

УДК 81'42

*О.Н. Мищук, Л.Г. Васильев, Е.В. Белова***К ТРАКТОВКЕ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ**

Статья посвящена анализу лингвистических и экстралингвистических факторов реализации самопрезентации в политическом дискурсе. Особое внимание уделено понятию 'политический дискурс'. Описаны различные подходы к толкованию и изучению политического дискурса, приведены его институциональные характеристики. В статье определена цель самопрезентации политика, указаны и подробно описаны ее релевантные параметры: драматизация, идеализация, контроль производимого впечатления, искажение и мистификация. Для исследования реализации и языкового выражения самопрезентационной макростратегии проанализированы общекоммуникативные стратегии и тактики в речах англо-саксонских политиков. Проведен анализ выступлений политиков высшего эшелона власти, в результате которого выявлены такие глобальные стратегии, как стратегия позиционирования образа адресата, стратегия позиционирования собственного образа, стратегия позиционирования интегрированного образа. Приведены примеры реализации данных стратегий на лексическом и грамматическом уровнях.

Ключевые слова: политический дискурс, самопрезентация, аргументация, коммуникативные стратегии и тактики.

DOI: 10.35634/2412-9534-2020-30-3-454-460

В настоящее время выявляется тенденция роста заинтересованности лингвистов проблемами дискурса социальных групп, и непосредственно – политиков. Политический дискурс – это явление, которое имеет особое частотное выражение и социальное значение в общественной жизни. Однако феномен политического дискурса не находит однозначной трактовки в современном научном знании. Определяется это различными факторами, в числе которых сфера рассмотрения явления. Это объект исследования разных наук (лингвистики, социологии, политологии, социальной психологии), что задает различные ракурсы изучения объекта. При этом даже сходные ракурсы – анализ формы выражения, задач и содержания дискурса, проявляющегося в различных политических ситуациях, – в силу указанной разноаспектности едва ли могут быть близкими. Фокус нашего внимания – лингвистика, поэтому дальнейшее рассмотрение политического дискурса проводится с языковедческих позиций.

В лингвистических исследованиях политический дискурс представлен как многоаспектное и многогранное явление. В современной лингвистике сложились две базовые интерпретации его содержания.

В широком смысле политический дискурс трактуется сродни понятию риторической ситуации [14] и даже более широко, как класс риторической ситуации включает такие формы общения, в которых к сфере политики относится хотя бы одна из составляющих: субъект, адресат, содержание сообщения. Некоторые ученые считают данный тип дискурса совокупностью дискурсивных практик, идентифицирующих участников политического дискурса или формирующих конкретную тематику политической коммуникации; рассматривают его как некую сумму речевых произведений в определенном паралингвистическом контексте – контексте политической деятельности, политических взглядов и убеждений и т. д.

Более узкое толкование связано с разграничением понятий *текст* и *дискурс*. Оно предполагает, что критерием включения текста в сферу политического дискурса должна выступать корреляция интенциональной сущности текста с целевыми установками и макроинтенцией дискурса, то есть завоевание доверия аудитории, сохранение и проявление власти над ней. Данной трактовки придерживается нидерландский лингвист Тун ван Дейк [2], считающий, что политический дискурс – это класс жанров, ограниченный социальной сферой, а именно политической. Правительственные выступления, дебаты, предвыборные кампании, речи политиков – это те жанры, которые принадлежат сфере политики. При рассмотрении этих форм коммуникации с точки зрения их примерной манифестации (т. е. прежде всего, в виде вербального следа деятельности без обращения к самим деятелям) мы и получаем разнотекстовые ипостаси политического дискурса.

