

Л. Н. Синельникова
Ялта, Россия

РОЛЬ РИТОРИЧЕСКОГО ПЕРФОРМАНСА В ПРЕВРАЩЕНИИ РЕФЕРЕНТНОГО СОБЫТИЯ В МЕДИАСОБЫТИЕ

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются особенности сюжета и языка авторской программы Константина Сёмина (телеканал «Россия 24»). Интерактивно-аналитические установки автора реализуются в условиях максимального использования риторического резерва, что позволяет квалифицировать рассматриваемый дискурс как риторический перформанс. Политический перформанс — один из способов манифестации политической идеи, для которого характерна сложная драматургия, выстраиваемая автором программы. Риторическая фигуральность не только усложняет восприятие сказанного, но и позволяет уйти от экстенсивного повествования и согласовать ограниченность во времени со значительностью объема получаемой зрителями информации. Риторические приемы интенсифицируют коммуникативные действия ведущего, осуществляемые без прямого участия зрителей, обнаруживают особенности мыслеролевой деятельности журналиста, способствуют оптимальной передаче социальной позиции. Особо рассматривается такой влиятельный речевой прием, как ирония. Ирония традиционно определяется как оборот речи, в котором смысл не выводится из значения используемых слов. Ироническая модальность — одно из характерных свойств современной журналистики. Иронизация медийных жанров (вплоть до новостных) проявляется в иронических репликах-комментариях, нередко — в подхватываемой аудиторией иронической статьи: оба формата представляют журналистику мнений. Но устная и зрелищность (манера говорения, интонационные акценты, ритм, невербальные показатели, значимые для формирования имиджа журналиста) демонстрируют специфические характеристики авторского медийного проекта как нового аналитического ресурса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: риторические приемы; риторический перформанс; контент-технологии; медийный сюжет; провокативный дискурс; агональная коммуникация.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Синельникова Лара Николаевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русской и украинской филологии и методик преподавания, Гуманитарно-педагогическая академия (филиал Федерального крымского университета имени В. И. Вернадского в г. Ялта), Институт филологии, истории и искусств; адрес: 298600, Россия, Республика Крым, г. Ялта, Главпочтамт, до востребования; e-mail: prof.sinelnikova@gmail.com.

Существенной составляющей современного телевизионного мейнстрима являются многочисленные ток-шоу: «Политика» (Пётр Толстой), «Право знать!» (Сергей Минаев), «Воскресный вечер с Владимиром Соловьёвым», «Специальный корреспондент» (Мария Ситтель, Аркадий Мамонтов и др.), «Список Норкина» (Андрей Норкин) и множество других. Представляя собой интерактивно-аналитический дискурс, ток-шоу имеют ряд институциональных признаков: сценарный инвариант, прямое участие в дискуссии зрителей, провоцирование конфликта мнений, исчисляемая типология включения в диалог ведущего программы. В то же время ведущий ток-шоу журналист — модератор содержания и формы коммуникации, и каждая авторская программа несет отпечаток его личности.

Прямое участие зрителей или их отсутствие — принципиально значимый фактор, влияющий на модели поведения ведущего, на выбор способов привлечения внимания аудитории, на меру ответственности за сказанное.

Авторская программа Константина Сёмина «Агитпроп» — пример интерактивно-аналитического дискурса, организованного без прямого участия зрителей. Точка зрения зрителей остается за кадром. Комфортность монолога — в невозможности коммуникативного саботажа как противодействия авторскому слову, игнорирования сказанного, уклонения от общения и под. [Андреева 2009; Яренчук 2012].

В название программы включены два понятия: агитация и пропаганда, каждое из которых имеет «груз» разноплановых коннотаций. Очевидна идиоматическая объединенность понятий, что и отражено в словосложении «агитпроп». Пропаганда — дословно «подлежащее распространению». В современном политическом дискурсе установилось понимание пропаганды, с одной стороны, как необходимого обществу распространения взгля-

дов, фактов, аргументов в защиту определенной идеи, с другой — как способа культивирования заведомо ложных сведений, манипуляции общественным мнением и сознанием с помощью полуправды, слухов, домыслов или просто лжи. Понятна смелость и известный риск, на который пошел журналист, желая нейтрализовать отрицательный сегмент коннотации, оставив смысловой компонент «глубокое и детальное разъяснение» как эффективный способ агитации.

