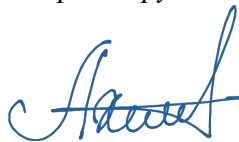


На правах рукописи



Ахмадеев Игорь Рамзесович

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СРЕДСТВА АКТУАЛИЗАЦИИ
САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ
СОВРЕМЕННЫХ БРИТАНСКИХ ПОЛИТИКОВ**

5.9.6. Языки народов зарубежных стран
(германские языки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Уфа – 2026

Работа выполнена на кафедре зарубежной лингвистики высшей школы зарубежной филологии, лингвистики и перевода института гуманитарных и социальных наук ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»

**Научный
руководитель:**

Таюпова Ольга Ивановна
доктор филологических наук, профессор

Официальные оппоненты:

Петрова Елена Александровна
доктор филологических наук, доцент
Федеральное государственное казённое
образовательное учреждение высшего
образования «Уфимский юридический
институт Министерства внутренних дел
Российской Федерации», заведующий
кафедрой иностранных и русского языков

Кабанова Ирина Николаевна
кандидат филологических наук, доцент
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Нижегородский
государственный лингвистический
университет имени Н.А. Добролюбова»,
заведующий кафедрой английской
филологии

Ведущая организация:

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего
образования «Казанский (Приволжский)
федеральный университет», г. Казань.

Защита состоится «19» марта 2026 г. в 10ч.00мин. на заседании диссертационного совета 24.2.479.11, созданного на базе ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий» по адресу: 450008, г. Уфа, ул. К. Маркса, д. 12.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий» и на сайте <https://uust.ru/>.
Автореферат разослан «__» _____ 20__ г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
канд. филол. наук,
доцент



А. Р. Рюкова

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Настоящее диссертационное исследование направлено на изучение совокупности коммуникативных средств, используемых британскими политиками в процессе их самопрезентации в политическом предвыборном дискурсе, осуществляемой на основе видеовербальных медиатекстов политических дебатов.

Актуальность работы обусловлена необходимостью более глубокого и детализированного исследования политического дискурса и его отдельных подтипов. Она определяется растущим интересом современной лингвистики к политическому предвыборному дискурсу как к одному из самых востребованных в постоянно меняющемся мире, поскольку исследования предвыборных дебатов, проведенных во время предвыборной кампании в Великобритании, чрезвычайно немногочисленны.

Актуальность детерминирована потребностью углубленного анализа коммуникативной стратегии самопрезентации и ее тактик, актуализируемых посредством языковых и неязыковых средств, способствующих политической удаче кандидата в рамках предвыборной кампании. Актуальным является также вопрос о роли фактора гендера в выборе как речевых тактик, так и тех или иных вербальных и невербальных средств, задействованных политиками-женщинами и политиками-мужчинами в ходе их самопрезентации. Кроме того, актуальность заключается в междисциплинарном подходе к эмпирическому материалу, осуществляемому в работе с позиций антропоцентрической научной парадигмы в свете теории коммуникации. Особый интерес заключается в исследовании стратегии самопрезентации политика в политическом предвыборном дискурсе, рассматриваемой в фокусе предвыборных политических медиатебатов.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нем:

1) впервые теоретически обоснована и на новом языковом материале подтверждена целесообразность междисциплинарного подхода к исследованию самопрезентации политика в англоязычном предвыборном политическом медиадискурсе;

2) впервые выявлены и охарактеризованы вербальные и невербальные тактики самопрезентации кандидатов на высокий государственный пост в Великобритании, задействованные ими в процессе предвыборных политических дебатов в виртуальной коммуникации;

3) впервые осуществлено исследование совокупности коммуникативных средств, применяемых для вербальной и невербальной самопрезентации политика-женщины и политика-мужчины на выбранном эмпирическом материале.

Материалом исследования послужили мультимедиаальные видео-вербальные тексты предвыборных дебатов кандидатов на пост премьер-министра Соединенного Королевства Лиз Трасс и Риши Сунака, размещенные в период с 13 июля по 5 сентября 2022 года в сети Интернет, общая длительность которых составляет 19 часов 08 минут 10 секунд: URL: <https://youtube.com/watch?v=RS6m1KkvsEw&si=-xHGHreYVHoWjgvh>; <https://www.youtube.com/live/>. Данный период был выбран нами, в связи с тем, что стратегия самопрезентации наиболее активно применяется в предвыборных коммуникативных политических практиках, когда каждый политик стремится продемонстрировать свои положительные стороны и обосновать свою предвыборную программу, стремясь максимально воздействовать на адресатов.

Для достижения цели исследования из всего корпуса аудио-визуальных текстов предвыборных дебатов нами был отобран репрезентативный массив фрагментов, каждый из которых состоит из 3–7 высказываний. Таким образом, для анализа вербальной самопрезентации было отобрано 778 фрагментов выступлений Лиз Трасс и 768 фрагментов выступлений Риши Сунака. Помимо этого, для анализа невербальной составляющей было выделено 683 фрагмента для Лиз Трасс и 671 фрагмент для Риши Сунака. Данные тексты предвыборных дебатов затрагивают наиболее проблемные для британского общества вопросы, такие как налоговая политика, нелегальная миграция, последствия BREXIT, отношения с иностранными государствами в условиях роста международной напряженности, экономический кризис, борьба с международным терроризмом. Указанный языковой материал был выбран на том основании, что стратегия самопрезентации наиболее эффективно реализуется в процессе демонстрации политиком намерения разрешить существующие в обществе проблемы.

Рабочая гипотеза исследования состоит в том, что в предвыборном политическом дискурсе стратегия самопрезентации является приоритетной, а для ее выражения применяются различные тактики, воплощаемые при помощи вербальных и невербальных средств, отбираемых политиками с целью произведения нужного впечатления на электорат и политических оппонентов.

Объектом исследования является стратегия самопрезентации, реализуемая в британском политическом предвыборном дискурсе, формируемом на основе синтетических видео-вербальных текстов предвыборных дебатов 2022 года между кандидатами на пост председателя Консервативной партии и премьер-министра Соединенного Королевства Великобритания и Северной Ирландии.

