

3. Серль, Дж. Косвенные речевые акты / Дж. Серль // Новое в зарубеж. лингвистике. – Вып. 17. – Москва: Прогресс. – 1986б. – С. 195–223.
4. Трофимова, Н.А. Экспрессивные речевые акты в диалогическом дискурсе. Семантический, прагматический, грамматический анализ: Монография / Н.А. Трофимова. – Санкт-Петербург : ВВМ. – 2008. – 376 с.
5. Aijmer, K. Conversational Routines in English: Convention and Creativity / K. Aijmer. – London : Longman, 1996. – 251 p.
6. BYU – COCA (Brigham Young University – The Corpus of Contemporary American English). – Available from: <http://corpus.byu.edu/coca/> (дата обращения: 4.04.2021).
7. Deutschmann, M. Apologising in British English / M. Deutschmann. – Umeå : Umeå Universitet, 2003. – 262 p.
8. Lange, W. Aspekte der Höflichkeit. Überlegungen am Beispiel der Entschuldigungen im Deutschen / W. Lange. – F.a.M. (u.a.) : Peter Lang Verlag, 1984. – 199 S.
9. Leech, G. Principles of Pragmatics / G. Leech. – New York : Longman, 1983. – 264 p.
10. Ogiermann, E. On apologising in negative and positive politeness cultures. – Amsterdam : John Benjamins, 2009. – 302 p.

Науч. рук.: Колесов И.Ю., д-р филол. н., доц.

Э.Я. Соколова
*Национальный исследовательский
Томский политехнический университет*

Выразительные средства в общественно-политической коммуникации

В статье анализируются выразительные средства, используемые в общественно-политических текстах. Выявлено, что отбор указанных средств осуществляется в зависимости от решаемых экспрессивных задач. Установлено, что метафоры являются наиболее продуктивным средством речевой выразительности.

Ключевые слова: общественно-политическая коммуникация; выразительные средства; экспрессивная задача; метафоры; функциональный репертуар.

Общественно-политическая коммуникация играет важную роль в жизни общества, поскольку репутация страны, ее роль и место на международной арене, также как и успешность в выстраивании международных отношений во многом зависит от позиции политических кругов, общественных деятелей и лидеров стран. Общественно-политическая коммуникация

представляет собой процесс передачи и обмена информацией через общественно-политические институты, медиа-пространство, охватываемым средствами массовой информации, а также формальные и неформальные контакты. Следует отметить, что изменения в общественно-политической ситуации вносят определенный вклад в естественную эволюцию языка.

Основными текстовыми жанрами, репрезентирующие общественно-политическую коммуникацию, являются: 1) политические документы официального характера (постановления, законы, указы); 2) политологические научные публикации; 3) публицистические тексты и ораторские выступления государственных, партийных и общественных деятелей [4, с. 148].

Общественно-политический текст, как инструмент общественно-политической коммуникации, является особым проявлением стиля публицистики и прессы и характеризуется целенаправленностью, информативностью, фактологичностью и конкретностью (апелляция к числовым данным и историческим фактам), аргументированностью, экспрессивностью (призывностью и эмоциональностью речи), а также «симбиозом объективности и эмоциональности» [3, с. 160]. Целевая аудитория общественно-политических текстов отличается неоднородностью по ряду признаков: возраст, национальность, пол, политическая принадлежность и т. д.

Функциональный репертуар общественно-политических текстов представлен системой выразительных средств, отбор которых осуществляется в соответствии от «решаемых в речи экспрессивных задач»: заострить внимание, создать образ, настроить на миролюбивый диалог, разрядить обстановку [3, с. 50].

Материалом исследования послужили выразительные средства отобранные методом целевой выборки из публицистических текстов СМИ: *The Spectator* – еженедельник, издающийся в Великобритании, *The Washington Times* – консервативная газет, издающаяся в США, *Politico* – американская медиа-организация в области политической журналистики, *The Financial Times* – международная деловая газета, *The Independent* – британское интернет-издание, авторская передача Н. Михалкова *Бесогон TV*, авторская программа В. Соловьева «*Вечер с Владимиром Соловьевым*».

Анализ общественно-политических текстов позволил сделать вывод о разнообразии выразительных средств, применяемых в общественно-политической коммуникации, и выделить группу средств, частотность которых особенно высока. К ним следует отнести: 1) средства создания образности и 2) средства описания и выделения / умаления признака.

1. Средствами создания образа являются: а) метафора; б) метонимия; с) сравнение и д) аллюзия.

А. Метафора – это стилистическая фигура вторичной номинации и всегда продукт нового познания, которая рождается в сближении

речевых представлений [1, с. 242–243]. Основные функции политической метафоры – когнитивная (использование образов для моделирования абстрактной и сложной для осмысления информации), номинативная (называние явлений и предметов), прагматическая (манипуляция с целью воздействия на потенциальную аудиторию, распространения определенной идеологии и ценностей, формирования определенной политической картины мира и поведенческого кода, мобилизации общества) и эмотивная (воздействие на эмоционально-волевую сферу адресата). Новая семантическая фактура, которая образуется при пересечении конкретики и образности, обладает особой эстетической выразительностью: *град на холме* (про США и исключительную роль как международного гегемона). Метафора обладает наибольшим неогенным словообразовательным потенциалом, так как она создает «новое обозначение» [3, с. 57].