Сюжет программы основывается на событии, о котором зрители могут знать из других источников или не знать вовсе, но в любом случае событие актуализируется фактом проявленного к нему внимания и становится медиасобытием. Но чтобы стать таковым, референтное событие должно трансформироваться в событие-речь, коммуникативное событие. По траекториям и результату преобразования можно судить о когнитивном ресурсе автора и исполнителя программы, выстраивать его речевой портрет.

Для конструктивной пропаганды и успешной агитации нужна четкая цель и необходимый для ее реализации набор средств. Выбор контент-технологий (совокупности вербальных и невербальных средств для целенаправленного управления аудиторией, воздействия на нее) определяет индивидуальный почерк журналиста в подаче материала.

Исследователи справедливо обращают внимание на резервы риторики как технологической основы прагматической успешности публичного выступления [Сальникова 2011; Чащина 2013]. Риторические приемы интенсифицируют коммуникативные действия говорящего, помогают создать интерактивную среду без присутствия зрителей и одновременно обнаруживают особенности мыслеролевой деятельности автора, его мировоззренческие приоритеты, жизненную позицию, способность ее утверждать и защищать. Риторический ресурс лежит

© Синельникова Л. Н., 2015

в основе контент-технологий политически ориентированной программы, особым образом организуя смыслы по шкале: свои — чужие, герои — антигерои, правда — ложь.

Телевизионное слово — разновидность ораторского (публичного) искусства. В тренингах по риторике обращается внимание на важность импринтинга — первого впечатления о выступающем, складывающегося из визуального восприятия (поза, мимика, манера держаться, стиль одежды) и оценки первой фразы, которая должна удерживать внимание аудитории, создать ситуацию первоначального интереса. Журналист есть то, *что* и *как* он говорит. Искусство первой фразы классическая риторика, равно как и современная риторика, определяла как особо значимый сегмент. «*Нас не интересуют голые факты. Нас интересуют причины и следствия. Правда всегда одна. Здравствуйте!*» — так начинается каждая программа К. Сёмина. «Голые факты» отвергаются, декларируется интерес к причинам и следствиям, т. е. к аналитике в разных ее проявлениях — философском, историческом, политическом, психологическом. «Правда всегда одна» — рискованное утверждение: правда, как известно, категория альтернативная и амбивалентная. Но здесь автор в полной мере использует возможности устной речи — интонации и ритма, утверждая в сознании зрителей безальтернативность заявленной формулы. Местоимение «нас», с которого начинается первая фраза, столь же безальтернативно (читай: манипулятивно) соединило говорящего и слушающих в единое поле желания узнать и принять правду. «Правда роли» (Н. Д. Арутюнова) обозначила позицию автора в шкале «безусловная достоверность — проблемная достоверность — безусловная недостоверность» [Панченко 2010]: всё, что будет сказано, — безусловная достоверность.

Риторический закон «края речи» требует внимания и к заключительной фразе. «*Мир вашему дому!*» — пожелание, в котором, кроме доли пафоса, есть и смысловая многозначительность при условии знакомства зрителей со стихотворением В. С. Высоцкого «Як-истребитель» (в стихотворении такая форма пожелания представлена как эмоциональный лейтмотив).

Риторика, будучи выразителем идеологии говорящего и технологической конструкцией, определяющей отношение журналиста к слову, организует медиасобытие как перформанс (*performance* — англ. «исполнение») — интенсивное коммуникативное действие автора, переосмысление события через разнообразные речевые формы, что особенно значимо в условиях «сжатого» текста (передача длится в среднем 8 минут). Риторический перформанс создает новую фактуру медийного события, превращая ведущего в перформера — лицо, оптимизирующее публичную речь для реализации замысла. Перформер организует предлагаемую зрителю информацию в варианте «всё сразу»: событие, его оценка, дискредитация оппонентов, исторические параллели, прогнозирование развития ситуации, подключение оптических знаков и т. д.

