

**И. В. Култышева** I. V. Kultysheva  
Нижний Тагил, Россия Nizhny Tagil, Russia

**РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ  
УДЕРЖАНИЯ ВЛАСТИ  
В ПРЕДВЫБОРНОЙ ЛИСТОВКЕ**

**REALIZATION OF THE STRATEGY  
OF THE RETENTION OF POWER  
IN AN ELECTION LEAFLET**

**Аннотация.** Анализируется стратегия удержания власти, характерная для политиков, повторно избирающихся в органы власти, рассматриваются ключевые тактики данной стратегии. Типичными тактиками являются тактика признания существования проблем, тактика акцентирования положительной информации, тактика разъяснения, тактика комментирования и др. Их умелое использование способствует формированию чувства доверия к своим лидерам.

**Abstract.** The strategy of retaining power is analysed, which is typical of politicians, re-elected to the authorities. The key tactics of this strategy are examined. Typical tactics are tactic of admission of problems, emphasizing the positive information tactic, tactic of explanations, comments and other tactics. A skillful use of these tactics contributes to a sense of confidence for voters in their leaders.

**Ключевые слова:** стратегия; тактики; листовка; удержание власти; выборы.

**Key words:** strategy; tactics; leaflet; the retention of power; elections.

**Сведения об авторе:** Култышева Ирина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры филологического образования и массовых коммуникаций.

**About the author:** Kultyshcheva Irina Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of the Chair of Philological Education and Mass Communication.

Место работы: Нижнетагильская государственная социально-педагогическая академия.

Place of employment: Nizhny Tagil State Social Pedagogical Academy.

**Контактная информация:** 622031, г. Нижний Тагил, ул. Красногвардейская, д. 57.  
e-mail: chur-irina@yandex.ru.

Языковое поведение субъекта в предвыборный период представляет собой сложное, многогранное явление. В борьбе за удержание власти политики используют все доступные средства, а авторы политических текстов тщательно отбирают стратегии и тактики воздействия. Специалисты рассматривают ситуацию общения в предвыборный период, когда каждой политической партии нужна только победа, как военные действия. Поэтому пришедшие в риторику из области военного искусства термины «стратегия» и «тактика» адекватны в ситуации борьбы за власть. Актуальность термина «стратегия» в лингвистике сопровождается отсутствием его общепринятой интерпретации, а также единой классификации типов стратегий.

Политики, повторно избирающиеся во власть, используют несколько иные средства, чем первично баллотирующиеся кандидаты и партии. Данный факт позволяет выделить стратегию удержания власти. Целью стратегии удержания власти является сохранение и стабилизация посредством различных тактик и приемов лидирующих позиций во власти. Данная стратегия позволяет интерпретировать нужную информацию, преподнести ее в эмоционально выгодном для политического лидера ключе, учитывая реалии

новой избирательной кампании и набор тактик, с помощью которых была достигнута победа в прошлый раз.

Всего нами было рассмотрено 400 листовок, из которых выделено 240 листовок, реализующих стратегию удержания власти.

Стратегия удержания власти используется в основном лидерами партий при информировании граждан о важнейших событиях социальной, экономической и политической жизни. Эта стратегия раскрывает в первую очередь авторское понимание явлений, фактов, событий.

Однако следует отметить, что цель «информирования» напрямую связана с желанием сформировать при этом положительное или отрицательное отношение адресата к чему-либо или изменить его мировоззрение, повлиять на его образ мыслей.

Данная стратегия позволяет политическому субъекту *интерпретировать* нужную информацию для сохранения лидирующих позиций во власти и закрепления их.

Функции стратегии удержания власти:

- привлечение внимания;
- убеждение аудитории в правильности ранее поставленных проблем и предложенных путей их решений;
- законность политической власти, связанная с оправданием, признанием и приня-

Работа выполнена в рамках гранта МК-2720.2013.6 «Убеждение и доказательство в современном политическом дискурсе».

© Култышева И. В., 2014

тием существующего политического режима гражданами государства.

Рассмотрим типичные тактики стратегии удержания власти.

**Тактика признания существования проблемы.** Основная задача тактики признания существования проблемы — сформировать прогнозируемое отношение адресата к ситуации в стране, вызвать его доверие, представляя и интерпретируя информацию в нужном для политика свете.