Выделены следующие группы ассоциативных общественно-политических метафор, связанные:

– с медициной: *смерть мозга НАТО* (Э. Макрон – интервью журналу *The Economist*, ноябрь 2022 г.), *Europe's strategic impotence* (Европейская стратегическая импотенция) (*Politico*, июнь 2023 г.); *digital autism* (цифровой аутизм, как явление, когда в реальной жизни отсутствует навык общения и неспособность устанавливать контакты); *mental quarantine on Russian culture* (ментальный карантин для русской культуры – термин, введенный Министром культуры Литвы, 04.01.2023 г.);

– спортом: *политическое айкидо*; *рокировка в правительстве*; *предвыборный марафон*; *политические аутсайдеры*; *на старте предвыборной гонки*;

– с социально-политической сферой: *американский обком*; *цифровой ГУЛАГ* (про Интернет); *наркофюрер* (про Зеленского); *Russiagate* (Рашагейт); *технологическое порабощение*; *диктатура демократии*; *Russism (also known as Ruscism, Rashism)* (Рашизм);

– с театральной жизнью: *железный занавес*;

– с техногенными катастрофами и природными катаклизмами: *цифровая Факусима* (Док-ток. Выпуск от 17.11.2021 г.); *водоворот событий*; *поток информации*;

– с экономикой: *кредит доверия*; *девальвация духовных ценностей*; *финансовый обмен «военнопленными»*;

– с животными (зоосемизмы): *panda diplomacy* (дипломатический метод, используемый КНР);

– с военной тематикой: *ментальная война* (война умов), *информационная блокада*; *карбоновый полигон*; *информационная атака*; *информационное орудие*;

– с литературными персонажами: *Trumphenstein* (Трампенштейн), где экс-президент США Трамп сравнивается с чудовищем Франкенштейна (2019 г.).

– с действующими политическими лидерами: *the Putinization* (в названии статьи «*The Putinization of the situation of women and children during the 2022 Russian invasion of Ukraine*» [7, с. 50]; *Putin's puppet* (марионетка Путина). В указанном контексте метафора выполняет коммуникативную функцию, давая понять адресату, что Трамп является ставленником Кремля, который работает в интересах России;

– а также по цветовому сходству: *красная линия; серая зона; черная суббота* (об атаке ХАМАС на Израиль).

В. Метонимия по количественному отношению (синекдоха) – это замена частного общим: *коллективный Запад; коллективный Сорос; the global majority; the global South* (глобальный Юг) (заголовок статьи в *The Financial Times (FT)*, 21.10. 2023 г.); *the Kremlin* (Кремль) (*Boris Johnson claims «the Kremlin has singled out the UK for sanctions on Russia»* – Борис Джонсон утверждает, что «Кремль особо выделил Великобританию, за санкции против России» (*The Independent* 09.03. 2022 г.), *West* (Запад) [6].

Эпономазия, как частный случай синекдохи – превращение имен собственных в нарицательные: *иольшиизм; Bidenomics* (Байденомика) (*Bidenomics Is Working. While our work isn't finished, Bidenomics is already delivering for the American people* – Байденомика работает. Хотя наша работа еще не завершена, Байденомика уже приносит пользу американскому народу) [8]. Авторство термина *Bidenomics* приписывают СМИ.

С. Сравнение – это образное сопоставление и соотношение разных свойств, предметов и состояний: *Vladimir Putin and Hamas* (Владимир Путин и ХАМАС, сравнение которое сделал Байден в своей речи из Овального кабинета: «*both want to completely annihilate a neighboring democracy*». ХАМАС и Владимир Путин – это разные угрозы, но все же между ними есть нечто общее: оба хотят полностью уничтожить демократию (*The Washington Times*, 19.10. 2023 г.); «*I may be Irish, but I'm not stupid*» (Я может быть и ирландец, но я не тупой) (из речи Байдена, *Mail Online*, 17.12.2022 г.).

Д. Аллюзия – образная отсылка к историческому событию: *General Armageddon* (генерал Армагеддон про С.В. Суровикина в *The Guardian*, 10.10. 2022 г.); *There's Americans For Prosperity and Moms For Motherhood* (аллюзия, которую использует Б. Обама, критикуя рекламную кампанию республиканцев (2010 г.).

2. Среди средств описания и выделения / умаления признака, которые выполняют экспрессивную задачу, были выделены: а) перифраз на основе умаления признака (эвфемизмы); б) перифраз на основе преувеличения (гипербола), в) эпитеты.