Предметом выступает совокупность коммуникативных средств, используемых политическими оппонентами для актуализации тактик вербальной и невербальной самопрезентации как стратегии.

Цель исследования – определить комплекс коммуникативных средств, используемых для актуализации тактик в процессе самопрезентации кандидатами в премьер-министры Великобритании (2022), с учетом гендерной специфики.

Поставленная цель обусловила необходимость решения таких исследовательских **задач**, как:

- 1) разграничить понятия *дискурс*, *политический дискурс*, субкатегорию предвыборного политического медиадискурса в современной научной парадигме;
- 2) рассмотреть основные теоретические подходы к исследованию политического предвыборного дискурса, его ведущей функции и коммуникативных стратегий;
- 3) раскрыть природу вербальной и невербальной самопрезентации политиков применительно к медиатекстам предвыборных дебатов;
- 4) выявить совокупность вербальных и невербальных тактик, задействованных в предвыборных дебатах Л. Трасс и Р. Сунака с учетом гендерного фактора;
- 5) описать языковые средства, используемые в мультимедиаальных видео-вербальных медиатекстах предвыборных дебатов Л. Трасс и Р. Сунака и установить их роль в репрезентации речевых тактик;
- 6) провести анализ совокупности неязыковых средств и уточнить их роль в актуализации тактик самопрезентации политиков как стратегии.

Теоретическая значимость работы заключается в расширении категориального аппарата и особенностей теории коммуникативных стратегий, теории политического предвыборного дискурса; в уточнении понятия «стратегия самопрезентации»; в разработке классификации тактик, применяемых политиком в процессе его самопрезентации; в развитии общего теоретического представления о дискурсе и дискурсивном анализе, невербальных средств коммуникации, теории гендера в аспекте политической коммуникации. Полученные теоретические данные вносят вклад в развитие теории дискурса и

текста, прагмалингвистики, гендерной лингвистики, теории политической коммуникации, изучающей процессы передачи, обмена, а также воздействия политической информации на социум.

Практическая ценность работы состоит в том, что результаты исследования имеют значительную прикладную ценность и могут быть применены в учебном процессе при преподавании курсов: общего и германского языкознания, теоретической стилистики, лексикологии, по теории медиатекста и медиадискурса, спецкурсов по предвыборному политическому дискурсу и по дискурсивному анализу, в процессе подготовки выпускных квалификационных работ студентов соответствующих направлений, а также при обучении специалистов в области переводоведения. Помимо этого, материалы диссертационного исследования могут быть использованы для составления учебного пособия по применению коммуникативных средств с целью эффективной самопрезентации в политической коммуникации в рамках спецкурсов по политической лингвистике, дискурсивному анализу и лингвополитической персонологии.

Теоретико-методологической основой настоящей работы являются научные труды отечественных и зарубежных исследователей в области: *общей теории дискурса и текста* (Н.Д. Арутюнова, В.И. Карасик, В.В. Катермина, К.Ф. Седов, П. Серию, В.Е. Чернявская, Р. Corcoran, К. Malcolm, G.M. Pomper, R. Wodak и другие); *политического дискурса* (Т.К. Иванова, Я.-А.В. Лето, Н.К. Муллағалиев, А.А. Филинский, З.З. Чанышева, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал, О.В. Эпштейн, Т. Van Dijk, A. Fetzer, R. Joslyn и другие); *коммуникативных стратегий* (Т.Н. Астафурова, Р.М. Блакар, Р. Викланд, И. Гофман, Г.П. Грайс, Л.К. Граудина, О.С. Иссерс, И.Н. Кабанова, К. Келлерман, В.И. Курышева, И.А. Стернин, Т. Van Dijk, R. Lakoff, K. Meng и другие); *стратегии самопрезентации и ее тактик* (А.М. Борис, Р. Викланд, И. Гофман, О.С. Иссерс, И.Н. Кабанова, А.Ю. Касаткина, О.В. Кашкина, Е.А. Ковригина, Е.В. Кулинич, И.А. Медведева, Е.В. Михайлова, О.Н. Паршина, О.А. Пикулева, В.А. Тырыгина, Е.Е. Jones, T.S. Pittman, M. Riess, M. Snyder, J.T. Tedeschi, и другие); *теории коммуникации, в том числе, интернет-коммуникации* (Р. Барт, С.Е. Бугрова, М.Р. Желтухина, А.В. Ленец, П.Б. Паршин, Г.Г. Почепцов, Г.Я. Солганик, И.А. Стернин, М. Billig, T.A. van Dijk и другие); *лингвополитической персонологии в ракурсе институционального и персонального дискурсов* (Г.И. Богин, Е.В. Иванцова, В.И. Карасик, Ю.Н. Караулов, К.Ф. Седов, А.П. Чудинов, и другие); *медиалингвистики* (Н.В. Бычковская, Т.Г. Добросклонская, Л.Р. Дускаева, М.Р. Желтухина, Т.К. Иванова, Н.И.

Клушина, О.И. Таюпова, D. Perrin и другие); *прагмалингвистики* (Н.Д. Арутюнова, А.Ю. Маслова, Г.Г. Матвеева, О.Г. Почепцов, Ю.С. Степанов, S. Heusinger, J. Meibauer и другие); *вербальных средств коммуникации* (Е.В. Власова, О.Я. Гойхман, В.Б. Кашкин, Е.В. Ключев, Г.Е. Крейдлин, Т.В. Ларина, Т.М. Надеина, Е.А. Петрова, Н.И. Формановская, A.B. Barrier, R.L. Birdwhistell, P. Ekman, P. Kendon, D. McNeil и другие); *невербальных средств коммуникации* (К.В. Алексеева, А.П. Драницына, Л.А. Капанадзе, Г.А. Ковалев, Е.Г. Красильникова, Г.Е. Крейдлин, Г.В. Колшанский, В.А. Лабунская, А.А. Леонтьев, М.Р. Львов, В.П. Морозов, Т.М. Николаева, А.А. Оксюта, Ф. Пойатос, А.П. Садохин, R.L. Birdwhistell, D. Efron, P. Ekman, J. Fast, J. Hall, A. Pease, B. Pease, L. Jenkins, J.V. Jensen, R.L. Johannesen, M.L. Knapp, E. Leach, M. Napp, L. Payrato, F. Poyatos и другие); *гендерной лингвистики* (И.В. Казанцева, Д.М. Кибардина, А.В. Кириллина, В.И. Космодемьянская, И.А. Морозова, И.С. Пирожкова, Н.В. Полонянкина, Н.Л. Пушкарева, А.А. Радюшкина, И.И. Халеева, D. Borisoff, B. Eakins, R. Lakoff, L. Merrill и другие).

