



Н. Б. Руженцева

Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия

ORCID ID: —  **E-mail:** verbalis@mail.ru.

Портреты политиков: типология и речевая организация

АННОТАЦИЯ. Данная статья посвящена жанровому корпусу современных политических портретов, которые исследуются с позиций их типологизации и речевой организации. Корпус политических портретов можно дифференцировать по разным основаниям. Во-первых, это собственно политические портреты, освещающие фигуру и деятельность политика в том или ином ракурсе, с той или иной степенью полноты, и речевые портреты, отражающие специфику речевой коммуникации. Во-вторых, это портреты-мемуары и журналистские портреты (рассказ о политике, интервью с ним). В-третьих, это портреты федеральных и региональных политиков. В-четвертых, это развернутые политические портреты и мини-портреты (слоганы-характеристики). Кроме того, можно выделить политические портреты в рамках одного семиотического ряда (вербального) и креолизованные портреты, созданные посредством двух семиотических рядов — вербального и визуального. Собственно политические портреты базируются прежде всего на категории оценки, поляризации «хорошего политика» и «плохого политика». Анализ речевых портретов политика ведется чаще всего с позиции их идиостилевых особенностей, которые во многом определяются выбранным имиджевым конструктом. Идиостиль формируют также мемы политиков и языковые табу, которые накладываются рядом законов и требованиями политкорректности. Анализ, как и проектирование книг (мемуаров) политика, может быть представлен через содержательную и формальную стороны. В свою очередь, журналистские портреты, транслируемые посредством различных СМИ, нуждаются в первую очередь в типологизации и систематизации. Только на материале массовых газет можно выделить более 20 разновидностей политического портрета, каждая из которых имеет оригинальную жанровую, речевую и прагматическую организацию. Среди политиков федерального уровня, портреты которых активно создаются СМИ, лидирует В. В. Путин. В настоящее время возросло внимание к портретированию региональных политиков и к научно-выявлению практических схем конструирования их образов. Что касается креолизованных портретов, то чаще всего в их центре находится прецедентный визуализированный образ известного политика прошлого или настоящего. Визуальный и вербальный семиотические ряды могут пересекаться, взаимодействовать, а их креативная комбинаторика позволяет авторам создать оригинальный, запоминающийся образ представителя власти. В целом основными тенденциями развития жанра политического портрета мы считаем: а) увеличение числа аспектов, в рамках которых раскрывается личность политика, интимизацию информации; б) увеличение количества жанровых вариантов; в) увеличение доли креолизованных портретов; г) использование в портретах форм комического — юмора, иронии, сарказма, пародирования, что особенно характерно для массовых СМИ.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: лингвоперсонология; политические деятели; политическая риторика; политические речи; СМИ; средства массовой информации; политические портреты; журналистика; креолизованные тексты; медиалингвистика; медиадискурс; медиатексты.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Руженцева Наталья Борисовна, доктор филологических наук, профессор кафедры межкультурной коммуникации, риторики и русского как иностранного, Уральский государственный педагогический университет; 620017, Россия, г. Екатеринбург, пр-т Космонавтов, 26, к. 285; e-mail: verbalis@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Руженцева, Н. Б. Портреты политиков: типология и речевая организация / Н. Б. Руженцева // Политическая лингвистика. — 2019. — № 5 (77). — С. 57-63. — DOI 10.26170/pl19-05-05.

БЛАГОДАРНОСТИ. Статья выполнена с финансовой поддержкой гранта РФФИ № 19-012-00465/19 «Лингво-политическая персонология: дискурсивный поворот».

Политическое портретирование рассматривается в рамках такого направления политической лингвистики, как лингвополитическая персонология. Она возникла на пересечении а) политической лингвистики [Будаев, Чудинов 2008; Чудинов 2012, 2013; Шейгал 2004 и др.], б) исследований языковой личности [Караулов 2010; Седов 2004 и др.], в) социально-речевого портретирования [Базылев 2005; Китайгородская, Розанова 1995 и др.]. Для анализа политических портретов в настоящее время используется целый корпус методов и методик, например

исследование образа политика посредством анализа ключевых слов [Соломатов 2005], аксиологическая характеристика образа политика [Грошева, Будаев 2017] и т. д. Однако количество и разнообразие политических портретов, транслируемых СМИ в последние годы, неуклонно увеличиваются. Как следствие, возникает необходимость в типологизации этой жанровой разновидности политического дискурса и ее системном описании.