Можно предложить и симбиоз названных толкований, принимая определение политического дискурса, предложенное Е.И. Шейгал, которая трактует данный феномен как любые речевые образования, содержание которых относится к сфере политики. При этом содержание политического дис-

курса должно учитывать все присутствующие в сознании участников коммуникации компоненты, которые могут влиять на экспликацию речи: тексты, содержание которых принимается во внимание и автором и адресатом с учетом общих и частных интенций, политических взглядов, личностных качеств автора, специфики восприятия текста различными социальными категориями людей, политический климат, и определенная политическая ситуация, в которой текст был создан. Также учитывается роль, которую этот текст может сыграть в системе политических текстов и в политической жизни страны в целом. Для этого вида общения характерна высокая степень манипулирования; язык в политическом дискурсе является в первую очередь инструментом воздействия (убеждения и контроля). Е.И. Шейгал приходит к выводу, что в политическом дискурсе обнаруживается «примат ценностей над фактами, преобладание воздействия и оценки над информированием, эмоционального над рациональным». Ключевым концептом становится концепт «власть», а ядерными компонентами выступают ценности доминирующей в обществе идеологии, сводимые, с одной стороны, к раскрытию основных концептов этого типа дискурса, в том числе концепта «власть», а с другой стороны – к выражению морально-этических ценностей социума в целом [13].

К числу институциональных характеристик политического дискурса относятся его функции. К основным функциям политического дискурса австрийский лингвист Р. Водак относит: 1) персуазивную (убеждение); 2) информативную; 3) аргументативную; 4) персуазивно-функциональную (создание убедительной картины лучшего устройства мира); 5) делимитативную (отличие от иного); 6) групповыделительную (содержательное и языковое обеспечение идентичности) [3].

Политический дискурс с точки зрения своих институциональных характеристик и функций неразрывно связан с самопрезентацией (далее СмП) политика, характеризующей не собственно личность, а ее статусные составляющие. Важность СмП определяется тем, что она является существенным инструментом обретения, поддержания и удержания власти. Именно поэтому СмП обладает признаками осознанности и активности и не имеет ничего общего со спонтанной речью. Важность этого замечания видится в том, что изучение, например, психотипа, или когнитивного стиля политика наталкивается на существенные трудности именно в силу того, что психологические черты личности суть явления неосознаваемые, проявляющиеся, соответственно, в отсутствии рефлексии над теми участками деятельности, которые берутся для промера когнитивного стиля. Подготовленность манифестационного следа деятельности при попытке изучения его автора не может, следовательно, служить материалом для традиционных психологических тестов: здесь нужны иные инструменты (например, концепция стилей мышления [1]), которые зачастую отвергаются психологами по причине, с их точки зрения, отсутствия теоретической адекватности.

Принимая ролевой подход, можно считать, что самопрезентацию в политическом дискурсе следует понимать как процесс исполнения социальной роли, о которой у субъекта имеются определенные представления: политик (с помощью консультантов) выбирает образы для своей самопрезентации, исходя из имеющихся представлений о них и с обязательной ориентацией на параметры риторической ситуации, в том числе, на конкретику аудитории.

Цель политической самопрезентации – создать у аудитории положительный образ своей страны (и себя как ее представителя) для получения конкретного результата. В разбираемых нами речах этот результат связан с закреплением социально-статусных характеристик кооперативно-патерналистского и союзническо-гарантирующего плана.

К релевантным параметрам СмП в публичном выступлении мы вслед за [4] относим драматизацию, идеализацию, контроль производимого впечатления, искажение и мистификацию.

Драматизация – это эффективная экспликация сущности представляемого. Идеализация предусматривает фокусировку на следовании образцам-максимумам. В речах политических деятелей эти два компонента не нуждаются в доказательствах, поскольку речи пишутся высококвалифицированными спичрайтерами, имеющими специальную подготовку в области коммуникативистики.

Под контролем можно понимать внимание к своей аудитории как к источнику сигналов, содержащих важную информацию о восприятии и оценке хода представления, недопущение ошибок. Однако в речах политиков источники сигналов обратной связи просчитаны заранее (это относится, например, к ожиданию аплодисментов при акцентировании этнокультурного фактора, допустим, вставок на родном для аудитории языке).

Искажение предусматривает избегание прямой лжи (ее обнаружение грозит оратору «потерей лица») и принятие взамен иных способов отступления от истины.

Мистификация – это использование ритуального компонента в речи: обозначение статуса участников общения, задающее стереотипы поведения, несоблюдение которых может привести к разрыву речевого контакта – государственный деятель высшего эшелона власти должен играть роль главы или представителя экономически и политически стабильной державы, чтобы отвечать ожиданиям аудитории. Признак учета аудитории для достижения максимального результата речевого воздействия в выступлениях политиков носит выраженный характер.