Степень разработанности темы исследования. Обзор научной литературы последних десятилетий в области общей теории дискурса, политического дискурса, политического предвыборного дискурса, коммуникативных стратегий, стратегии самопрезентации и речевых тактик показывает, что политический предвыборный дискурс с учетом применяемых политиками стратегий представляет значительный интерес для современных лингвистов (Н.Д. Арутюнова, В.И. Карасик, К.Ф. Седов, А.А. Филинский, А.П. Чудинов, Е.И. Шейгал, О.С. Иссерс, А.Ю. Касаткина, О.В. Кашкина). Однако коммуникативные средства актуализации самопрезентации политиков на выбранном эмпирическом материале не изучен: отсутствуют работы, посвящённые анализу данного явления на материале современного английского языка с учетом средств не только вербальной, но и невербальной коммуникации, способствующих адекватной перцепции когнитивно-прагматического потенциала текстов предвыборных политических медиатеков.

В работе применяется комплекс научно-исследовательских **методов**, таких как: общенаучный метод лингвистического наблюдения и описания с использованием обобщения и классификации, применяемые при работе с теоретической базой исследования; метод сплошной выборки при анализе видеовербальных медиатекстов политических дебатов, размещенных в сети Интернет в свете подбора практического материала исследования; дефиниционный анализ,

используемый в процессе трактовки основных понятий (коммуникативная стратегия, стратегия самопрезентации, речевая тактика, вербальная самопрезентация, невербальная самопрезентация, предвыборный политический дискурс, мультимедиаальный текст, предвыборные политические дебаты, визуальная политика и др.); политический дискурс-анализ, который фокусируется на исследовании лингвистических аспектов политической коммуникации с целью деконструкции его смыслового наполнения, структурной организации и воздействия на социополитическую реальность в условиях виртуального взаимодействия; метод контекстуального анализа, направленный на исследование детерминирующей роли контекста в процессе восприятия различных языковых и неязыковых манифестаций коммуникативных стратегий; метод стилистического анализа, нацеленный на выявление и описание принципов использования и функционирования стилистически окрашенных лексических и грамматических средств языка; гендерный анализ, позволяющий изучить дифференциации в коммуникативных практиках между женщинами-политиками и мужчинами-политиками, а также их роли в политической жизни социума; метод верификации полученных результатов, представленный в виде количественного анализа данных, обобщенных в диаграммах и таблицах.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. Политический предвыборный медиадискурс, репрезентированный в текстах предвыборных дебатов между кандидатами на пост премьер-министра Великобритании в 2022 г., является специфическим видом институционального дискурса, который располагает собственным набором системообразующих признаков. Сохраняя в себе основные черты политического дискурса и присущие ему функции, политический предвыборный медиадискурс характеризуется доминированием агитационно-пропагандистской коммуникативно-прагматической функции, успешная актуализация которой во многом предопределяется грамотно организованной самопрезентацией политика в свете его предвыборной политической платформы.

2. Медиатизация предвыборного политического дискурса приводит к формированию мультимедиаальных семиотически негомогенных текстов предвыборных политических дебатов, включающих в себя, помимо вербальных средств взаимодействия с электоратом, широкий диапазон невербальных компонентов, наличие которых обусловлено виртуальной сферой коммуникации, что позволяет разграничить

область вербальной и невербальной самопрезентации Л. Трасс и Р. Сунака. Самопрезентация как когнитивно-коммуникативная модель поведения индивида в предвыборном политическом дискурсе представляет собой ключевую стратегию, применяемую современными британскими политиками в рамках предвыборных дебатов, так как используется с целью создания положительного образа в глазах электората, что способствует завоеванию или удержанию власти.

3. В процессе предвыборной кампании для самопрезентации Л. Трасс использует шесть вербальных тактик: тактику обещания, тактику самовосхваления, тактику уклонения от ответа, тактику упрека оппонента, тактику создания круга «своих», тактику устрашения, среди которых ведущими тактиками являются тактика обещаний и тактика упрека оппонента. Для каждой тактики существует особый набор языковых средств. В целом, Л. Трасс как политик-женщина в процессе вербальной самопрезентации активно задействует лексико-стилистические средства современного английского языка, например, общеупотребительную политико-экономическую терминологию, тематически-связанные лексические единицы, гиперболы, метафоры, анафоры, литоты, образные эпитеты; продуктивно используются с позиции синтаксиса не только простые распространенные, но и сложноподчиненные предложения, как правило, дополнительные придаточные предложения и придаточные определительные предложения; средства стилистического синтаксиса, в частности, синтаксический параллелизм, парцелляция, риторические вопросы, восклицательные предложения; в морфологическом плане – личное местоимение первого лица единственного числа I, личное местоимение первого лица множественного числа we, будущее и настоящее время, условное наклонение глаголов.

4. В число тактик вербальной самопрезентации Риши Сунака входят пять речевых тактик: тактика обещания, тактика самовосхваления, тактика упрека оппонента, тактика создания круга «своих», тактика устрашения, обладающих особым набором средств современного английского языка. Ведущие из них – тактика обещания и тактика самовосхваления. В языковом плане тактики вербальной самопрезентации политика воплощаются в основном при помощи лексико-стилистических средств современного английского языка (экономическая и политическая терминология, тематически связанные лексические единицы, средства стилистического синтаксиса). В плане морфологии задействуется местоимение первого лица единственного

числа I, настоящее и будущее время; с точки зрения синтаксиса преобладают простые распространенные предложения.