Политические портреты можно классифицировать по разным основаниям. По одному основанию это 1) собственно полити-

ческие портреты, освещающие фигуру и деятельность политика в том или ином ракурсе, с той или иной степенью полноты; 2) речевые портреты, отражающие специфику речевой коммуникации того или иного политика. По другому (жанровому) основанию это 1) портреты-мемуары (книги: воспоминания о политике; воспоминания самого политика); 2) журналистские портреты (тексты СМИ: рассказ о политике; интервью с политиком). По третьему основанию выделяются 1) портреты федеральных политиков и 2) портреты региональных политиков. Наконец, можно указать 1) политические портреты — развернутые тексты и 2) мини-портреты — слоганы, и прежде всего такую их разновидность, как слоган-характеристика. Кроме того, есть политические портреты в рамках только одного семиотического ряда — вербального, и креолизованные политические портреты, созданные при участии двух семиотических рядов — вербального и визуального. Остановимся на каждой группе политических портретов и на методиках, используемых для их исследования. На методиках анализа необходимо остановиться потому, что с их применением выявляются практические схемы конструирования образа политика, транслируемого в дальнейшем посредством того или иного носителя.

1. СОБСТВЕННО ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОРТРЕТЫ

Представляют фигуру политика в том или ином ракурсе, с той или иной степенью полноты, базируются прежде всего на категории оценки [Суздальцева 2012]. Характеристики положительного образа политика:

- деловые качества;
- разносторонность, широта интересов и взглядов;
- современность;
- человечность;
- это личность героического типа;
- эта личность вписана в традиционный национальный контекст;
- это личность, близкая по своим интересам и увлечениям тому, что свойственно сейчас среднестатистическому жителю России;
- это личность раскрепощенного типа [Там же: 326].

В свою очередь, негативный образ политика создается «за счет использования всех тех разрядов слов, в которых присутствует сема негатива. Здесь особенно выделяются эффективная инвективная лексика: оценочные слова, слова с отрицательными коннотациями, оценочные метафоры, слова-жупелы» [Там же: 327]. Как отмечает

В. Н. Суздальцева, «слово „чиновник“ постоянно обрастает негативно-оценочными коннотациями — это коррумпированность, продажность, начетничество, бюрократизм, формализм, черствость, жестокосердие, пренебрежительность (в отношении к просителям), нерадивость, лень, эгоизм, карьеризм, корыстность, взяточничество, произвол, самодурство, нерасторопность, волокита, пренебрежительное отношение к своим служебным обязанностям» [Там же: 327—328]. Кроме того, «в оценке образа „плохого“ политика обращает на себя внимание тот факт, что на первый план выходят характеристики не просто плохого лидера, а более объемного образа плохого человека: глупый, вялый, отталкивающий, плохой семьянин. Образ „плохого“ политика формируется с позиций „плохой — хороший человек“. Образ же хорошего политика строится, прежде всего, с позиций лидерства (качеств, присущих лидеру)» [Матвеева, Замская 2012: 333].

В целом категория оценки активно реализуется в большинстве жанровых разновидностей политического портрета.

2. РЕЧЕВЫЕ ПОРТРЕТЫ

Одна из самых популярных методик анализа речевого портрета политика разработана красноярскими исследователями. Она включает а) содержательное основание: 1) концепты, используемые в функции ключевых слов; 2) лозунги; 3) модель настоящего; 4) модель будущего; 5) модель прошлого [Ермаков, Ким, Михайлова, Осетрова, Суховольский 2004: 290]; б) коммуникативное основание: «...умеет ли говорить, читает по бумажке или нет, готов вступить в диалог или нет, врет или говорит правду; агрессивный, властный или либеральный, мягкий» и др. [Там же: 293].