Для более глубокого понимания природы феномена политической СМП, которая является ингерентной гранью политического дискурса во всех его проявлениях, рассмотрим различные трактовки СМП в отечественной лингвистике.

В лингвистических исследованиях теоретические основания СМП в целом базируются на социальной психологии [8; 10; 11], но имеют выраженный крен в межкультурную коммуникацию, прагматическую лингвистику, когнитивную лингвистику и риторическую лингвистику.

Согласно Т.А. Кубрак [7], психологической основой СМП субъекта в вербальной коммуникации выступает двухкомпонентное интенциональное образование, в котором направленность субъекта на себя (самохарактеризация) сочетается с направленностью на другого – аудиторию (воздействие) и находится под влиянием последней.

В лингвокультурологическом подходе Е.Н. Катановой [6] СМП исследуется в проекции на идентичность с образованием самоидентифицирующих высказываний (СИВ), вербализующих суждения об идентичности субъекта, приписывание себе какого-либо признака. Именно в этом отношении видится родство СИВ и СМП. СИВ понимается как эффективный способ укрепления имиджа политиков и результативное средство аргументации в парламентской среде. СИВ используется для реализации двух типов стратегий – имиджеобразующих и аргументативных, с помощью которых выстраиваются номинативные стратегии. Имиджеобразующие могут реализовываться как (а) стратегии позитивной СМП («наслаждение отраженной славой», «самореклама») и (б) негативной презентации политических адресатов («противопоставление себя адресату», «дискредитация адресата»). Аргументативные стратегии реализуются как стратегии рациональной («угол зрения», «подтверждение компетентности»), эмоциональной («пояснение причастности к проблеме», «вменение в обязанность» и «самообвинение») и рационально-эмоциональной («вменение в обязанность», «опровержение критики», «иллюстрирование примером», «угол зрения») аргументации. Описанный подход дает многоаспектную характеристику СИВ, проанализированы механизмы вербализации самоидентифицирующего суждения и его компонентов, описана реализация функционального потенциала СИВ в дискурсивной сфере ПД. Однако в отношении таксономии стратегий подход грешит неразличением объектов разных уровней абстракции.

В лингвокогнитивном подходе П.М. Дайнеко [5] СМП трактуется как ведущая коммуникативно-когнитивная стратегия, направленная на конструирование экспертом собственного имиджа через выбор определенных тактик и языковых средств. Эта мегастратегия реализуется в частных стратегиях, образующих дихотомию «выстраивание отношений интеллектуальной власти – сокращение дистанции». К частным стратегиям СМП автор относит две. Стратегия установления отношений интеллектуальной власти реализуется посредством тактик институциональной локализации, четкого структурирования, деперсонализации, специализации и демонстрации статусного превосходства. Стратегия сокращения дистанции осуществляется посредством тактик персонализации, деспециализации и конверсационной тактики выражения солидарности. Автором установлено, что тактики, приемы и языковые средства двух выделенных разнонаправленных стратегий тесно переплетены в рамках одного речевого жанра. В частности, прием персонализации в форумах и конференциях может выполнять функцию дистанцирования; полимодальность – реализовывать (а) стратегию установления интеллектуальной власти (например, иконические знаки в рамках тактики институциональной локализации дают указания на принадлежность к сообществу специалистов), и (б) стратегию сокращения дистанции (иконические знаки в рамках приема самооценивания способствуют персонализации). К сильным сторонам подхода можно отнести подтверждение принципа асимметричного дуализма знака в реальных условиях его функционирования. К недостаткам можно отнести, например, невнятность обоснования причисления Интернет-форумов к институциональным жанрам: ведь выводы в подходе делаются применительно к институционализированной форме общения.