5. В процессе своей невербальной самопрезентации Лиз Трасс активно задействует тактику цветовой палитры, жестово-мимическую тактику, а также тактику применения аксессуаров и украшений, придерживаясь синего и черного цветов одежды и минимализма согласно ювелирному этикету. Наиболее распространенный жест, используемый политиком – открытые ладони.

6. Р. Сунак актуализирует для невербальной самопрезентации в основном тактику цветовой палитры, отдавая абсолютное предпочтение дорогим костюмам черного цвета, и жестово-мимическую тактику, прибегая к широкой улыбке и легким взмахам руками. Единственным аксессуаром, который задействует политик, является галстук преимущественно синего цвета. Иных аксессуаров и украшений, кроме золотого обручального кольца, политик не использует.

Соответствие содержания диссертации Паспорту научной специальности. Данное диссертационное исследование выполнено в соответствии со следующими пунктами Паспорта специальности 5.9.6. Языки народов зарубежных стран (германские языки):

- п. 6. Текст, дискурс, дискурсивные практики в языках народов зарубежных стран;
- п. 10. Методы исследования языковых единиц и категорий: структурные и функциональные исследования конкретного языка или языковой семьи, корпусные исследования языка или языковой семьи, когнитивные, коммуникативно-прагматические и стилистические исследования языка или языковой семьи; вопросы перевода различных единиц лексического, грамматического, стилистического уровней с одного языка на другой;
- п. 11. Исследование уровней и культурно- (или национально-) обусловленной специфики в репрезентации знаний, в том числе, в разных языковых сообществах представителей конкретного языка или языковой семьи.

Апробация работы. Результаты и основные выводы проведенного исследования были представлены на XV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Немецкий язык в Башкортостане: проблемы и перспективы» (г. Уфа, 25 апреля 2022 г.); V Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы лингвистики, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков в вузе» (г. Екатеринбург, 8

апреля 2022 г.); Казанском международном лингвистическом саммите (г. Казань, 14-16 ноября 2022 г.); VI Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы лингвистики, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков в вузе» (г. Екатеринбург, 7 апреля 2023 г.); V Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых «Наука – шаг в будущее» (г. Уфа, 22 ноября 2023 г.); VI Международной научно-практической конференции «Новый мир. Новый язык. Новое мышление» (г. Москва, 3 февраля 2023 г.); II Международной научно-практической конференции «Социально-педагогические инновации в образовании» (г. Ижевск, 15-16 апреля 2023 г.); VI Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых «Наука – шаг в будущее» (г. Уфа, 22 ноября 2024 г.).

Основное содержание диссертационного исследования отражено в 15 статьях, 3 из которых представлены в изданиях, рекомендованных ВАК Российской Федерации: «Вестник Башкирского университета» (г. Уфа, 2022, Т. 27, № 2); «Филологические науки. Вопросы теории и практики» (г. Тамбов, 2023, Т. 16, № 9); «Казанская наука» (г. Казань, 2024, № 3).

Структура работы обусловлена целями и задачами исследования. Диссертация состоит из введения, трех глав, выводов по главам, заключения, списка используемой научной литературы, списка видеовербальных источников примеров. Общий объем работы охватывает 221 страницу. Библиографический список работы составляет 258 наименований, включая труды как отечественных, так и зарубежных авторов, охватывающие различные аспекты исследуемой темы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Введение содержит обоснование актуальности диссертационного исследования, постановку его цели и задач, описание объекта и предмета анализа. Определяются теоретическая и практическая значимость, излагаются методы анализа, положения, выносимые на защиту, и сведения об апробации результатов и соответствии исследования паспорту специальности.

В первой главе **«Теоретические основы исследования коммуникативных средств самопрезентации в британском политическом предвыборном дискурсе»** проанализированы работы отечественных и зарубежных лингвистов, посвященные изложению концептуальных основ самопрезентации как стратегии. В современной

науке отсутствует универсальное определение предвыборного дискурса, однако существует множество его интерпретаций, обусловленных антропоцентрической парадигмой. Ведущим дискурсообразующим признаком является время, так как предвыборный дискурс непосредственно реализуется в период предвыборной кампании, имеющей строго определенные рамки, установленные законодательством страны [Чудинов, 2012, с. 51]. Помимо этого, для оказания влияния на избирателя, политики и их партии активно задействуют потенциал медиапространства [Иванова, 2021, с. 107]. Исходя из этого, представляется возможным выделить политический предвыборный медиадискурс как специфический вид институционального дискурса, располагающий собственным набором системообразующих признаков. Его институциональность подкрепляется такими параметрами, как тип текста, участники, цель, временной регламент, контекст, место функционирования.

Ведущей функцией предвыборного политического дискурса является агитационно-воздействующая, оказывающая влияние на сознание адресата [Дмитриева, Дубровская, 2020, с. 181]. Субъекты политической коммуникации реализуют данную функцию посредством применения стратегии самопрезентации в рамках предвыборных дебатов. Стратегия определяется как система вербальных и невербальных приемов, направленных на эффективное решение задач общения [Иссерс, 2024, с. 54]. Стратегия самопрезентации исследуется на междисциплинарном уровне и представляет собой когнитивно-коммуникативную модель поведения индивида, включающую в себя использование определенного набора речевых тактик, оказывающих целенаправленное воздействие на чувства, мысли и действия целевой аудитории с целью создания положительного образа адресанта [Борис, 2018, с. 15; Виниченко, 2021, с. 29-30; Пикулева, 2014, с. 142; Goffman, 2017; Moon, 2018, с. 3]. Выбор той или иной тактики зависит от ряда факторов, к которым можно отнести коммуникативную ситуацию, личность адресата и адресанта, время и место коммуникативного события. Одну из ключевых ролей в данном процессе играет также гендер, под которым понимается социальный конструкт, разграничивающий биологический и социокультурный пол, подкрепляющий представления о мужчинах и женщинах и реализуемый в зависимости от коммуникативных принципов конкретного текста [Зиновьева, 2016, с. 43; Пирожкова, 2017, с.94; Eakins, 1998, с. 119-121].