Наиболее интересны в речевых портретах политиков, на наш взгляд, их идиостилевые особенности и сочетание при выстраивании речи политических традиций и современной манеры общения. Социолингвист Максим Кронгауз, автор книги «Русский язык на грани нервного срыва», в интервью информационному portalу «Лента.ру» относит к сказанному:

а) возвращение негативно-оценочной лексики, ярлыков: «Существовали хорошие слова для описания нашей власти и слова плохие, подогревающие ненависть к противнику. Прием возвращается. Это ярко проявляется в беседах на тему украинского конфликта. Причем транслируется с телевизионных экранов» [Кронгауз 2014];

б) подмену понятий: «Порой от депутатов звучат абсурдные предложения: вместо ла-

геря для мигрантов говорить — места временного содержания. Подмена понятий — тоже пропаганда? — Разные приемы, но из одного набора... В свое время кто-то предлагал заменить слово „реформы“ на „действия, улучшающие что-то“. Логика: реформ боятся, а действий не будут» [Там же];

в) бюрократизмы, используемые сравнительно молодыми политиками: «Когда бюрократизмами образца 70-х — 80-х годов говорят опытные чиновники, еще можно сослаться на их ностальгию по старым временам. Но почему этот стиль востребован у юных политиков? — Ответ простой: молодым людям предъявляются некие образцы, которые они подхватывают» [Там же].

Штамп заменяет способность мыслить, экономит речевые усилия. Штапованность речи особенно проявляется в слоганах — предвыборных лозунгах, которые во многом строятся на так называемом «конструкторе качеств» — стандартном наборе слов, посредством которых создаются миниатюрные политические портреты-характеристики. Разновидностями политических мини-портретов можно считать:

– номинации политика и его личностные атрибуты:

Человек дела — спортивный дух и крепкое тело;

– номинации и профессиональные атрибуты:

Настоящий директор;

– номинации и идеологические ориентации:

Народный Губернатор;

– номинации и указания на территориальное свойство:

– *Парень из нашего двора* [Руженцева 2015].

Термин «конструктор» в политическом дискурсе пересекается с термином «конструкт». В связи с этим следует подчеркнуть роль имиджевых конструктов, используемых СМИ для создания образов политиков и образа власти в целом: «1. Российские масс-медиа периода постперестройки выработали новый для отечественной журналистики корпус вербальных средств (имиджевых конструктов), с помощью которых в континууме „власть“ создается образ власти. 2. В текстах данного периода обозначились два диаметрально противоположных образа власти. В значительной степени различие между ними обусловлено характером тех имиджевых конструктов, к которым обращаются журналисты» [Суздальцева 2012: 325]. Специфика имиджевого конструкта во многом определяет идиостилевую специфику речи политика (эта связь ясно видна при

анализе речи некоторых политиков, например, В. Жириновского), как определяют ее и мемы, подхватываемые Интернетом и печатными СМИ.

Мемы политиков могут приобретать форму афоризмов: *Хотели как лучше, а получилось как всегда* (В. Черномырдин); *Мы вам покажем кузькину мать* (Н. Хрущев); *Делиться надо* (Б. Лифшиц) и др.

Кроме того, на речь политиков влияют языковые табу, которые накладываются некоторыми законами и моральными стандартами, в частности законами об экстремизме и требованиями политкорректности. Отмечены случаи влияния речи первых лиц государства и даже копирования их ошибок (Хрущев: *социализМ, коммуниЗМ*; постоянное повторение слова «консенсус» за М. Горбачевым; отметим при этом, что стяжения в речи Б. Ельцина — *пониМАШЬ* вместо *пониМАЕШЬ* — другими политиками не воспроизводились).

По поводу влияния на политическую коммуникацию речевой манеры В. Путина М. Кронгауз говорит следующее: «Путин задал моду на речевую манеру. Он использовал лингвистический прием снижения речи, с помощью которого достигает некоей „свойскости“ с собеседником... В том и вся суть, что в целом он говорит правильно и гладко. И когда вдруг употребляет какое-то нелитературное (например, жаргонное. — *Н. Р.*) слово, тут же все обращают внимание. Появился даже термин для обозначения этих цитат — „путинки“. Журналисты уже ждут от него таких фраз. Интеллигенция раздражается, так как в обществе существует стереотип, что официальное лицо должно говорить гладко и правильно. Впрочем, до этого идеала не дотягивал ни один руководитель государства после революции» [Кронгауз 2014].

3. ПОРТРЕТЫ — МЕМУАРЫ (книги) и ЖУРНАЛИСТСКИЕ ПОРТРЕТЫ (тексты СМИ)

Примерами политических портретов-мемуаров от лица политика являются книги Б. Ельцина «Исповедь на заданную тему», В. Жириновского «Президентский марафон», а также книги А. Лебедева, Б. Немцова, П. Романова, И. Рыбкина, А. Собчака.

