Justice Bill / J. Cleverly // Hansard. Volume 741: debated on Tuesday 28 November 2023. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/commons/2023-11-28/debates/DAE52708-1BDF-4DB9-AC5D-3504754D3180/CriminalJusticeBill> (дата обращения: 07.05.2024).
62. Clifton-Brown, G. Georgia and the War in Ukraine / G. Clifton-Brown // Hansard. Volume 715: debated on Tuesday 24 May 2022. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/commons/2022-05-24/debates/395639B0-1D41-4B87-BDFB-278E0CB271F2/GeorgiaAndTheWarInUkraine> (дата обращения: 07.05.2024).
63. Cooper, Y. Criminal Justice Bill / Y. Cooper // Hansard. Volume 741: debated on Tuesday 28 November 2023. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/commons/2023-11-28/debates/DAE52708-1BDF-4DB9-AC5D-3504754D3180/CriminalJusticeBill> (дата обращения: 07.05.2024).
64. Cooper, Y. Independent Chief Inspector of Borders and Immigration / Y. Cooper // Hansard. Volume 746: debated on Monday 4 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-03-04/debates/97CB98BE-699C-408F-8B53-1CA4500848D6/IndependentChiefInspectorOfBordersAndImmigration> (дата обращения: 07.05.2024).
65. Daby, J. Rights of Children (Police Custody) / J. Daby // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: <https://han->

- [sard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren\(PoliceCustody\)](https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren(PoliceCustody)) (дата обращения: 07.05.2024).
66. De Cordova, M. Cost of Living / M. De Cordova // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/0BCD8151-E7BF-4DA2-A57E-9E28FDCB51CA/details> (дата обращения: 07.05.2024).
67. De Cordova, M. Rights of Children (Police Custody). Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. / M. De Cordova. – Режим доступа: [https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren\(PoliceCustody\)](https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren(PoliceCustody)) (дата обращения: 07.05.2024).
68. Dunne, Ph. Food Security / Ph. Dunne // Hansard. Volume 747: debated on Thursday 21 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/commons/2024-03-21/debates/34C48F7B-75EF-44B8-BCC8-6279E57D2405/FoodSecurity> (дата обращения: 07.05.2024).
69. Farry, S. Levelling Up / S. Farry // Hansard. Volume 741: debated on Monday 20 November 2023. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2023-11-20/debates/E40D9FF1-E5F2-4A63-9CD5-0CCC28C99A04/LevellingUp> (дата обращения: 07.05.2024).
70. Goodwill, R. Food Security / R. Goodwill // Hansard. Volume 747: debated on Thursday 21 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/commons/2024-03-21/debates/34C48F7B-75EF-44B8-BCC8-6279E57D2405/FoodSecurity> (дата обращения: 07.05.2024).
71. Gove, M. Speech on Operation Yellowhammer / M. Gove // House of Commons. 2019. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/michaelgove-2019-statement-on-operation-yellowhammer/> (дата обращения: 07.05.2024).
72. Graham, R. Budget Resolutions / R. Graham // Hansard. Volume 746: debated on Thursday 7 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-03-07/debates/24030716000001/BudgetResolutions> (дата обращения: 07.05.2024).
73. Greening, J. Valediction Speech / J. Greening // House of Commons. 2019. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/justine-greening-2019-valediction-speech/> (дата обращения: 07.05.2024).