Вторая глава «Тактики вербальной самопрезентации Лиз Трасс и Риши Сунака в ракурсе предвыборных дебатов в интернет-пространстве» посвящена выявлению речевых тактик, которые задействуют политические оппоненты для эффективной самопрезентации с намерением успешного воздействия на целевую аудиторию. В результате исследования нами установлены шесть вербальных тактик, применяемых Лиз Трасс: 1) тактика обещания, 2) тактика самовосхваления, 3) тактика упрека оппонента, 4) тактика устрашения, 5) тактика создания круга «своих», 6) тактика уклонения от ответа, а также пять вербальных тактик, используемых Риши Сунаком: 1) тактика обещания, 2) тактика самовосхваления, 3) тактика устрашения, 4) тактика создания круга «своих», 5) тактика упрека оппонента.

Для тактики обещания Л. Трасс специфично использование глаголов настоящего и будущего времени и условного наклонения: *I will run a government of all the talents that unleashes the potential right across our fantastic country!* / *Моё правительство соберёт все таланты и даст мощный импульс развитию по всей нашей великой и необъятной стране!* (Face Conservative...). Л. Трасс использует грамматическую конструкцию *will + Verb*, что подчеркивает её уверенность и решимость как кандидата на пост премьер-министра. Присутствует также ряд стилистических приемов: эпитет *fantastic country* создает позитивный образ страны и указывает на патриотизм Л. Трасс. При помощи метафоры *unleash the potential* кандидат внушает электорату идею неукротимого экономического роста, который будет возможен только при условии ее избрания.

Следующий пример является демонстрацией тактики самовосхваления: *We need somebody leading this country. Who is prepared to make decisions... I've demonstrated that in everything I have done...* / Нам нужен лидер во главе страны, который готов принимать решения... я считаю, что доказала это всем, что делала ... (Truss and Sunak in Sky News). Тактика выражается при помощи местоимения первого лица единственного числа *I*, используемого применительно к стилистическому синтаксису в функции анафоры. По мнению Л. Трасс, кандидат на пост премьер-министра должен принимать разумные решения и быстро реагировать на возникающие проблемы. Политик заявляет, что именно она соответствует всем этим критериям. Л. Трасс использует время Present Perfect (*I've demonstrated*), что указывает электорату на результативность ее действий, а также способствует демонстрации имеющегося опыта.

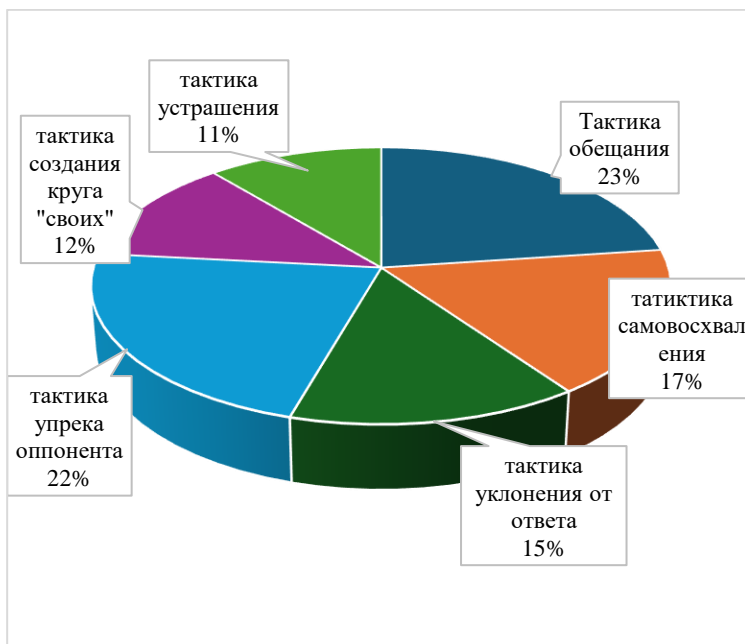
Тактика уклонения от ответа выражена преимущественно на лексическом уровне и характеризуется применением лексических средств современного английского языка, имеющих как отрицательную, так и положительную коннотацию: *We are working with our allies very closely on this because there are countries like United States, Japan who also are extremely concerned about the future of Taiwan. What we need to do is work collectively...* / Мы очень тесно сотрудничаем с нашими союзниками в этом вопросе, потому что такие страны, как США и Япония, также крайне обеспокоены будущим Тайваня. Нам необходимо действовать сообща (Liz Truss and Rishi Sunak in latest Tory hustings). В приведенном примере Лиз Трасс уклоняется от ответа на вопрос относительно потенциальных планов ее будущего правительства начать поставки вооружений на Тайвань. Применение временной формы Present Continuous (are working) подчеркивает процесс, а не конкретный результат работы с союзниками Великобритании относительно поддержки Тайваня. Одной из наиболее частотных тактик Л. Трасс является тактика упрека оппонента, отличающейся использованием преимущественно лексических единиц с негативной коннотацией: *Rishi's policies are making us less competitive...* / Политика Риши делает нас менее конкурентоспособными... (Rishi Sunak and Liz Truss in Sky News). Лиз Трасс заявляет, что налоговая политика, которую продвигает Риши Сунак, ухудшит ситуацию в экономике страны, особенно в сфере инвестиций. Лиз Трасс использует время Present Continuous (are making), что подчеркивает продолжительность негативного воздействия политики Р. Сунака.