Однако бывают и политические мемуары, написанные от 3-го лица, например, от имени пресс-секретарей политиков В. Костикова («Роман с президентом») и А. Бархатова.

Проектирование мемуаров политика любого типа может быть представлено через содержательную и формальную стороны

сочинения. Содержательная сторона включает концепты, модель настоящего, модель прошлого, модель будущего, лозунги. Формальная сторона политических мемуаров включает состав участников коммуникации и их роли, речевую стратегию развертывания политического дискурса, фактуру и жанровый состав текстов, а также кодекс речевого поведения политика [Ермаков, Ким, Михайлова, Осетрова, Суховольский 2004: 315].

В свою очередь, политические портреты, соотносимые с **журналистскими** текстами, являются в настоящий момент малоизученными, хотя в их речевой и полисемiotической организации реализуется креативный потенциал современных СМИ. Прежде всего необходимо, на наш взгляд, исследовать все пополняющийся корпус жанровых разновидностей журналистских политических портретов. Назовем лишь их малую часть, выявленную нами на материале популярных печатных СМИ:

- политический портрет — интервью;
- портрет-прогноз;
- портрет-комментарий;
- портрет-отзыв;
- мини-портрет;
- портрет в стихах;
- портрет-опровержение;
- психологический портрет;
- сопоставительный портрет («раньше» и «сейчас»);
- портрет-расследование;
- треш-портрет (эпатажного характера);
- портрет-биография;
- постпортрет политика (по окончании срока его полномочий на высокой должности);
- кинестетический портрет (мимика, жесты, позы, движения политика) и др.

Заметим, что только лишь на материале массовых печатных СМИ нами выделено более 20 разновидностей политического портрета, которые нуждаются в системном описании.

4. ПОРТРЕТЫ ПОЛИТИКОВ ФЕДЕРАЛЬНОГО И РЕГИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ

Несомненным лидером в корпусе портретов политиков **федерального** уровня является В. В. Путин. Его образ исследуется с помощью целого ряда методов и методик, в том числе посредством метода психосемантического шкалирования, «позволяющего наиболее полно — как на уровне сознания, так и на уровне подсознания — выявить категории, по которым строится и существует образ в сознании определенной социальной группы» [Матвеева, Замская 2012: 331]. Интересной является методика анализа аксио-

логического портрета В. В. Путина, созданная Э. В. Будаевым и А. В. Грошевой. Она включает:

- оценку рейтинга и шансов на победу;
- этическую оценку;
- интеллектуальную оценку;
- эстетическую оценку;
- утилитарную оценку;
- нормативную оценку;
- телеологическую оценку;
- оценку профессионализма;
- оценку политического статуса [Грошева, Будаев 2017].

Кроме этого, для портретирования федеральных политиков используются коммуникативно-прагматический метод, анализ креолизованных сообщений, количественный анализ текстов; анализ стратегий и тактик в речи политика, а также группа когнитивных и психолингвистических методов.

Портреты политиков **регионального уровня** получают в последнее время все большее распространение в СМИ. Кроме того, почти в каждом регионе России есть исследователи, занимающиеся портретами региональных политиков (бывшего екатеринбургского мэра Е. Ройзмана, красноярских губернаторов В. М. Зубова и А. Лебеда, председателя краевого законодательного собрания А. В. Усса и др.). Речевой портрет регионального политика чаще всего исследуется посредством анализа идиостилевой специфики его высказываний, а политический (журналистский портрет) — по целому ряду методик. Интересной является методика, предложенная О. В. Ильиной и Д. А. Комаровым, которые на материале более чем 100 текстов СМИ выявили целый ряд практических схем конструирования образа политика, а именно:

- практики отбора персонажа;
- практики номинации персонажа;
- практики описания персонажа;
- практики биографической идентификации;
- практики описания отношений между персонажами;
- практики описания внешности персонажей;
- практики конструирования институциональной роли [Ильина, Комаров 2015: 100—105].