События на Украине — основная интрига «Агитпропа», и речевые действия автора программы по большей части представляют собой

провокативный дискурс, если понимать технологию провоцирования в условиях массовой коммуникации как установку на уподобление «внутреннего состояния потребителя информации состоянию говорящего и создание вследствие этого благоприятной психологической основы для корректирования и регулирования психического состояния провоцирования» [Степанов 2004: 3]. Активное использование воздействующего потенциала риторических приемов — одна из технологий провокативного дискурса.

Каждый риторический прием в отдельности участвует в интерпретации обсуждаемого события данными ему от природы свойствами, но риторический перформанс — это совместное действие приемов, их взаимовлияние, создание поля иррадиации (иррадиация здесь «распространение, расширение процесса интерпретации»). Перформанс — это и обилие тропов, нередко в их совмещенности: метафора, аллюзия, антитеза, градация, гипербола и т. д. Создается общая смысловая сеть, сплетаемая коннотациями используемых приемов. Реестр риторических приемов велик [Горте 2007], их выбор, иерархическая расстановка важны для понимания авторской интенции.

Особое место в комплексе «влиятельных» риторических приемов занимает ирония. Ирония традиционно определяется как оборот речи, в котором смысл не выводится из значения используемых слов. Философско-феноменологический анализ иронии ориентирует на ее понимание как способа мышления о мире, специфически вербализованного опыта познающего сознания. Традиционные дефиниции фигур речи, очевидно, препятствуют адекватному осмыслению иронии и иронического мышления с учетом достижений дискуртологии. Ирония дискурсивна, поскольку приобретает смыслообразующие свойства в социокультурном контексте, в условиях интертекстуальных (интердискурсивных) связей, и ее лингвистический уровень тем или иным образом согласуется с языковым сознанием адресата, которое, в свою очередь, обусловлено особенностями социального времени. Как метаприем, ирония рождает характерное для риторического перформанса концептуальное «эхо»: всё окрашивается особым рода оценкой — иронической.

Ироническая модальность — одно из характерных свойств современной журналистики. Иронизация медийных жанров (вплоть до новостных) проявляется в иронических репликах-комментариях, нередко в подхватываемой аудиторией иронической афористике. Иронический эхо-эффект «как отзвук авторской точки зрения, который предположительно должен закрепиться в сознании потенциального адресата» [Руженцева 2014: 86] способствует превращению референтного события в медиасобытие. (К слову, вполне оправданным является включение в учебный план курса «Ирония в журналистике», что сделал Московский институт международного права и экономики имени А. С. Грибоедова.)

Ирония квалифицируется как коммуникативная тактика современного журналиста, способ социальной оценки того или иного явления, форма передачи ценностной ориентации говорящего, рассчитанная на перлокутивный эффект. Ирони-

ческий компонент речевых действий входит в структуру языковой (дискурсивной) личности журналиста, избегающего прямых оценок и пафоса. «Ироническая интерпретация политического события, то есть его трансформация в медиасобытие, ироническую авторскую модель действительности, полученную в процессе журналистской деятельности, предполагает осознание неоднозначности, диалектичности политических процессов» [Веселова 2003]. В программе К. Сёмина ирония является носителем категорической оценочной однозначности, сохраняя ментальную матрицу ведущего: мы — они. Ирония по определению исключает инвективы прямого говорения, но от этого оценка не становится менее выраженной. Дискредитация через иронию может оказаться куда более действенной, чем прямое оскорбление.

Приведем несколько примеров, обнаруживающих свойства риторического перформанса («Кровь и шоколад Порошенко». Вып. 6, 30 мая 2014 г.).

22 июня прошлого года в своей резиденции в Виннице хозяин кондитерской империи президент Пётр Порошенко презентовал грандиозное мультимедийное шоу под названием „Лебединое озеро. Фантазия“ — референтное событие, которое далее будет включено в интерпретирующий контекст, в том числе с помощью риторических приемов оценочного характера.

После украинской резиденции Гитлера, ставки вервольфа, фонтан — главная достопримечательность Винницы, как и хозяин фонтана, объявленный накануне президентом Украины — имплицатура, позволяющая в намеренно скрытом виде объединить несколько тем.

Первым номером в своем графике будущий президент вписал визит в непокорный Донбасс. Видимо, покорять будут из всех сил — иронический модус модальности проявлен в переходе от «непокорного Донбасса» к «покорять из всех сил».