А. Перифраз (эвфемизм): *специальная военная операция; conflict (про войну), pacification* (подавление, усмирение); *integrated containment* (интегрированное сдерживание) (о методах подавления конфликтов);

Над пропастью во лжи (вместо оригинального названия «Над пропастью во ржи» Сэлинджера) про американскую агрессивную политику, а также название одной из авторских передач Н. Михалкова на Бесогон TV «Над пропастью во лжи» (от 6 июня 2020 г.), как критика последствий новомодных программы развития образования и социального устройства.

В. Перифраз на основе преувеличения (гипербола) – метафорическая гипербола, представленная двух или трехкомпонентными конструкциями, используется для усиления эмоционального фона, критики позиции или действий политических оппонентов (эвалюативная функция) и выполнения персуазивной функции (убеждения) [2, с. 195–197]. В качестве примера перифраза приведена цитата из речи Б. Джонсона: «*the Kremlin began pumping out a deluge of lies almost as soon as Sergei and Yulia Skripal had entered intensive care*». (Кремль начал «выкачивать» поток лжи практически сразу после того, как Сергей и Юлия Скрипали попали в реанимацию) [6].

С. Эпитеты – это образное определения предмета или явления посредством сопутствующего слова. Различают эпитеты с положительной и отрицательной коннотацией [5, с. 247–248]. В общественно-политической коммуникации отмечается превалирование эпитетов с отрицательной коннотацией: *около политическая деятельность; туманная перспектива; беспощадное истребление; властолюбивый самодур* (о Б. Ельцине); *западная колониальная экспансия; hyper information environment* (гиперинформационная среда).

Одним из стилистических приёмов, зафиксированным в общественно-политических текстах, является оксюморон как сочетание взаимоисключающих слов: *гуманитарная интервенция; гуманная война, неуправляемый технический прогресс; информационный фастфуд; cancel culture* (культура отмены – культура исключения, политический термин, обозначающий форму ostracism).

Таким образом, общественно-политический текст – это многомерное образование выполняющий определенную коммуникативно-прагматическую и экспрессивную задачу, актуализация которых осуществляется соответствующим набором выразительных средств. Стилль изложения общественно-политических текстов характеризуется наличием гиперболизации, экспрессивности и персональных оценочных комментариев. Следует отметить, что метафоризация является продуктивным словообразовательным способом и источником языкового прироста посредством неологизации, в результате «метафорического переноса» [3, с. 55]. Установлено, что метафоры являются наиболее продуктивным средством речевой выразительности, усиливающие коннотативную сторону обозначения путем наделения его тонально-выразительными характеристиками с целью эмоционального воздействия, увеличения информативной ценности речи, создания образности сообщения с помощью различных ассоциаций, вызываемых переносным употреблением слова.

Литература

1. Виноградов, В.В. Избранные труды. О языке художественной прозы / В.В. Виноградов. – Москва : Русский язык, 1980. – С. 240–249.
2. Голубева, Т.М. Персуазивность гиперболы в политическом дискурсе (на материале высказываний британских политиков) / Т.М. Голубева // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. – 2019. – Т. 18. – № 3. – С. 195–205.
3. Кобенко, Ю.В. Теоретические основы функциональной стилистики : учебник / Ю.В. Кобенко; Томский политехнический университет. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2023. – 296 с.
4. Никулина, Д.Е. Политический дискурс как объект лингвистического исследования / Д.Е. Никулина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов : Грамота. – 2017. – № 9 (75). – С. 147–149.
5. Сурова, М.Н. Эпитеты с положительной и отрицательной коннотацией в политическом дискурсе / М.Н. Сурова // Современные исследования социальных проблем. – 2016. – № 3–2 (27). – С. 245–255.
6. Johnson, B. West takes a stand to halt reckless ambitions: article by Boris Johnson // Gov.uk. – URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/west-takes-a-stand-to-halt-reckless-ambitions-article-by-borisjohnson> (дата обращения 22.10.23). – Режим доступа: свободный. – Текст : электронный.
7. Pietrzak, P., Russo, V. In Statu Nascendi. Journal of Political Philosophy and International Relations – 2022. – Vol. 5. – No. 2. – 210 p.
8. The White House –. URL: clck.ru/36Dkic (дата обращения 21.10.23). – Режим доступа: свободный. – Текст : электронный.

И.А. Чеснокова

*Национальный исследовательский
Томский политехнический университет*

Интенсификаторы в открытых письмах

В статье рассмотрены интенсификаторы, используемые в открытых письмах в сети Интернет для повышения экспрессивности. Эти письма наиболее приближены к нормам публицистического стиля, целью которого является эмоциональное воздействие на адресата. Отмечается частое использование интенсификаторов со сниженной коннотацией, что обусловлено тематикой и целью письма.

Ключевые слова: открытое письмо; публицистический стиль; экспрессивность; интенсификаторы; прагматика усиления.

Создание любого типа текста требует определенного жанрового и стилистического оформления. Открытое письмо традиционно трактуется как жанр