Расширение репертуара форм политического портрета происходит сейчас за счет Интернета и массовых газет (популярных изданий): «Постепенный упадок телевидения, рост влияния Интернета, социальных сетей и печатных изданий — вот главная тенденция, зафиксированная социологами „Левада-центра“» [Самохин 2019]. Этот же центр зафиксировал рост популярности российской прессы у массового адресата: «Ана-

литический центр Юрия Левады выпустил отчет „Российский медиаландшафт“, который показывает, откуда граждане сегодня черпают информацию о происходящем в стране и мире. Говоря о печатных СМИ, авторы исследования отмечают: „Наиболее популярными изданиями на протяжении последних лет являются „Аргументы и факты“ (10 % граждан РФ), „Комсомольская правда“ (8 %), „Российская газета“ (5 %), „Известия“ и „Московский комсомолец“ (по 4 %). Деловые издания, такие как „Коммерсантъ“ и „Ведомости“, имеют аудиторию 1—12 %“» [Какая газета в России самая читаемая? <http://>].

Однако, чтобы добиться роста популярности, массовые издания вынуждены искать все новые формы взаимодействия с адресатом, это касается и жанра политического портрета. Приведем краткие политические портреты украинских политических лидеров, созданные в стихотворной форме с использованием ярлыков (ярлыки в цитируемом стихотворении Сергея Пономарева выделены полужирным курсивом):

Ненька, гідна и свидома,
Миру вибор свой покажь:
Во главу хотят дурдома
Шут, воровка и алкаш...

Это ж раньше были **клоны** —
Кучма, Янык, Ющ в прыщах,
А теперь пусть будет **клоун**,
Гривну в чарке полоща...

Но есть **зэчка и лишенка** —
Воспитал днепровский клан,
Это Юля Тимошенко,
А в девичестве Григян.

Присосавшись к газу ловко,
Завернув шиньон в косу,
Юля, **ушлая воровка**,

Пела всем: „Я вас спасу!“...
Может зря? Вопрос решен-то,
Выборы лишь сбросят пар?

В президентах Порошенко,
Шоколадный олигарх... И т. д.

[Пономарёв 2019]

Расширился репертуар и креолизованных политических портретов. Так, лишь в одном газетном номере (Экспресс-газета. 2019. № 32 (1277)) размещены 2 креолизованных политических портрета. Первый — это динамический портрет В. В. Путина с 1999 по 2019 г. Портрет имеет заголовок: «20 ЛЕТ СПУСТЯ. Как страна изменилась за время правления Владимира Путина». Визуальный ряд представлен прецедентным образом В. В. Путина и подборкой фотографий, иллюстрирующих российскую жизнь до его вступления в должность президента и в настоящее время. Кроме того, составляющей визуального ряда является группа эмблем,

манifestирующих знаковые события, произошедшие в России с 1999 по 2019 годы (см. пример на рис.).



2010 Подписан закон
о создании инновационного центра
«Сколково»

Вербальный ряд в данном креолизованном портрете организован по аналогии с визуальным и дополняет его информацией сопоставительного характера (положение дел в России до Путина и сейчас) и комментариями к эмблемам.

Второй креолизованный портрет — это портрет Наполеона Бонапарта, в котором визуальный ряд представлен прецедентным образом Наполеона и изображениями предметов (например, шпаги императора, его бокала, сделанного из черепа графа Калиостро, и т. д.). Вербальный ряд в этом портрете раскрывает визуальный — небольшие фрагменты текста содержат малоизвестную информацию о жизни и предпочтениях Наполеона, например:

РУКИ

В молодые годы по бедности носил дырявые перчатки, поэтому привык прятать руку за пазуху. Позже возникла версия, что эта поза — тайное масонское послание. Верил, что имеет дар целительства. В Сирии посетил чумной госпиталь и прикасался к больным солдатам, „врачуя“ их.

Основными тенденциями развития жанра политического портрета мы считаем а) увеличение аспектов, в рамках которых раскрывается личность политика, интимизацию информации; б) увеличение числа жанровых вариантов; в) увеличение доли креолизованных портретов; г) постоянное использование форм комического — юмора, иронии, сарказма, пародирования, что особенно характерно для массовых СМИ. Что касается системы методов и методик анализа политических портретов, то с уверенностью можно утверждать, что последняя должна иметь научное обоснование и отражать образ политика не только в статике, но и в динамике, т. е. служить для исследования трансформаций образа политика в течение определенного времени.