Во время переизбытка однотипной рекламы, тем более политической, листовка с использованием такой тактики имеет больше шансов заинтересовать читателя и быть прочитанной.

Тактика признания существования проблемы реализуется в следующих приемах.

**Прием 1. Констатация проблемы** («есть», «не изменилась», «не сдвинулась»):

1) **О наших проблемах** (листовка В. Путина);

2) **Есть очень много проблем** (листовка Д. Медведева);

3) *К сожалению, за последние два года, несмотря на активный прирост жилья, ситуация по обозначенным направлениям коренным образом не изменилась* (листовка Д. Медведева);

4) **Такая проблема существует** (листовка В. Путина);

5) **У города много проблем, давайте решать их вместе!** (листовка ЛДПР).

**Прием 2. Конкретизация или развертывание проблемы** (коррупция, нищета):

1) **Взятничество возникает даже не потому, что ответили отказом, а потому, что „замотали“ и не ответили вообще. А потом отказали, потому что прошло время...** (листовка Г. Томчина);

2) **Стране нужно умное и честное правительство как можно скорее** (листовка партии «Яблоко»);

3) **Мы знаем проблемы** Замоскворечья — пробки на улицах, цены в магазинах, ветхий жилой фонд. Мы не обещаем, что эти проблемы можно решить на районном уровне, но мы всегда будем отстаивать интересы жителей (листовка Е. Бабенко и А. Елистратова).

**Прием 3. Высказывания, содержащие оценочные прилагательные в сочетании с именами существительными** («большая проблема», «главная беда», а также устойчивые выражения русского языка, например, «мертвая точка»):

1) **Еще одна большая проблема** — это рост цен (листовка Д. Медведева);

2) **Наша первая и самая главная проблема** — ослабление воли. Потеря государственной воли и настойчивости в дове-

дении начатых дел до конца (листовка В. Путина);

3) **И, наконец, есть еще одна большая проблема: мы очень плохо представляем себе, каким ресурсом сегодня владеем** (листовка В. Путина);

4) **Практически не сдвинулся с „мертвой точки“ и процесс предоставления федеральных земель под жилищное строительство** (листовка Д. Медведева).

Таким образом, основным приемом тактики признания проблемы является прием констатации. Может быть, связано это с тем, что, признав наличие проблемы, политический лидер или партия не должны называться виновных.

Нужно отметить, что тактика признания существования проблемы свойственна авторитетным личностям с хорошей репутацией. На наш взгляд, указание проблемы без предложения или намерения решить ее не принесет кандидату, неизвестному общественности, желаемого результата.

**Тактика акцентирования положительной информации.** Тактика акцентирования

положительной информации должна показать аудитории основные положительные качества политика, его успехи в трудовой деятельности и, самое главное, достижения, принесшие пользу народу. Данная тактика призвана зарекомендовать кандидата как человека, которому можно доверять, который подкрепил слова действием. Тактика акцентирования положительной информации выражается эксплицитно, через использование слов положительной оценочности.

Чаще всего данный прием используют в **биографических листовках**.

Как правило, при написании биографической листовки авторы следуют анкетному принципу: в хронологическом порядке расположены основные события из жизни кандидата.

Задача биографической листовки — представить кандидата избирателям в наиболее выгодном свете.

**Прием 1. Акцентирование в листовке биографических данных:**

1) **После окончания института работал инженером.** С 1976 по 1982 годы — заведующий отделом Научно-исследовательского института комплексного развития народного хозяйства г. Москвы. 1982—1987 гг. — заместитель, первый заместитель председателя исполкома Бауманского райсовета г. Москвы. 1987—1989 гг. — секретарь Бауманского районного комитета КПСС. 1989—1990 гг. — председатель Бауманского райисполкома г. Москвы. 1990—1991 гг. — председатель

Бауманского райсовет, заместитель председателя Моссовета. В 1991 году Н. Н. Гончар избирается председателем Моссовета и возглавляет его вплоть до октября 1993 г. На этом посту Н. Н. Гончар последовательно отстаивал социальную направленность проводимых экономических реформ... В 1993 г. — депутат Совета Федерации от Москвы, председатель Комитета по бюджету, банкам и финансам. С 1995 года по настоящее время — депутат Государственной Думы по Центральному №202 избирательному округу г. Москвы. Работает в комитете по бюджету (листочка Н. Гончара);

2) **Русский, коренной москвич... житель района „Бибирево“ с 1982 года. Депутат Муниципального собрания „Бибирево“ с 2004 года по настоящее время, председатель комиссии по экологии. Разработал комплексную программу „Изучение санитарно-экологического состояния в районе и оценка влияния группы экологически неблагоприятных факторов на заболеваемость и смертность детского и взрослого населения“** (листочка А. Ваги).