Пафос когнитивно-лингвистического подхода А.П. Чернышевой [12] состоит в том, чтобы смоделировать процесс автопрезентации (= СМП) и раскрыть ее особенности невозможно без учета язы-

ковых данных и изучения когнитивной деятельности по форматированию имеющихся знаний с их последующим переформатированием в целях произведения положительного впечатления. СМП политика рассматривается как метакогнитивный процесс и результат ориентации на когнитивное состояние адресата; СМП основана на вербализации концептов из когнитивных областей «личность политика» и «социокультурный контекст». Раскрытие концепта СМП производится на основе фрейма ситуации СМП с (а) обязательными и (б) факультативными компонентами как определяющими в процессе переформатирования информации и выбора средств ее объективации в СМП. К (а) отнесены: политик как одновременно «презентатор» и «объект презентации» и целевая аудитория политика как «адресат автопрезентации». К (б) принадлежат «способ автопрезентации» и «условия автопрезентации», представляющие собой задания отсутствия во фрейме. Модель СМП политика включает когнитивное и метакогнитивное состояния. Когнитивное – это осознание и категоризация сложившейся интерактивной ситуации, мыслительных процессов политика и целевой аудитории. Метакогнитивное состояние есть результат вторичной обработки уже сформированных ментальных репрезентаций с проецированием на когнитивное состояние адресата как «Другого». Считается, что именно метакогнитивное состояние подлежит вербализации в СМП политиков. Метакогнитивность СМП предполагает отнесенность к ментальному уровню, рефлексивность, интенциональность, интеракциональность, контролируемость, прогнозируемость.

Основных когнитивных матриц (когнитивных областей), составляющих структуру СМП, две – (а) «личность политика» с концептами EFFICIENCY и COMMITMENT и (б) «социокультурный контекст» с концептами RESPONSIBILITY, OPPORTUNITY, PROSPERITY, SECURITY, FREEDOM, LIBERTY, FAIRNESS, JUSTICE. В результате переформатирования концептов появляются индивидуально-авторские смыслы, что позволяет осуществить СМП в наиболее выгодном ракурсе. Переформатирование проявляется не только в изменении понятийной структуры концептов, но и во введении индивидуально-авторских смыслов и метафоризации. В числе языковых средств СМП автором выделены по убывающей: (а) оценочная семантика языковых единиц, личные местоимения, модальные глаголы, повторы, противопоставления, превосходная степень прилагательных, параллельные конструкции; (б) сравнительная степень прилагательных, числительные, придаточные предложения, наречия образа действия, парцелляция, усилительные конструкции, множественное число существительных, топонимы, грамматические времена глагола, форма страдательного залога, синонимы, каузативные конструкции; (в) фразеологизмы, грамматические конструкции (инфинитивные, экзистенциальные, именные определительные, императивные, аппозитивные, вводные, конструкции со сложным дополнением, посесивные, герундиальные), обобщающие местоимения, собирательные существительные, градуаторы, обращения, коллоквиализмы, аббревиатуры, антонимы, риторические вопросы. Сильной стороной этого подхода является подробное прописывание когнитивно-языковых инструментов и механизмов СМП.

Трактовка СМП может осуществляться с точки зрения комплексной характеристики интенционально-манифестационных уровней в дискурсе. В этом случае она понимается как глобальный фактор организации дискурса, отвечающий глобальной целеустановке, т.е. как макростратегия, преследующая самодовлеющую цель [9]. Тогда стратегии, тактики и манифестационные приемы выстраиваются в своеобразную иерархию, подчиненную именно такой макростратегии.

Так, анализ выступлений политиков высшего эшелона власти (премьер-министра Великобритании Д. Камерона, премьер-министра Канады С. Харпера, премьер-министра Австралии К. Радда, президента США Б. Обамы) позволил выявить использование в выступлениях перед странами-союзниками таких глобальных стратегий, как стратегия позиционирования образа адресата, стратегия позиционирования собственного образа, стратегия позиционирования интегрированного образа.

Стратегия позиционирования образа адресата реализовывалась в речах с помощью тактики лести, тактики политического влияния, тактик исторического сопоставления и целеполагания и планирования.

Стратегия позиционирования собственного образа находила реализацию с использованием тактики исторической экземплификации, тактики союзнического содействия, тактики положительной характеристики, тактики политической направленности.

Стратегия позиционирования интегрированного образа находит выражение с помощью тактики мотивированности взаимодействия, тактики консолидации, тактики перспективности партнерства, тактики ценностной ориентации.