ЛИТЕРАТУРА

1. Базылев В. Н. Политический дискурс в России // Изв. УрГПУ. Лингвистика. 2005. Вып. 15. С. 5—32.
2. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Зарубежная политическая лингвистика / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2008. 248 с.
3. Грошева А. В., Будаев Э. В. Аксиологический портрет В. В. Путина в немецкой прессе // Один пояс — один путь.

Лингвистика взаимодействия / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2017. С. 49—51.

4. Ермаков С. В., Ким И. Е., Михайлова Т. В., Осетрова Е. В., Суховольский С. В. Власть в русской языковой и этнической картине мира. — М.: Знак, 2004. 408 с.

5. Ильина О. В., Комаров Д. А. Конструирование образа политика в медиатексте (на примере кампании по выборам мэра Екатеринбурга 2013 г.) // Политическая лингвистика: проблематика, методология, аспекты исследования и перспективы развития научного направления / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2015. С. 99—105.

6. Какая газета в России самая читаемая? [Электронный ресурс] // Аргументы и факты. 2019. № 32. URL: https://aif.ru/society/media/kto_lidinet_v_rossijskom_reytinge_pечатnyh_izdaniy.

7. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. — М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 264 с.

8. Китайгородская М. Н., Розанова Н. Н. Русский речевой портрет : хрестоматия. — М.: Наука, 1995. 128 с.

9. Кронгауз М. «Слова ненависти заменяют аргументы» [Электронный ресурс] : интервью // Lenta.ru. 2014. 28 нояб. URL: <https://lenta.ru/articles/2014/11/28/language>.

10. Матвеева Л. В., Замская М. Д. Роль журналистики в трансформации образа политика в современном мире // Язык СМИ и политика. — М.: МГУ, 2012. С. 320—255.

11. Пономарёв С. Выборы на Украине: шут, воровка и алкаш... [Электронный ресурс] // Экспресс-газета. 2019. № 13. URL: <https://www.eg.ru/politics/716348-vybory-na-ukraine-shut-vorovka-i-alkash/>.

12. Руженцева Н. Б. Речевой жанр: портрет в контексте дискурса (к вопросу о методике описания) // Политическая лингвистика. 2015. № 1 (51). С. 44—58.

13. Самохин М. Россияне поумнели и отказываются от ТВ в пользу газет [Электронный ресурс] // Экспресс-газета. 2019. № 31 (1276). URL: <https://www.eg.ru/society/762695-rossiyane-poumneli-i-otkazyvayutsya-ot-tv-v-polzu-gazet/>.

14. Седов К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции. — М.: Лабиринт, 2004. 320 с.

15. Соломатов С. И. Ключевые слова в журналистском портрете политика и предпринимателя : автореф. дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург 2005. 22 с.

16. Суздальцева В. Н. Образ власти в современных российских СМИ // Язык СМИ и политика. — М.: МГУ, 2012. С. 284—327.

17. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии / Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2013. 176 с.


18. Чудинов А. П. Политическая лингвистика. — М.: Флинта : Наука, 2012. 256 с.

19. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса. — М.: Гнозис, 2004. 326 с.

N. B. Ruzhentseva

Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia

ORCID ID: — 

 **E-mail:** verbalis@mail.ru.

Portraits of Politicians: Typology and Verbal Organization

ABSTRACT. *The article deals with the genre corpus of modern political portraits which are studied from the point of view of their typologization and verbal organization. The corpus of political portraits can be differentiated on various principles. First, these are political portraits proper showing the figure and activity of the politician from a certain perspective, in a more or less complete way, and verbal portraits reflecting the specificity of verbal communication. Second, these are portraits-memoires and journalistic portraits (a narration about a politician, an interview with them). Third, these are portraits of federal and regional politicians. Fourth, these are detailed political portraits and mini-portraits (slogans-characteristics). Finally, it is possible to single out political portraits within the frames of a single semiotic row (verbal) and creolized portraits created with the help of two semiotic rows – verbal and visual. Political portraits proper are based primarily on the category of evaluation and polarization of a “good politician” and a “bad politician”. Analysis of the verbal portraits of politicians is often conducted from the position of their idiosyncratic peculiarities which are, to a large extent, determined by the chosen image construct. Idiostyle is also formed by the memes of politicians and language taboos imposed by a number of laws and requirements of political correctness. Both analysis and preparation for publication of books (memoires) of a politician can be approached via form or content. In their turn, journalistic portraits translated through various media outlets need typologization and systematization in the first place. It is possible to single out more than 20 kinds of political portraits on the material of mass newspapers alone, each of which has an original genre, verbal and pragmatic organization. V. V. Putin takes the lead among all politicians of the federal level whose portraits are actively created by mass media. Nowadays, we see a growing interest in the study of the portraits of regional politicians and in the scientific detection of the practical schemes of their image construction. As far as creolized portraits are concerned, they are more often than not built around a precedent visualized image of a famous politician of the past or the present. The visual and verbal semiotic rows may intersect each other, complete each other, and their creative combinability allows the authors to make up an original memorable image of a statesman. In general, the author of the article highlights the following tendencies of development of the genre of political portrait: a) increase in the number of aspects within the frames of which the politician’s personality is described, intimidation of information; b) increase in the number of genre variants; c) increase in the percentage of creolized portraits; d) use of the comic forms in the portraits – humor, irony, sarcasm, parody – which is especially typical of popular mass media.*