Чтобы кто-то был в шоколаде, кто-то непременно должен быть в крови — прием резкого контраста, основанный на сопоставлении сленгового выражения «всё в шоколаде» (т. е. все хорошо, отлично — о хорошо идущих финансовых делах и о беззаботной, полной удовольствия жизни) и «крови» как знака-символа тяжелых испытаний и человеческих жертв.

А вообще, почему именно Порошенко, который еще недавно не был в числе фаворитов, желающих стать мэром Киева, не то что президентом? Здесь важны бытовые подробности. Вот дом, который построил Пётр. Не тот, что справа — справа дом Обамы. Только не перепутайте ненароком — здесь значима интертекстуальная связь со стихотворением С. Маршака «Дом, который построил Джек»; варьируя имена (Пётр, Обама), говорящий намекает на общее пространство ценностей (намек в риторике — понимание по догадке); предостережение «только не перепутайте ненароком» поддерживает намек на сходство, и, как будет показано далее, не только визуальное.

Вот это стремление не отстать от хозяина ни на один шаг, везде сопутствовать, быть похожим — хоть усадьбой, хоть фонтаном, хоть покроем одежды или манерой речи —

и есть самый прочный ошейник — применяется риторическая традиция наращивания аргументов; предикативная метафора превращает «похожесть» в «ошейник».

Это мышление уездного латифундиста, помещика, плантатора. Это примерно то же самое, что фонтан в Виннице. Диабетик, владеющий сахарными заводами, в прямом смысле должен очень любить сладкую жизнь. Сладкое дороже жизни, особенно если это жизнь чужая — конвергенция приемов, т. е. концентрация оценочных средств: прием градации в построении однородного ряда — латифундист (незаконный владелец земельных участков), помещик, плантатор; оценочная модальность эпитета «уездный»; вовлечение разных регистров слова «сладкий» (сладкая жизнь, сладкое дороже жизни); скрытое противопоставление ценности собственной сладкой жизни и обесцененной чужой жизни.

Кстати, кондитерская империя „Рошен“ простирает свою закупочно-сбыточную сеть до таких истосковавшихся по украинским конфетам уголков планеты, как Ирак и Афганистан. Вот уж где настоящая „дольче вита“. О том, что у демократических цукерок бывает кровавая начинка, Украина знает теперь не хуже, чем Афганистан — продолжение «кондитерской» темы в ироническом ключе (иронические имплицатуры: истосковавшиеся по украинским конфетам Ирак и Афганистан, настоящая «дольче вита»); развернутая метафора «у демократических цукерок (укр. „конфет“) бывает кровавая начинка» продолжает тему крови, т. е. войны на Востоке Украины.

Особенностью нарратива «Агитпропа» является совмещение событийной действительности и ретроспективных отсылок — происходит углубление оценочного контекста за счет расширения пространства памяти. То, что есть сейчас, и то, что уже было, скрепляется авторской рефлексией и воспринимаются синхронно (здесь важную роль играет визуальное сопровождение, использование кинематографических приемов перетекания и наложения документальных сюжетов на авторский комментарий). Если претензия на документальность в жанре мокьюментари (*mockumentary* — подделывать) реализуется в достаточно успешных кинематографических проектах, то в современной политической коммуникации широко распространена псевдодокументалистика, в том числе в виде сюжетов-фейков. Селективность выбора документальных материалов неизбежна, но умелая генерализация документальной информации и авторской рефлексии повышает уровень доверия к представляемой информации.

Еще в античные времена сформировалась агональная риторика (агон — состязание) — искусство управления человеческим поведением посредством слова в процессе обсуждения проблемы. Основной тезис агональной коммуникации: побеждает тот, кто приводит сильные, вызывающие доверие публики аргументы. К сожалению, система аргументов в политическом дискурсе далеко не всегда вызывает доверие: приводится аргумент к очевидцу, но последний оказывается нанятым подставным лицом, онлайн-

интервью может быть предварительно подготовленным, аргумент к цифре вызывает вопросы (кто и как считал), аргумент к цитате, вырванной из контекста, искажает мысль и т. д. К. Сёмин широко использует формат цитирования с полным указанием источника со всеми его пространственно-временными координатами. Цитата-аргумент, снабженная портретом автора высказывания, демонстрируется крупным планом и превращается в дискурсивный объект. С помощью цитирования журналист умело организует контраст позиций на когнитивном и языковом уровнях, добиваясь «эффекта истинности».