Перманентный тактико-стратегический набор используется в речах политиков с учетом макростратегии Смп, проявляющейся в формировании позитивного восприятия аудиторией оратора-политика, а в его лице и всего государства, которое он представляет. Таким образом, создается правильный эмоциональный настрой публики и, соответственно, речевое воздействие и успех использования следующей стратегии и тактик реализует коммуникативную интенцию оратора.

Однако для более глубокого понимания природы феномена Смп необходимо рассмотреть лингвистический инструментарий организации Смп как макростратегии и макроинтенции, которой подчинены стратегии и тактики в выступлениях вышеперечисленных политиков на международной арене.

Лексический уровень реализации данных тактик характеризуется использованием стилистически окрашенных слов и эпитетов: *admirable (people); significant (support); (your efforts are) vital; great (honour); great (privilege)*; метафор: *I have chosen to come to TOBB, right in the heart of the Turkish business community; Healing those wounds of our history; keep the flame of liberty alight; : this South Asian tiger has awoken*; лексических анафор (*We have...; we are...; I am conscious of the antiquity... I am conscious I am here... I am conscious also... I am conscious of your victory...*); лексических повторов: *I am conscious also of the ancient wisdom of this land. A land where people are deeply aware of their place in history.*

Грамматический уровень манифестирован с помощью дуплетных однородных членов: *This is something I feel very strongly and very passionately about; to our partners and friends in Ireland; a great hub for science and innovation*; триплетных группировок однородных членов: *to make it stronger, wider and deeper*; употреблением сравнительной и превосходной степени сравнения прилагательных: *your strongest possible advocate, for greater influence; the world's largest and fastest expanding economies*; приемом инверсии: *together I want us to pave the road from Ankara to Brussels; On foreign affairs, there is a widely shared consensus among Canadians*; употреблением модальных глаголов: *we can make in our trade; we have to change that*; использованием стилистического приема градации, а именно порядком следования однородных членов предложения от слабого к сильному (*our democracy, rule of law, strong institutions and global language; freedom, democracy, human rights and the rule of law; a more balanced world, a more equitable world, and a more prosperous world for all*); употреблением неполных предложений: *The abandoned checkpoints. The sense of excitement about the future; Of national reunification in 1975*); синтаксической анафоры: *That turns its face to the world... That leads the charge.*

В целом можно констатировать, что успешность выступлений высших политических деятелей, обращающихся к массовой аудитории, детерминирована не столько собственно интенцией представителей государств, сколько организацией данного воздействия с учетом особенностей аудитории, а также правильно выстроенной самопрезентационной линией поведения, подчиняющей себе выбор оратором инструментов убеждения.

Таким образом, анализ лингвистических и экстралингвистических факторов реализации Смп, включающий комплексный подход к исследованию языкового инструментария манифестации общекommunikативного тактико-стратегического аппарата, позволит эксплицировать понимание и восприятие данного феномена как неотъемлемого конституента политического дискурса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алексеев А.А., Громова Л.А. Поймите меня правильно или книга о том, как найти свой стиль мышления, эффективно использовать интеллектуальные ресурсы и обрести взаимопонимание с людьми. СПб., Экономическая школа, 1993. 352 с.
2. Ван Дейк Т.А. К определению дискурса. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.html>
3. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. Волгоград: Перемена, 1997. 139 с.
4. Гоффман Э. Представление себя другим // Современная зарубежная социальная психология: Тексты / Под ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. С. 188–197.
5. Дайнеко П.М. Дискурсивные стратегии самопрезентации в институциональном интернет-общении: дис. ... канд. филол. наук. М.: Моск. гос. лингв. ун-т, 2011. 209 с.
6. Катанова Е.Н. Функциональный анализ самоидентифицирующих высказываний: на материале американских и британских парламентских дебатов: дис. ... канд. филол. наук. Воронеж: Воронежск. гос. ун-т, 2009. 224 с.
7. Кубрак Т.А. Интенциональный подход к исследованию самопрезентации субъекта. // Материалы итоговой научной конференции Института психологии РАН. М.: Ин-т психологии РАН, 2008. С. 132–143.
8. Михайлова Е.В. Техники самопрезентации в публичном выступлении: Дис ... кандидата психол. наук. М.: Моск. гос. ун-т, 2005. 155 с.