Можно сказать, что с помощью данного приема кандидаты пытаются выстроить свой имидж: акцент делается в первую очередь на трудовых успехах кандидатов. В таких листовках политики часто показаны как высококомпетентные руководители с большим трудовым и жизненным опытом которым, как следствие, можно доверить и государственное управление.

**Прием 2. Перечисление общественных и политических успехов:**

1) **В 1990 году жители Отрадного избирают Бабушкина А. В. депутатом Моссовета. Молодой депутат пытается не допустить развала московской милиции, становится членом Комиссии Моссовета по законности, в 1991 году возглавляет Комиссию Москвы по делам тюрем и предупреждению правонарушений ... став в 1991 году председателем Комитета самоуправления „Лихоборье“, А. Бабушкин смог спасти пойму реки Лихоборка от уничтожения и застройки гаражами ... он продолжает бесплатную защиту в судах тех, кто стал жертвой судебносудебной ошибки, участвует в предотвращении преступности и рецидива среди детей-правонарушителей. Созданная им общественная приемная за 16 лет работы оказала помощь более чем 200 тысячам человек** (листочка А. Бабушкина);

2) Ю. Н. Скуратов автор более 130 научных статей и монографий. Он участвовал в разработке проектов Конститу-

ции, нового закона о прокуратуре РФ и других законопроектов, направленных на борьбу с преступностью... (листочка Ю. Скуратова);

3) Олег Гусев — член-корреспондент Международной академии информатизации, ему присвоено звание „Лучший управляющий Екатеринбурга“, следовательно, в вопросах управления он знаток, ему можно доверять (листочка О. Гусева);

4) Уже сегодня при непосредственном участии Олега Цветкова в нашем округе сделано:

- **установлены детские площадки в кварталах округа по адресам: Садовая 10, 12, 38; Октябрьской революции 30 и 32; Ленина 73.**
- **для средних школ 65 и 138 закуплены спортивные костюмы для детей, занимающихся спортом;**
- **для кабинета иностранного языка средней школы 38 закуплены новые парты;**
- **произведен ремонт школы 6** (листочка О. Цветкова).

Использование данного приема свойственно политикам, уже занимающим определенные государственные посты, добившимся успехов в политической деятельности. Часто данный прием можно наблюдать и в листовках руководителей, так как предприятия, хозяйствующие на территории определенного субъекта Российской Федерации, оказывают помощь этому субъекту (благотворительность, помощь подшефным учреждениям и др.)

Таким образом, наблюдается превалирование приема, при использовании которого акцентируется информация о политических и общественных достижениях кандидата. Подобное соотношение связано с тем, что большинство кандидатов уже занимают какие-либо политические или руководящие посты и в своих листовках используют прием указания на собственные политические и/или общественные интересы. Прием акцентирования биографических данных пользуются в основном кандидаты от каких-либо известных партий, имеющих большой опыт в политической или общественной работе.

**Тактика разъяснения** — необходимый компонент реализации стратегии удержания власти. Тактика разъяснения — дополнение тактики признания существования проблемы и тактики акцентирования положительной информации. Разъяснение необходимо потому, что адресант должен учитывать отсутствие нужных фоновых знаний у адресата и поэтому не должен ограничиваться кон-

статацией факта и простой оценкой информации.

Характерной чертой разъяснения является наличие двух основных звеньев цепочки — того, что требуется разъяснить, и собственно разъяснения.

Первое звено разъяснения не всегда может быть выражено в тексте эксплицитно, но оно должно находиться в общем поле зрения.

Разъяснение может быть обращено в прошлое (сообщается о прошедших событиях и их роли в настоящем). Также может поясняться политическая цель работы кандидата в настоящем и будущем. На языковом уровне тактика разъяснения реализуется в следующих приемах.