Отмечая факт усиления дискурсивного направления в интерпретации медиареальности, Т. В. Шмелёва обосновывает необходимость введения понятия «медийный сюжет» как линии отражения в медиасфере ситуации/события, формирующей субдискурс, объем которого может свидетельствовать о медийном потенциале события. Значимость медийного сюжета измеряется количеством посвященных ему текстов, их жанровым составом, показателем числа просмотров медийного материала в Интернете, комментариями читателей или зрителей [Шмелёва 2013: 116]. Авторская креативность стимулирует формирование медийного сюжета, позволяет преодолеть замкнутость программы, перейти от информативности к публицистике.

«Агитпроп» К. Сёмина уже стал медийным сюжетом. «Литературная газета» опубликовала заметку Вадима Попова «„Агитпроп“». Наконец-то». Автор пишет: «На „России 24“ Константин Сёмин выступил в жанре, который он сам определил как „агитпроп“. Собственно так и называется короткая восьмиминутная программа, в которой один из лучших российских журналистов дал оценку событиям на Украине, стараясь не только представлять факты, но и обобщать, делать выводы — давать свои субъективные оценки, которые, впрочем, гораздо больше соответствуют истинному положению вещей, чем, скажем, то, что показывают украинские телеканалы». И последний абзац заметки: «Но особенно важными показались следующие суждения: „Невозможно противостоять фашизму, не сформулировав собственной идеологии, невозможно приструнить украинских олигархов, не разобравшись с собственными, невозможно защитить собственную экономику от санкций и шантажа, если эта экономика работает по неолиберальным правилам, навязанным шантажистами, невозможно с пивом и чипсами умиляться балаганным и похабным телевизионным шоу в момент, когда в Славянске гибнут люди...“». И далее: «Эту речь можно считать программной и даже революционной. И не столько для Сёмина, сколько для ВГТРК, который позволил ему высказаться» («Литературная газета», 2014, № 18). Появились комментарии, утвердившие факт медийности сюжета программы К. Сёмина: «„Не всё коту масленица“, госдеповскому агитпропу на Эхо, Дожде и прочим служителям шантажистов. А то монополизировали это право гонзожурналиги от неолиберализма, не устоят агитировать за объективную субъективность и субъективную историчность. Посмотрим, кто кого переагитирует теперь»; «...дремучий

непрофессионализм... или запредельный цинизм?» Ни то, ни другое! Как это теперь говорят: „Только бизнес!“»; «Интересная ситуация. Дали высказаться Сёмину. Причем со словами последнего абзаца. Что бы это значило?». Полемическая неоднозначность оценок свидетельствует о том, что эфирное пространство завоевано, и продолжения программы ожидают. В немалой степени жизнеспособность программы обеспечила риторика.

Обобщим наши наблюдения. Каждая медийная модель публичных действий имеет свой набор идентифицирующих признаков, куда входят: характер субъектно-объектных отношений (интерпретатор и интерпретируемое событие); предпочтение я- или мы-дискурса; временная архитекtonика (соотношение прошлого, настоящего и проекция в будущее); уровень и характер документальности; формы и способы манипуляции мнением и знаниями о предмете речи; игра модальностями (объективное, предполагаемое, выдаваемое за объективное, желаемое), характер аргументов; отношение к стереотипам, игра стереотипами; объем и характер привлекаемых риторических приемов и многое другое.

Медийное конструирование реальности в условиях политического конфликта напоминает состязание сюжетов, свидетельствующих об установке на противостояние, желание доминировать в информационном пространстве. В этом противостоянии важно сформировать и донести до зрителей содержание журналистского «я» как органичной внутренней позиции. Только при этом условии можно создать качественно новый медийный продукт.

Тенденция к персонификации журналистского сообщества поддерживается фактом умелого использования мощного резерва косвенного говорения через риторические приемы. Очевидна роль риторического фактора в оценке личности ведущего медийной программы и качества самой программы.