9. Мищук О.Н. Речевое воздействие и самопрезентация (на материале публичных выступлений): дис. ... канд. филол. наук. Тула: Тульский гос. ун-т, 2013. 230 с.
10. Соколова-Бауш Е.А. Самопрезентация как фактор формирования впечатления о коммуникаторе и реципиенте: дис. ... канд. психол. наук. М.: Московский гос. ун-т, 1999. 123 с.
11. Хороших В.В. Психологические факторы успешности самопрезентации: дис. ... канд. психол. наук. СПб: Санкт-Петербургский гос. ун-т, 2001. 193 с.
12. Чернышева А.П. Средства автопрезентации политиков в современном английском языке: дис. ... канд. филол. наук. Тамбов: Тамбовский гос. ун-т, 2011. 196 с.
13. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. 24 с.
14. Bitzer L. The Rhetorical situation // *Philosophy and Rhetoric*. 1968. Vol. 1. P. 1–14.

Поступила в редакцию 03.12.2019

Мищук Оксана Николаевна, кандидат филологических наук, доцент кафедры гуманитарных дисциплин
Тульский филиал ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»
300000, Россия, г. Тула, просп. Ленина, 53
E-mail: oksana_mishchuk@yahoo.com

Васильев Лев Геннадьевич, доктор филологических наук, заведующий кафедрой лингвистики
и иностранных языков
ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского»
248000, Россия, г. Калуга, ул. Ст. Разина, 26
E-mail: argumentation@mail.ru

Белова Елена Витальевна, кандидат филологических наук,
доцент кафедры «Иностранные и русский языки»
Калужский филиал ФГБОУ ВО «Московский государственный технический университет
имени Н.Э. Баумана»,
248000, Россия, г. Калуга, ул. Баженова, 2
E-mail: Helene-82@mail.ru

O.N. Mishchuk, L.G. Vasiliev, E.V. Belova

ON TREATING SELF-PRESENTATION IN POLITICAL DISCOURSE

DOI: 10.35634/2412-9534-2020-30-3-454-460

The article is devoted to the analysis of linguistic and extralinguistic factors of the manifestation of self-presentation in political discourse. Particular attention is paid to the concept of 'political discourse'. Various approaches to the interpretation and study of political discourse are described; its institutional characteristics are given. The purpose of the politician's self-presentation is defined, its relevant parameters are indicated and described in detail: dramatization, idealization, control of the impression made, distortion and mystification. To study the implementation and linguistic manifestation of the self-presentation macrostrategy, general communicative strategies and tactics in the speeches of Anglo-Saxon politicians are analyzed. An analysis of the speeches of politicians of the highest echelons of power is carried out, resulting in revealing these global strategies: positioning the image of the addressee, positioning one's own image, positioning the integrated image. Examples of the implementation of these strategies at the lexical and grammatical levels are given.

Keywords: political discourse, self-presentation, argumentation, communicative strategies and tactics.

REFERENCES

1. Alekseev A.A., Gromova L.A. *Pojmite menya pravil'no, ili kniga o tom, kak najti svoj stil' myshleniya, effektivno ispol'zovat' intellektual'nye resursy i obresti vzaimoponimanie s lyud'mi* [Alekseev, A.A., Gromova, L.A. Understand me correctly, or the book to find your own style of thinking, to use your intellectual resources efficiently, and to reach mutual understanding with others]. St-Petersburg: Ekonomicheskaya shkola, 1993. 352 s. (In Russian)
2. Van Dejk T.A. *K opredeleniyu diskursa* [Van Dijk, T.A. On defining discourse]. [Elektronnyj resurs] Rezhim dostupa: <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.html>. (In Russian)
3. Vodak R. *Yazyk. Diskurs. Politika* [Vodak, R. Language. Discourse. Politics]. Volgograd: Peremena, 1997. 139 s. (In Russian)