**Прием 1. Использование глаголов в форме прошедшего времени:**

1) В 1991 году **распался Советский Союз**. Кучка бизнесменов, близкая к „трону“, **приватизировала** самые лакомые кусочки российской экономики. Фабрики и заводы, все, что создавалось трудом многих поколений советских людей, **перешло** в руки доморощенных олигархов. Мы — за пересмотр итогов приватизации (листовка партии «Яблоко»);

2) Человечество в какой-то момент **осознало**, что экологическая катастрофа в случае неприятия отдельными государствами ограничений в экономике неизбежна. Это **привело** к подписанию в 1992 году рамочной конвенции ООН об изменении климата. Суть конвенции: государства-участники **должны были** к 2000 году **снизить** уровни выбросов парниковых газов и довести их до уровня 1990 года. И тем самым **добиться** стабилизации концентрации парниковых газов в атмосфере на относительно безопасном уровне (листовка С. Миронова);

3) Выборы — не формальность. Они могут изменить ход истории. В 1996 году исход выборов **решили** всего несколько процентов голосов. **Если бы люди проголосовали иначе, мы жили бы совсем в другой стране** (листовка В. П. Исаевой).

**Прием 2. Конструкция «Нами ставится задача..., которая позволит...»:**

1) ...**Нами ставится задача** добиться роста валового внутреннего продукта как минимум на 5% в год, **что должно привести к удвоению ВВП России** в течение десяти лет... (листовка В. Путина);

2) **Наша задача** сделать все, чтобы Ваши надежды воплотились в жизнь, чтобы успех и достаток пришли в каждый российский дом, каждую семью, а наша Родина стала по-настоящему богатой, сильной и

процветающей (листовка партии «Единая Россия»);

3) **„Единая Россия“ в следующей Думе: добьется** повышения минимальной почасовой оплаты труда во внебюджетном секторе до 10 рублей в час, **что позволит увеличить зарплаты бюджетникам** и другим категориям тружеников (листовка партии «Единая Россия»);

4) **Наша цель** — построение в России социального государства, создающего условия для постоянного улучшения качества жизни его граждан, увеличение ее продолжительности и наполнения высоким гуманистическим смыслом (листовка «Российской партии Жизни»).

**Прием 3. Конструкция «Я повторно иду во власть, чтобы...»:**

1) **Почему мы снова хотим стать депутатами? Нам, как и многим из вас, надоело терпеть** свое несправие, свою незащищенность перед бездействием или произволом властей разного уровня, перед всеми теми, кто, нарушая наши права, ухудшает условия нашей жизни в родном городе. **Нам надоело видеть, как на месте детских и спортивных площадок строятся торговые центры, в которых по баснословным ценам продаются квартиры или располагаются офисные, развлекательные заведения, приносящие хорошие барыши своим хозяевам** (листовка кандидатов в депутаты Городской думы от НТМК);

2) **После первого срока появилось много вопросов, которые можно решить только работая непосредственно в органах местного самоуправления. Поэтому я снова выставил свою кандидатуру в депутаты** Муниципального образования „Левобережное“ и прошу Вашей поддержки. Оказав мне доверие повторно, Вы обретете в моем лице надежного защитника Ваших интересов! (листовка Н. Арапова).

**Прием 4. Конструкция «Кандидат уже служит на благо общества, поэтому за него стоит проголосовать»:**

1) Но кто сказал, что если вы проголосуете за Казаринова, то жизнь станет похожей на сказку? Нет, конечно. Но законы станут нужнее и человечнее, а жизнь — душевнее и чуточку справедливее. Потому что **талантливый педагог Казаринов. — наш сосед, директор кадетской школы! Он один из нас. Мы вправе доверять ему** (листовка Казаринова);

2) **Я убежден в том, что важные проблемы и государственные решения политики должны обсуждать с гражданами. Поэтому я призываю Вас** принять уча-

стие в создании моей избирательной программы (листовка С. Миронова).

Таким образом, тактика разъяснения реализуется благодаря нескольким приемам, самый популярный из которых — это прием, который строится по типу конструкции «Нами ставится задача..., которая позволит...». Данный прием является частотным у политиков, как нам кажется, потому, что не требует от них достижения означенных целей и решения задач. Чаще всего это простые обещания, не подкрепленные реальными действиями. Кроме того, часто встречается ситуация разъяснения, основанная на конструкции «Кандидат служит на благо общества, поэтому за него стоит проголосовать». Основным аргументом здесь служит тот факт, что политик является успешным общественным деятелем, работающим на благо общества.