Наиболее отличительной чертой тактики создания круга «своих» является активное применение личного местоимения первого лица множественного числа *we*, способствующего созданию атмосферы общности взглядов электората и политика: *We all know that we face difficult times. We have an energy crisis* / Мы все знаем, что столкнулись с трудными временами. У нас энергетический кризис (Live: Rishi Sunak and Liz Truss). Лиз Трасс демонстрирует создание образа лидера в кризисной ситуации. Использование местоимения *we* создает иллюзию единства и общности интересов политика и электората, а анафорический параллелизм *we have... we have* придает речи ритмичность, способствуя созданию атмосферы откровенного спонтанного разговора с электоратом. Тактика устрашения электората также активно используется политиком: *Iran's nuclear program has never been more advanced. China has been conducting military flights near*

Taiwan / Ядерная программа Ирана еще никогда не была более развитой, чем когда бы то ни было. Китай проводит военные полеты вблизи Тайваня (Rishi Sunak and Liz Truss: Second Tory). Лиз Трасс активно обвиняет такие государства, как Иран и Китай в создании атмосферы напряжения в мировой политике, тем самым, по нашему мнению, политик стремится убедить реципиентов в существовании прямой угрозы Великобритании. Для достижения этой цели она использует лексические единицы, вызывающие у адресатов в данном контексте ощущение угрозы, исходящей от вышеперечисленных государств: *advanced nuclear program, military flights*. Лиз Трасс употребляет временные формы Present Perfect (has never been) для демонстрации собственного опыта и акцентировании внимания электората на обострение отношений.

В диаграмме № 1 отражены ведущие и факультативные вербальные тактики Л. Трасс, задействуемые ею в процессе самопрезентации:

Диаграмма №1. Ведущие и факультативные тактики Лиз Трасс



Следует отметить, что в ходе предвыборной кампании кандидат на пост премьер-министра Великобритании сознательно использовала агрессивную риторику, бросая вызов гендерным стереотипам о

пассивности женщин в политике. Частое употребление Лиз Трасс местоимения *I* демонстрировало её установку на автономное принятие решений, а профессиональное владение экономико-политической и военной терминологией разрушало клише о «женской» некомпетентности в стратегических вопросах. Вместе с тем она более эмоциональна, о чем свидетельствуют употребляемые ею эмотивные прилагательные, гиперболы, литоты и ряд приемов стилистического синтаксиса.

Переходя к анализу вербальных тактик Риши Сунака, отметим, что тактика обещания активно применяется им в предвыборных дебатах: *...the NHS will be safe in my hands* / ...Национальная служба здравоохранения будет в безопасности в моих руках (Rishi Sunak and Liz Truss in Sky News). Позиционируя себя как опытного политика, обладающего должным уровнем компетентности, кандидат на пост премьер-министра обещает, что решит существующие проблемы, с которыми столкнулась система здравоохранения страны. Используемая им метафора *safe in my hands* придает политику образ защитника и покровителя как медицинских работников, так и простых британцев, обращающихся за медицинской помощью.

В высказывании *I've already made real progress as chancellor* / Будучи министром финансов, я уже добился видимого прогресса (Conservative party hustings) отчетливо прослеживается тактика самовосхваления, репрезентируемая при помощи такого стилистического средства, как эпитет *real* в сочетании с *progress* (видимый прогресс), благодаря которому внимание целевой аудитории заостряется на успешном результате деятельности политика. *Present Perfect (I've already made)* также акцентирует внимание электората на получившемся результате. Местоимение первого лица ед. числа *I* (я) демонстрирует электорату, что успехи в финансово-экономической сфере страны – заслуга Риши Сунака.

В его текстах дебатов наблюдается также применение тактики упрека оппонента: *I'm worried that Liz's plans will make the situation worse and what I want to do is different* / Я обеспокоен, что планы Лиз усугубят ситуацию, и я предлагаю иной подход (Rishi Sunak and Liz Truss in Sky News). Риши Сунак выражает обеспокоенность экономическими планами своего политического оппонента – Л. Трасс, критика которой подается электорату как доказательство собственной компетентности. В высказывании используется антитеза (*what I want to do u Liz's plans*). Политик противопоставляет свои идеи планам Л. Трасс, демонстрируя различие между ними.

В следующем фрагменте текста в основе самопрезентации политика лежит тактика создания круга «своих»: *We are all the same team. We are all part of the same conservative family and we're going to need to come back together afterwards* / Мы все одна команда. Мы все часть одной консервативной семьи, и нам придётся объединиться после выборов (Rishi Sunak and Liz Truss in Sky News)». Р. Сунак использует спортивную метафору *all the same team*, описывающую партию как спортивную команду, что свидетельствует о его желании создать атмосферу единства, несмотря на существенные разногласия. В речи присутствует также семейная метафора *conservative family*, что свидетельствует о желании укрепить связи между Риши Сунаком и прочими членами партии. Данный тезис подтверждается также лексическим повтором (анафора) местоимения первого лица множественного числа *we*, убеждающего электорат в существовании полного единства.

Наряду с вышеперечисленными тактиками Риши Сунак применяет также тактику устрашения: *We recognise China poses a systemic challenge to our values and interests...* / Мы признаем тот факт, что Китай представляет собой системный вызов нашим ценностям и интересам... (Rishi Sunak and Liz Truss in Sky News). Здесь политик заостряет внимание на том, что Китай является одним из соперников Великобритании. Кандидат на пост премьер-министра выстраивает в сознании электората образ общего врага, которому нужно противостоять.

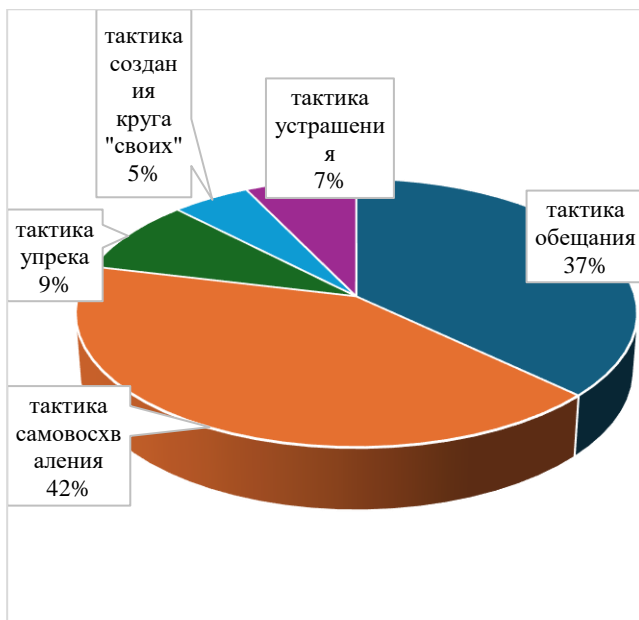
Исходя из проанализированного эмпирического материала можно утверждать, что Риши Сунак активно использует логические аргументы и статистические данные, создавая тем самым образ рационального технократа, что соответствует ожиданиям электората от политика-мужчины. Однако, сдержанная конфронтация и избегание агрессивной риторики воспринимаются как недостаток мужественности и решимости.