4. Goffman E. Predstavlenie sebya drugim // *Sovremennaya zarubezhnaya social'naya psihologiya: Teksty* [Goffman, E. Presenting of yourself to others] / Pod red. G.M. Andreevoj, N.N. Bogomolovoj, L.A. Petrovskoj. M.: Izd-vo Mosk un-ta, 1984. S. 188–197. (In Russian)
5. Dajneko P.M. Diskursivnye strategii samoprezentacii v institucional'nom internet-obshchenii [Dajneko, P.M. Discourse strategies of self-presentation in institutional internet communication]: Dis. ... kand. filol. nauk. M.: Mosk. gos. lingv. un-t, 2011. 209 s. (In Russian)
6. Katanova E.N. Funkcional'nyj analiz samoidentificiruyushchih vyskazyvanij: na materiale amerikanskih i britanskih parlamentskih debatov [Katanova, E.N. Functional analysis of self-identifying utterances: based on the material of American and British parliamentary debates]: Dis... kandidata filol. nauk. Voronezh: Voronezhsk. gos. un-t, 2009. 224 s. (In Russian)
7. Kubrak T.A. Intentsional'nyj podhod k issledovaniyu samoprezentacii sub"ekta [Kubrak, T.A. An intentional approach to studying person's self-presentation] // *Materialy itogovoj nauchnoj konferencii Instituta psihologii RAN*. M.: Izd-vo «Institut psihologii RAN», 2008. S.132–143. (In Russian)
8. Mihajlova E.V. Tekhniki samoprezentacii v publicnom vystuplenii [Mihajlova, E.V. Techniques of self-presentation in public speaking]: Dis ... kandidata psihol. nauk. M.: Mosk. gos. un-t, 2005. 155 s. (In Russian)
9. Mishchuk O.N. Rechevoe vozdejstvie i samoprezentaciya: na materiale publicnyh vystuplenij [Mishchuk, O.N. Verbal influence and self-presentation: based on public speeches]: Dis. ... kand. filol. nauk. Tula: Tul'skij gos. un-t, 2013. 230 s. (In Russian)
10. Sokolova-Baush E.A. Samoprezentaciya kak faktor formirovaniya vpechatleniya o kommunikatore i recipiente [Sokolova-Baush, E.A. Self-presentation as a factor of forming an impression of a speaker and an addressee]: Dis ... kandidata psihol. nauk. M.: Moskovskij gos. un-t, 1999. 123 s. (In Russian)
11. Horoshih V.V. Psihologicheskie faktory uspešnosti samoprezentacii [Horoshih, V.V. Psychological factors of successful self-presentation]: Dis. ... kand. psihol. nauk. SPb: Sankt-Peterburgskij gos. un-t, 2001. 193 s. (In Russian)
12. Chernyshova A.P. Sredstva avtoprezentacii politikov v sovremenom anglijskom yazyke [Chernyshova, A.P. Means of auto-presentation of politicians in modern English]: Dis. ... kand.filol. nauk. Tambov: Tambovskij gos. un-t, 2011. 196 s. (In Russian)
13. Sheigal Ye.I. Semiotika političeskogo diskursa [Sheigal, Ye.I. The semiotics of political discourse]. M.: Gnozis, 2004. 324 s. (In Russian)
14. Bitzer L. The rhetorical situation // *Philosophy and Rhetoric*. 1968. Vol. 1. P. 1–14. (In English).

Received 03.12.2019

Mishchuk O.N., Candidate of Philology, Associate Professor at Department of Humanities
Plekhanov Russian University of Economics (Tula branch)
Prosp. Lenina, 53, Tula, Russia, 300000
E-mail: oksana_mishchuk@yahoo.com

Vasiliev L.G., Doctor of Philology, Head of Department of Linguistics and Foreign Languages
Tsiolkovsky Kaluga State University
St. Razina st., 26, Kaluga, Russia, 248000
E-mail: argumentation@mail.ru

Belova E.V., Candidate of Philology, Associate Professor at Department of Foreign and Russian Languages
Bauman Moscow State Technical University (Kaluga branch)
Bazhenova st., 2, Kaluga, Russia, 248000
E-mail: Helene-82@mail.ru