74. Halfon, R. Apprenticeships: Occupation Range. Topical Questions / R. Halfon // Hansard. Volume 747: debated on Monday 11 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-03-11/debates/B81DFEF1-4951-4EE1-BDB8-F260A965246D/TopicalQuestions> (дата обращения: 07.05.2024).
75. Halfon, R. Education / R. Halfon // Hansard. Volume 747: debated on Monday 11 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-03-11/debates/31D942C3-94BF-4C1D-A685-8AA31B5C1FA6/Education> (дата обращения: 07.05.2024).
76. Holden, R. Cost of Living / R. Holden // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/0BCD8151-E7BF-4DA2-A57E-9E28FDCB51CA/details> (дата обращения: 07.05.2024).
77. Hollinrake, K. Post Office Horizon Scandal / K. Hollinrake // Hansard. Volume 745: debated on Thursday 22 February 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-02-22/debates/5F2C70FB-804E-4D43-AF34-6D4FAD4F5DCF/PostOfficeHorizonScandal> (дата обращения: 07.05.2024).
78. Hollobone, Ph. Rights of Children (Police Custody) / Ph. Hollobone // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: [https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren\(PoliceCustody\)](https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren(PoliceCustody)) (дата обращения: 07.05.2024).
79. Hoyle, H. The First Speech as a Speaker / H. Hoyle // House of Commons. 2019. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/lindsay-hoyle-2019-speech-as-speaker/> (дата обращения: 07.05.2024).
80. Johnson, B. Statement on Leaving the European Union / B. Johnson // House of Commons. 2020. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/borisjohnson-2020-statement-on-leaving-the-european-union/> (дата обращения: 07.05.2024).
81. Jones, S. Financial Assistance to Industry. Financial Assistance to Industry / S. Jones // Hansard. Debated on Monday 18 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/commons/2024-03-18/debates/7f39574d-c29f-4beb-99cb-56ab49af39b1/FinancialAssistanceToIndustry> (дата обращения: 07.05.2024).

82. Keegan, G. Oral Answers to Questions. Education / G. Keegan // Hansard. Volume 747: debated on Monday 11 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/commons/2024-03-11/debates/444C46F2-B553-4D90-B98E-16878ECDD525/OralAnswersToQuestions> (дата обращения: 07.05.2024).
83. Laing, E. Topical Questions. Volume 747: debated on Monday 11 March 2024 / E. Laing. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-03-11/debates/B81DFEF1-4951-4EE1-BDB8-F260A965246D/TopicalQuestions> (дата обращения: 07.05.2024).
84. Leadsom, A. Speech on Airbus / A. Leadsom // House of Commons. 2020. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/andrea-leadsom-2020-speechat-airbus-new-years-reception/> (дата обращения: 07.05.2024).
85. Leadsom, A. Speech on Women in Parliament / A. Leadsom // House of Commons. 2019. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/andrea-leadsom-2019-speech-on-women-in-parliament/> (дата обращения: 07.05.2024).
86. Leigh, E. Levelling Up / E. Leigh // Hansard. Volume 741: debated on Monday 20 November 2023. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2023-11-20/debates/E40D9FF1-E5F2-4A63-9CD5-0CCC28C99A04/LevellingUp> (дата обращения: 07.05.2024).
87. Lynch, H. Rights of Children (Police Custody) / H. Lynch // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: [https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren\(PoliceCustody\)](https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren(PoliceCustody)) (дата обращения: 07.05.2024).
88. Madders, J. Levelling Up / J. Madders // Hansard. Volume 741: debated on Monday 20 November 2023. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2023-11-20/debates/E40D9FF1-E5F2-4A63-9CD5-0CCC28C99A04/LevellingUp> (дата обращения: 07.05.2024).
89. May, T. Resignation speech / T. May // House of Commons. 2019. – Режим доступа: <https://www.nytimes.com/2019/05/24/world/europe/mayspeech> (дата обращения: 07.05.2024).
90. Mitchell, A. Israel and Gaza / A. Mitchell // Hansard. Volume 747: debated on Tuesday 19 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-03-19/debates/3C0812EC-E75C-4F39-873B-2EAC5CF71E51/IsraelAndGaza> (дата обращения: 07.05.2024).