KEYWORDS: *linguopersonology; politicians; political rhetoric; political speeches; mass media; political portraits; journalism; creolized texts; media linguistics; media discourse; media texts.*

AUTHOR’S INFORMATION: *Ruzhentseva Natal’ya Borisovna, Doctor of Philology, Professor of Department of Intercultural Communication, Rhetoric and Russian as a Foreign Language, Ural State Pedagogical University, Ekaterinburg, Russia.*

FOR CITATION: *Ruzhentseva, N. B. Portraits of Politicians: Typology and Verbal Organization / N. B. Ruzhentseva // Political Linguistics. — 2019. — No 5 (77). — P. 57-63. — DOI 10.26170/pl19-05-05.*

ACKNOWLEDGMENTS. *Research is accomplished with financial support of the Russian Foundation for Basic Research (RFBR) grant № 19-012-00465/19 “Linguo-Political Personology: A Discursive Approach”.*

REFERENCES

1. Bazylev V. N. Political Discourse in Russia // Proceedings of USPU. Linguistics. 2005. Issue. 15. P. 5—32. [Politicheskii diskurs v Rossii // Izv. UrGPU. Lingvistika. 2005. Vyp. 15. S. 5—32]. — (In Rus.)
2. Budaev E. V., Chudinov A. P. Foreign Political Linguistics / Ural. State Ped Univ. — Ekaterinburg, 2008. 248 p. [Zarubezhnaya politicheskaya lingvistika / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2008. 248 s.]. — (In Rus.)
3. Grosheva A. V., Budaev E. V. Axiological Portrait of V. V. Putin in the German Press // One Belt — One Way. Linguistics of Interaction / Ural. State Ped. Univ. — Ekaterinburg, 2017. P. 49—51. [Aksiologicheskii portret V. V. Putina v nemetskoj presse // Odin poyas — odin put'. Lingvistika vzaimodeystviya / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2017. S. 49—51]. — (In Rus.)
4. Ermakov S. V., Kim I. E., Mikhaylova T. V., Osetrova E. V., Sukhovol'skiy S. V. Power in the Russian Language and Ethnic Picture of the World. — Moscow : Sign, 2004. 408 p. [Vlast' v russkoy yazykovoy i etnicheskoy kartine mira. — M. : Znak, 2004. 408 s.]. — (In Rus.)
5. Il'ina O. V., Komarov D. A. Designing the Image of a Politician in a Media Text (for example, the campaign for the election of the mayor of Yekaterinburg in 2013) // Political Linguistics: problems, methodology, research aspects and prospects for the development of the scientific direction / Ural State Ped. Univ. — Ekaterinburg, 2015. P. 99—105. [Konstruirovaniye obraza politika v mediatekste (na primere kampanii po vyboram mera Ekaterinburga 2013 g.) // Politicheskaya lingvistika: problematika, metodologiya, aspekty issledovaniya i perspektivy razvitiya nauchnogo napravleniya / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2015. S. 99—105]. — (In Rus.)
6. What is the Most Widely Read Newspaper in Russia? [Electronic resource] // Arguments and Facts. 2019. No. 32. [Kakaya gazeta v Rossii samaya chitaemaya? // Argumenty i fakty. 2019. № 32]. URL: https://aif.ru/society/media/kto_lidruet_v_rossiysko_m_reytinge_pechatnyh_izdaniy. — (In Rus.)
7. Karaulov Yu. N. Russian Language and Linguistic Personality. 7th ed. — Moscow : Publ. House of LCI, 2010. 264 p. [Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'. Izd. 7-e. — M. : Izd-vo LKI, 2010. 264 s.]. — (In Rus.)