Таким образом, к числу наиболее характерных средств современного английского языка, задействованных политиками в процессе их вербальной самопрезентации, относятся временные формы Future Simple и Present Simple, лексико-стилистические средства (метафора, гипербола), экономические термины, инструменты стилистического синтаксиса (анафора, парцелляция, риторический вопрос, восклицательные предложения, градация, синтаксический параллелизм), а также простые распространенные предложения, сложноподчиненные предложения, как правило, дополнительные

придаточные предложения и придаточные определительные предложения.

Полученные данные относительно вербальных тактик политика обобщены в диаграмме №2:

Диаграмма №2. Ведущие и факультативные тактики Риши Сунака



В третьей главе **«Невербальные средства актуализации стратегии самопрезентации Л. Трасс и Р. Сунака в ракурсе предвыборных дебатов в интернет-пространстве»** в сравнительном плане рассматривается комплекс невербальных средств, применяемых политиками при создании предвыборных дебатов как мультимедиальных текстов; выделяются и анализируются невербальные тактики самопрезентации политиков: тактика цветовой палитры, жестово-мимическая тактика, тактика применения аксессуаров и украшений.

Креолизованные медиатексты предвыборных дебатов на основании взаимодействующих в них кодов отличаются синкретичностью [Клушина, 2020, с. 21; Sandig, 2006, с. 470], а с развитием информационных технологий ведущей чертой интернет-коммуникации стала мультимедиальность. Мультимедиа представляет собой комплексную форму коммуникации, синтезирующую разнородные

знаковые системы [Тошович, 2018, с. 132]. Благодаря совершенствованию цифровых технологий усилилась и неизмеримо возросла роль невербальной коммуникации [Максимова, Резер, 2020, с. 108-109; Neumann, 2003], в том числе, в сфере политического предвыборного дискурса.

Доказано, что тактика цветовой палитры играет одну из ведущих ролей в создании нужного политику образа, так как цвет в одежде помогает привлечь внимание целевой аудитории, создать запоминающийся образ и способствовать убеждению реципиента в собственной правоте. Далеко не всегда у целевой аудитории есть возможность осмыслить высказанное политиком мнение, а адресату не всегда удастся заинтересовать потенциального избирателя. Именно в этой связи возрастает роль цвета, так как он является наиболее выигрышным невербальным средством в процессе предвыборных дебатов. Наиболее часто Лиз Трасс использует платья фасона «футляр» синего цвета. Тем самым, она показывает свою приверженность консервативной идеологии, так как синий цвет символизирует Консервативную партию Великобритании.

Риши Сунак, в свою очередь, несмотря на постоянную критику со стороны населения и, как следствие, падение рейтинга, неизменно использовал дорогие, сшитые на заказ костюмы черного цвета в сочетании с белой рубашкой.

Исследование выявило также ведущие наборы жестов и мимических проявлений у обоих политиков. Среди наиболее частотных жестов, используемых Лиз Трасс, преобладает жест «открытые ладони», свидетельствующий об её искренности и стремлении установить доверительные отношения с электоратом (рис. 1). Среди частотных жестов Риши Сунака выделены легкие взмахи открытыми ладонями, а также закрытые жесты (сцепленные пальцы рук), что свидетельствует о неуверенности политика и явном желании ее скрыть (рис. 2).



Рис. 1



Рис. 2

Анализ невербального поведения выявил существенные различия в мимике политиков.



Рис. 3



Рис. 4

Так, Лиз Трасс (рис. 3) в большинстве случаев демонстрирует сдержанную и уверенную мимику, в то время как Риши Сунак (рис. 4) сознательно использует экспрессивную мимику как инструмент создания образа динамичного политического деятеля. Однако, общей чертой является постоянный зрительный контакт с аудиторией.

Говоря о применении политиками тактики аксессуаров и украшений, можно отметить, что образ Лиз Трасс как политика-женщины дополняет неизменный набор аксессуаров в стиле минимализма – золотое обручальное кольцо, цепочка с овальным кулоном и серьги. Использование одних и тех же украшений на постоянной основе указывают на стремление Лиз Трасс копировать Маргарет Тэтчер, адаптировав её образ под современные реалии.

Риши Сунак, напротив, наиболее часто появлялся в галстук синего цвета, подчеркивая свой статус и образ консерватора. Установлено, что политик практически не носит никаких украшений, кроме золотого обручального кольца. В данном случае наблюдается проявление гендерного фактора: женственный яркий образ Лиз Трасс выглядит гораздо более уверенно по сравнению с Риши Сунаком.

В Заключение приведены обобщающие выводы, основанные на результатах проведенного исследования, подтверждающие его рабочую гипотезу, о том, что в предвыборном политическом дискурсе стратегия самопрезентации является приоритетной, поскольку в ситуации обостренной конкурентной борьбы и регламентированного агитационного периода доминирующей целью коммуникации становится не аргументация в пользу политической платформы, а формирование привлекательного и доверительного образа кандидата, который воспринимается избирателем на интуитивно-эмоциональном уровне, упреждая необходимость сложной рациональной оценки. Помимо этого, установлено, что для выражения самопрезентации применяются различные тактики, воплощаемые при помощи вербальных и невербальных средств, отбираемых политиками

с целью произведения нужного впечатления на электорат и политических оппонентов.