Близка к тактике разъяснения тактика комментирования, представленная высказываниями, поясняющими смысл контекста или некоторых слов, а также высказываний и выражаемых ими понятий.

Комментировать — давать краткую, но четкую и глубокую информацию поясняющего характера. Как правило, комментарии дают авторитетные лица. Нередко комментарии включают также идейную, научную интерпретацию.

Данная тактика реализуется с помощью следующих приемов.

**Прием 1. Высказывания, поясняющие смысл контекста:**

1) **Уникальность положения России определяется спадом промышленного производства после 1990 года. Получается, что наши обязательства на сегодняшний день уже выполнены, выбросы парниковых газов не превысили в 2000 г. 70 процентов от уровня 1990 г. Иными словами, Россия имеет „мягкие“ обязательства, из которых следует, что от нас не требуется снижать выбросы ниже уровня 1990 г., но мы и не имеем права их превысить с 2008 по 2012 год** (листовка С. Миронова);

2) **Демократия — общенациональное достояние. Несмотря на это, несколько небольших организаций до сих пор пытаются объявить себя единственными носителями демократических ценностей. Недавно Явлинский Г. А. заявил, что коалиция „Яблока“ с „СПС“ „объединила всех демократов в нашей стране“. Аналогичным образом высказывались и другие лидеры этих двух партий, утверждающие, что „демократы“ могут называться только люди, вошедшие в их список** (листовка «Свободной России»);

3) **...Известная своей неподкупностью, Валентина Исаева не побоялась испортить отношения с мэром города и Губернатором Свердловской области, она не позарится на дачный участок и добьется своего. А добиваться своего она умеет** (листовка В. Исаевой).

**Прием 2. Комментирование через демонстрацию политической силы с помощью слов, выражающих уверенность:**

1) **Залог успеха — это единство нашего общества. Поэтому мы призываем всех объединиться во имя будущего** (листовка «Единой России»);

2) **Мы уверены, что только такие, как мы, умные, молодые, полные сил и энергии люди должны идти в политику, потому что для них честь страны, благосостояние людей, счастливое спортивное детство не пустые слова, а дело жизни** (листовка кандидатов в Городскую думу от НТМК);

3) **Сильное государство заинтересовано в людях состоятельных. И поэтому, я убежден, что ключевое решение для всей нашей экономической политики в том, чтобы честно работать было выгоднее, чем воровать** (листовка В. Путина).

Таким образом, тактика комментирования реализуется в предвыборных листовках практически в равной степени посредством двух приемов: высказываний, поясняющих смысл контекста, и комментирования через демонстрацию политической силы с помощью слов, выражающих уверенность. Тактика комментирования реализует интерпретационный замысел адресанта.

Тактика **рассмотрения проблемы под новым углом зрения** реализует намерение политического лидера или политической партии обозначить новое, отличное от традиционного видение ситуации в предвыборной листовке.

Для реализации данной тактики используются следующие приемы.

**Прием 1. Употребление прилагательного «новый»:**

1) **В связи с этим мы обязаны в кратчайшие сроки перейти к новым принципам установления тарифов на основе экономически обоснованных норм доходности** (листовка Д. Медведева);

2) **В связи с этим мы обязаны в кратчайшие сроки перейти к новым способам налогообложения...** (листовка партии «Единая Россия»);

3) **Экономический кризис вносит свои изменения. Наша новая цель на 2010 год — повысить реальные доходы населения. Средняя заработная плата должна быть**

не менее 20 тысяч 400 рублей. В бюджетной сфере повышение должно составить не менее 15 %. Мы понимаем, что в нынешних условиях это непростая задача, но мы сделаем все возможное для ее решения (листовка А. С. Мишарина).

**Прием 2. Употребление определенных местоимений** (например, *иной*, *другой* и т. д.):

1) Но есть и **другие** составляющие этой проблемы... (листовка В. Путина);

2) Есть **иной** выход из данной ситуации... (листовка В. Путина);

3) Я убежден, чтобы привести в действие весь богатейший потенциал Урала, добиться его прорывного развития, **нужны принципиально иные подходы и привлекательные перспективные проекты**, закладывающие прочный фундамент роста на десятилетия вперед (листовка А. С. Мишарина).

Таким образом, тактика рассмотрения информации под новым углом зрения часто используется в листовках политиков как регионального, так и всероссийского уровня, так как позволяет выделиться среди оппонентов, предложив новый подход к решению хорошо известных проблем, акцентировать внимание на иных, других вариантах выполнения задач.