8. Kitaygorodskaya M. N., Rozanova N. N. Russian Speech Portrait : anthology. — Moscow : Science, 1995. 128 p. [Russkiy rechevoy portret : khrestomatiya. — M. : Nauka, 1995. 128 s.]. — (In Rus.)
9. Krongauz M. "Hate Words Replace Arguments" [Electronic resource] : interview // Lenta.ru. 2014. 28 Nov. [«Slova nenavisti zamenyayut argumenty» [Elektronnyy resurs] : interv'yu // Lenta.ru. 2014. 28 noyab.]. URL: https://lenta.ru/articles/2014/11/28/lan_guage. — (In Rus.)
10. Matveeva L. V., Zamskaya M. D. The Role of Journalism in Transforming the Image of a Politician in the Modern World // Media Language and Politics. — Moscow : Moscow State Univ., 2012. P. 320—255. [Rol' zhurnalistiki v transformatsii obraza politika v sovremennom mire // Yazyk SMI i politika. — M. : MGU, 2012. S. 320—255]. — (In Rus.)
11. Ponomarev S. Elections in Ukraine: Jester, Thief and Drunk ... [Electronic resource] // Express Newspaper. 2019. No 13. [Vy-bory na Ukraine: shut, vorovka i alkash... // Ekspres-gazeta. 2019. № 13]. URL: <https://www.eg.ru/politics/716348-vybory-na-ukraine-shut-vorovka-i-alkash/>. — (In Rus.)
12. Ruzhentseva N. B. Speech Genre: a Portrait in the Context of Discourse (to the Problem of Methods of Description) [Rechevoy zhanr: portret v kontekste diskursa (k voprosu o metodike opisaniya) // Politicheskaya lingvistika. 2015. № 1 (51). S. 44—58]. — (In Rus.)
13. Samokhin M. Russians Wisen and Abandon TV in Favor of Newspapers [Electronic resource] // Express Newspaper. 2019. No 31 (1276). [Rossiyane poumneli i otkazyvayutsya ot TV v pol'zu gazet // Ekspres-gazeta. 2019. № 31 (1276)]. URL: <https://www.eg.ru/society/762695-rossiyane-poumneli-i-otkazyvayutsya-ot-tv-v-polzu-gazet/>. — (In Rus.)
14. Sedov K. F. Discourse and Personality: the Evolution of Communicative Competence. — Moscow : Labyrinth, 2004. 320 p. [Diskurs i lichnost': evolyutsiya kommunikativnoy kompetentsii. — M. : Labirint, 2004. 320 s.]. — (In Rus.)
15. Solomatov S. I. Keywords in the Journalistic Portrait of a Politician and Entrepreneur : synopsis of thesis ... of Cand. of Philol. Sciences. — Ekaterinburg, 2005. 22 p. [Klyucheve slova v zhurnalistikom portrete politika i predprinimatel'ya : avtoref. dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg 2005. 22 s.]. — (In Rus.)
16. Suzdal'tseva V. N. The Image of Power in Modern Russian Media // Language of the media and politics. — Moscow : Moscow State Univ., 2012. P. 284—327. [Obraz vlasti v sovremennykh rossiyskikh SMI // Yazyk SMI i politika. — M. : MGU, 2012. S. 284—327]. — (In Rus.)
17. Chudinov A. P. Essays on Contemporary Political Metaphorology / Ural State Ped. Univ. — Ekaterinburg, 2013. 176 p. [Ocherki po sovremennoy politicheskoy metaforologii / Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2013. 176 s.]. — (In Rus.)
18. Chudinov A. P. Political Linguistics. — Moscow : Flinta : Science, 2012. 256 p. [Politicheskaya lingvistika. — M. : Flinta : Nauka, 2012. 256 s.]. — (In Rus.)
19. Sheigal E. I. Semiotics of Political Discourse. — Moscow : Gnosis, 2004. 326 p. [Semiotika politicheskogo diskursa. — M. : Gnozis, 2004. 326 s.]. — (In Rus.)