91. Oppong-Asare, A. Rights of Children (Police Custody). Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022 / A. Oppong-Asare. – Режим доступа: [https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren\(PoliceCustody\)](https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren(PoliceCustody)) (дата обращения: 07.05.2024).
92. Pollard, L. Levelling Up / L. Pollard // Hansard. Volume 741: debated on Monday 20 November 2023. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2023-11-20/debates/E40D9FF1-E5F2-4A63-9CD5-0CCC28C99A04/LevellingUp> (дата обращения: 07.05.2024).
93. Pursglove, T. Independent Chief Inspector of Borders and Immigration // Hansard. Volume 746: debated on Monday 4 March 2024 / T. Pursglove. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-03-04/debates/97CB98BE-699C-408F-8B53-1CA4500848D6/IndependentChiefInspectorOfBordersAndImmigration> (дата обращения: 07.05.2024).
94. Rees-Mogg, J. Speech on Batten Disease / J. Rees-Mogg // UKPOL.CO.UK Political Speech Archive. 16 July 2019. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/jacob-rees-mogg-2019-speech-on-batten-disease/> (дата обращения: 07.05.2024).
95. Rees-Mogg, J. Tribute to the Speaker of the House of Commons / J. Rees-Mogg // UKPOL.CO.UK Political Speech Archive. 31 October 2019. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/jacob-rees-mogg-2019-tribute-to-the-speaker-of-thehouse-of-commons/> (дата обращения: 07.05.2024).
96. Reeves, R. Budget Resolutions / R. Reeves // Hansard. Volume 746: debated on Thursday 7 March 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-03-07/debates/24030716000001/BudgetResolutions> (дата обращения: 07.05.2024).
97. Rudd, A. Maiden Speech in the House of Commons / A. Rudd // House of Commons. 2019. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/amberrudd-2019-maiden-speech-in-the-house-of-commons/> (дата обращения: 07.05.2024).
98. Saville, R. L. Prohibition of Deception / R. L. Saville // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. UN. – Режим доступа: [https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/B9BD91C6-DACC-400D-84C8-D15F1870C8B2/ElectedRepresentatives\(ProhibitionOfDeception\)](https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/B9BD91C6-DACC-400D-84C8-D15F1870C8B2/ElectedRepresentatives(ProhibitionOfDeception)) (дата обращения: 07.05.2024).

99. Shannon, J. Post Office Horizon Scandal / J. Shannon // Hansard. Volume 745: debated on Thursday 22 February 2024. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2024-02-22/debates/5F2C70FB-804E-4D43-AF34-6D4FAD4F5DCF/PostOfficeHorizonScandal> (дата обращения: 07.05.2024).
100. Shannon, J. Rights of Children (Police Custody) / J. Shannon // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: [https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren\(PoliceCustody\)](https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren(PoliceCustody)) (дата обращения: 07.05.2024).
101. Sharma, V. Cost of Living / V. Sharma // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/0BCD8151-E7BF-4DA2-A57E-9E28FDCB51CA/details> (дата обращения: 07.05.2024).
102. Smith, A. Georgia and the War in Ukraine / A. Smith // Hansard. Volume 715: debated on Tuesday 24 May 2022. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/commons/2022-05-24/debates/395639B0-1D41-4B87-BDFB-278E0CB271F2/GeorgiaAndTheWarInUkraine> (дата обращения: 07.05.2024).
103. Sunak, R. Cost of Living / R. Sunak // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/0BCD8151-E7BF-4DA2-A57E-9E28FDCB51CA/details> (дата обращения: 07.05.2024).
104. Villiers, T. Statement on Government's Flood Response / T. Villiers // House of Commons. 2020. – Режим доступа: <http://www.ukpol.co.uk/theresa-villiers-2020-statement-on-the-governmentsflood-response/> (дата обращения: 07.05.2024).
105. Wakeford, Ch. Cost of Living / Ch. Wakeford // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/0BCD8151-E7BF-4DA2-A57E-9E28FDCB51CA/details> (дата обращения: 07.05.2024).
106. Webbe, C. Rights of Children (Police Custody) / C. Webbe // Hansard. Volume 717: debated on Tuesday 28 June 2022. – Режим доступа:

[https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren\(PoliceCustody\)](https://hansard.parliament.uk/Commons/2022-06-28/debates/22062859000001/RightsOfChildren(PoliceCustody)) (дата обращения: 07.05.2024).

107. Young, J. Levelling Up / J. Young // Hansard. Volume 741: debated on Monday 20 November 2023. – Режим доступа: <https://hansard.parliament.uk/Commons/2023-11-20/debates/E40D9FF1-E5F2-4A63-9CD5-0CCC28C99A04/LevellingUp> (дата обращения: 07.05.2024).

Научное издание

Ирина Анатольевна Зюбина

**ФЕНОМЕН ДОМИНИРОВАНИЯ
В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ:
ЮРИСЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

Подписано в печать 31.07.2024 г.

Бумага офсетная. Формат 60×84 ¹/₁₆. Тираж 300 экз.

Усл. печ. лист. 14,94. Уч.-изд. 12,8. Заказ № 9602.

Отпечатано в отделе полиграфической, корпоративной и сувенирной продукции
Издательско-полиграфического комплекса КИБИ МЕДИА ЦЕНТРА ЮФУ.
344090, г. Ростов-на-Дону, пр. Стачки, 200/1, тел (863) 243-41-66.