С помощью реализации **тактики указания на путь решения проблемы** политики могут проинформировать общественность о своем мнении по поводу сложившейся ситуации в городе, регионе, стране и представить свое видение решения проблем. Таким образом, кандидат предлагает конкретные действия взамен простых, размытых обещаний дать благо.

Тактика указания на путь решения проблемы является важной в стратегии удержания власти, она предполагает использование определенных приемов.

**Прием 1. Указание на возможные способы достижения решения:**

1) **Из федерального бюджета молодые семьи будут получать от 10 до 35% от стоимости стандартного жилья в зависимости от уровня бюджетной обеспеченности региона** (листовка Д. Медведева);

2) **Демократические выборы в России невозможны, если в стране фактически отсутствуют независимые от государства телеканалы, если неугодные СМИ подвергаются давлению со стороны властей. СОЮЗ ПРАВЫХ СИЛ ставит своей задачей восстановление и законодательную защиту института независимых средств массовой информации** (листовка партии «Союз правых сил»).

**Прием 2. Указание на возможные результаты решения:**

1) **...Это и будет реальным вкладом России в экологическое оздоровление земли** (листовка С. Миронова);

2) **Сергей Глазьев уверен: сегодня у граждан России есть реальная возможность жить лучше. Для этого прибыль от эксплуатации сырьевых ресурсов должна работать не на олигархов, а на рост производства и инвестиций, на обеспечение социальных гарантий, на научно-техническое развитие. Тогда мы сможем вдвое увеличить доходы бюджета и оплату труда, повысить минимальную заработную плату до уровня прожиточного минимума, увеличить детские пособия, стипендии студентам** (листовка партии «Родина»).

Наблюдения показывают, что маркерами тактики указания на путь решения проблемы являются чаще всего формы будущего времени глаголов несовершенного вида (*будут развиваться, будет формироваться, будет происходить, будем ориентироваться, будет направляться*) и формы составного именного сказуемого с глаголами в роли показателя будущего времени (*будет позитивный эффект, будет реальным вкладом, будет обращено внимание*).

При указании на возможность решения на речевом уровне маркерами, наряду с глагольными формами будущего времени, являются сложные формы сказуемого, включающие модальное слово и глагол совершенного вида в форме инфинитива, причем часто в безличном употреблении, что усиливает объективную необходимость действий, делает предложенные шаги категорически неизбежными: *нужно сделать, должны состояться* (в ближайшее время), (правительство) *должно проводить*.

Таким образом, в современном политическом дискурсе чаще встречаются листовки с указанием намерений кандидатов решить определенные проблемы, причем не обязательно указывается, как именно они будут решаться.

Итак, политики, повторно избирающиеся во власть, используют несколько иные средства, чем первично баллотирующиеся кандидаты и партии. Данный факт позволяет выделить стратегию удержания власти. Целью стратегии удержания власти является сохранение и стабилизация посредством различных тактик и приемов лидирующих позиций во власти. Данная стратегия позволяет интерпретировать нужную информацию, преподнести ее в эмоционально выгод-

ном для политического лидера ключе, учитывая реалии новой избирательной кампании и набор тех тактик, с помощью которых была достигнута победа в прошлый раз.

Самые частотные тактики данной стратегии — тактика признания существующих проблем и тактика акцентирования положительной информации. Реже используются тактики разъяснения и комментирования. Умелое использование политиком тактики указания на путь решения в конечном итоге дает избирателям надежду на лучшее будущее, нейтрализует негативное отношение населения к ситуации в стране, способствует формированию чувства доверия к своим лидерам.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Гринберг Т. Э.* Политические технологии: PR и реклама. — М. : Аспект-Пресс, 2005.
2. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. — М. : Изд-во ЛКИ, 2008.
3. *Паришина О. Н.* Российская политическая речь: теория и практика / под ред. О. Б. Сиротининой. Изд. 2-е, испр. и доп. — М. : Изд-во ЛКИ, 2007.
4. *Хазагеров Г. Г.* Политическая риторика. — М. : Никколо-Медиа, 2002.
5. *Шейгал Е. И.* Семиотика политического дискурса. — М. ; Волгоград, 2000.

**Статью рекомендует к публикации д-р филол. наук, проф. Н. Б. Руженцева.**