В заключении также уточняются перспективы, связанные с последующим изучением речевой и неречевой актуализации самопрезентации и ее тактик с учетом лингвопрагматической направленности в других дискурсивных практиках. Перспективы последующих исследований видятся в сравнении стратегии самопрезентации в предвыборном политическом дискурсе в различных политических культурах с учетом гендерного параметра. Перспективным также представляется выявление общих и индивидуальных коммуникативных особенностей, характерных для политиков-мужчин и политиков-женщин на материале других медиатекстов политического дискурса и его подтипов, а также влияния национальных стереотипов на самопрезентацию политика-мужчины и политика-женщины в свете создания их речевого портрета.

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ ОТРАЖЕНЫ В СЛЕДУЮЩИХ ПУБЛИКАЦИЯХ

**Научные статьи, опубликованные в ведущих
рецензируемых научных журналах и изданиях, включенных в
перечень ВАК Российской Федерации:**

1. Ахмадеев И.Р. Стратегия самопрезентации в ракурсе политической лингвоперсонологии // Вестник Башкирского университета. – 2022. – Т. 27, № 2. – С.466-472. – DOI: 10.33184/bulletin-bsu-2022.2.36.

2. Ахмадеев И. Р. Совокупность тактик британского предвыборного дискурса в ракурсе стратегии самопрезентации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2023. – Т. 16, № 9. – С. 2888-2892. – DOI: 10.30853/phil20230450.

3. Ахмадеев И.Р. Невербальные средства стратегии самопрезентации в британском политическом предвыборном дискурсе // Казанская наука. – 2024. – № 3. – С. 229-232.

Публикации в иных изданиях:

4. Ахмадеев И.Р. Самопредъявление политического лидера (на примере речи премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона) // Доклады Башкирского университета. – 2022. – Т. 7, №2. – С. 118-124. – DOI: 10.33184/dokbsu-2022.2.9.

5. Ахмадеев И.Р. Грамматические средства выражения стратегии самопрезентации // Доклады Башкирского университета. – 2022. – Т. 7, № 5. – С. 296-300. – DOI: 10.33184/dokbsu-2022.5.8.
6. Ахмадеев И.Р. Гендерная специфика самопрезентации современных британских политиков // Казанский лингвистический журнал. – 2023. – Т. 6, № 1. – С. 90-100. – DOI: 10.26907/2658-3321.2023.6.1.90-100.
7. Ахмадеев И.Р., Таюпова О.И. Грамматические средства актуализации стратегии самопрезентации в политическом тексте (на материале речи канцлера ФРГ Олафа Шольца) // Немецкий язык в Башкортостане: проблемы и перспективы: Мат-лы XV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (г. Уфа, 25 апреля 2022 г.). – Уфа: РИЦ БашГУ, 2022. – С. 96-100. – DOI: 10.33184/NYVB-2022-04-29.16.
8. Ахмадеев И.Р. Исследование политического дискурса в отечественной и зарубежной науке // Актуальные вопросы лингвистики, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков в вузе: Мат-лы V Международной научно-практической конференции (г. Екатеринбург, 8 апреля 2022 г.). – Екатеринбург: УГГУ, 2022. – С. 35-40. – DOI: 10.21440/978-5-8019-0521-1-2022-35-40.
9. Ахмадеев И.Р. Лексико-стилистические средства актуализации самопрезентации (на материале выступлений кандидата в премьер-министры Великобритании Риши Сунака): материалы Казанского международного лингвистического саммита (г. Казань, 14-19 ноября 2022 г.) – Казань: Изд-во Казанского университета, 2022. – Т. 1. – С. 138-142.
10. Ахмадеев И.Р. Языковые средства выражения категории «свой-чужой» в британском политическом дискурсе (на материале выступлений премьер-министра Соединенного Королевства Риши Сунака) // Новый мир. Новый язык. Новое мышление: Мат-лы VI Международной научно-практической конференции. (г. Москва, 3 февраля 2023 г.). – Москва: Дипломатическая академия МИД России, 2023. – С. 3-7.
11. Ахмадеев И.Р. Тактика устрашения как средство актуализации стратегии самопрезентации // Актуальные вопросы лингвистики, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков в вузе: Мат-лы VI Международной научно-практической конференции (г. Екатеринбург, 7 апреля 2023 г.). – Екатеринбург: УГГУ, 2023. – С. 46-51. – DOI: 10.21440/978-5-8019-0521-1-2023-49-53.

12. Ахмадеев И.Р. Тактика консолидации как прием актуализации стратегии самопрезентации // Социально-педагогические инновации в образовании: Мат-лы II Международной научно-практической конференции (г. Иджеван, 15–16 апреля 2023 г.). – Иджеван: Иджеванский филиал Ереванского государственного университета, 2023. – С. 61-64.

13. Ахмадеев И.Р. Особенности предвыборного дискурса // Наука – шаг в будущее: Мат-лы V Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых (22 ноября 2023 г.). – Уфа: УУНиТ, 2023. – С. 244-248.

14. Ахмадеев И.Р. Роль гендерного фактора в стратегии самопрезентации современных британских политиков // Наука – шаг в будущее: Мат-лы VI Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых (22 ноября 2024 г.). – Уфа: УУНиТ, 2024. – С. 270-274.

15. Ахмадеев И.Р. Невербальный код стратегии самопрезентации британского политика // Актуальные вопросы лингвистики, межкультурной коммуникации и методики преподавания иностранных языков в вузе: Мат-лы VII Международной научно-практической конференции (г. Екатеринбург, 5 апреля 2024 г.). – Екатеринбург: УГГУ, 2024. – С. 74-78.

Ахмадеев Игорь Рамзесович

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СРЕДСТВА АКТУАЛИЗАЦИИ
САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ПРЕДВЫБОРНОМ ДИСКУРСЕ
СОВРЕМЕННЫХ БРИТАНСКИХ ПОЛИТИКОВ**

5.9.6. Языки народов зарубежных стран
(германские языки)

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Подписано в печать 13.01.2026 г. Формат 60х90/16.
Усл. печ. л. 1,38. Уч.-изд. л. 1,44.
Тираж 100 экз. Заказ 2.

Отпечатано в отделе полиграфии
Управления публикационной деятельности
ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»
450008, Башкортостан, г. Уфа, ул. Карла Маркса, 12.