Риторические приемы выражают когнитивно-эмоциональное движение речи, усиливают ее энергетику. Комплексное воздействие через сюжет, стиль и язык особенно значимо для медиадискурса политической направленности, что связано с реализацией возможности повысить степень доверия к предлагаемой зрителю информации. Риторика позволяет выявить и понять противоречия между действительным и вымышленным, между событием (фактом) и его интерпретацией.

Политический перформанс — один из способов манифестации политической идеи, для которого характерна сложная драматургия, выстраиваемая автором программы. Риторическая фигуральность, с одной стороны, усложняет восприятие сказанного, с другой — позволяет уйти от экстенсивного повествования и согласовать ограниченность во времени с объемом получаемой зрителями информации. Необходимость быстрых схватывания смысла предполагает зрительскую аудиторию, способную декодировать риторические приемы.

Дискурсивные включения, связанные с созданием адресата — исторической памятью, национально-культурными ценностями и подобным, — способствуют сбережению внимания зрителя, открывают путь для понимания авторской идеи и в конечном итоге позволяют успешно ре-

шать задачи аффилиации с определенными социальными группами зрителей.

Ряд признаков организации высказывания в выпусках «Агитпропа» соотносится с жанром политической аналитической статьи: оба формата представляют журналистику мнений. Но устность и зрелищность (манера говорения, интонационные акценты, ритм, невербальные показатели, значимые для формирования имиджа журналиста) демонстрируют специфические характеристики авторского медийного проекта как нового аналитического ресурса.

«Функция языка — не информировать, а вызывать представление» (Жак Лакан). Риторические приемы полностью соответствуют этому тезису. Поэтика и риторика издревле совмещались как носители свойств эстетически организованной образной речи. Апробированные мировой публичной практикой, риторические средства способны снизить уровень травматичности современной политической журналистики. Но, учитывая современные политические условия, здесь целесообразно применить риторическую фигуру умолчания.

L. N. Sinel'nikova
Yalta, Russia

THE ROLE OF RHETORICAL PERFORMANCE IN CONVERSION OF A REFERENTIAL EVENT INTO A MEDIA EVENT

ABSTRACT. *The article deals with the peculiarities of the plot and language of the author's television program of Konstantin Semin (TV Channel "Russia 24"). Interactive and analytical aims of the author are realized in the conditions of maximum use of rhetorical potential, which makes it possible to qualify the considered discourse as a rhetorical performance. Rhetorical performance is a way of manifestation of a political idea, which is characterized by complex dramatic composition built up by the author of the program. Rhetorical figurative character does not only make the comprehension of oral discourse more difficult, but also makes it possible to get away from extensive storytelling and bring the limitation in time in concord with the great volume of information received by the audience. Rhetorical devices intensify the communicative activity of the anchor; they are realized without direct participation of the audience and display the peculiarities of the reporter's thinking and stimulate optimal broadcast of a social position. The author of the article specifies such an important rhetorical device as irony. Irony is traditionally defined as a figure of speech the meaning of which is not derived from the meanings of the constituent words. Ironical modality is one of the inherent features of modern journalism. Ironization of media genres (news programs including) is manifested in ironical commentaries and, in many cases, in aphorisms which the audience not infrequently readily enjoys. A number of features of utterance organization in the issues of "Agitprop" may be correlated with the genre of political analytical article: both formats are variants of opinion journalism. But the oral and dramatic character (manner of speaking, intonation, rhythm and non-verbal components, meaningful for the image creation of a journalist) demonstrates the specific features of an author's media project as a new analytical resource.*

KEYWORDS: rhetorical devices; rhetorical performance; content technologies; media story; provocative discourse; agonistic communication.

ABOUT THE AUTHOR: Sinel'nikova Lara Nikolaevna, Doctor of Philology, Professor of Department of Russian and Ukrainian Philology and Methods of Teaching, Institute of Philology, History and Arts, Academy of the Humanities and Pedagogy (branch) of V. I. Vernadsky Crimean Federal University in Yalta, Yalta, Russia.

REFERENCES

1. Andreeva V. Yu. Strategii i taktiki kommunikativnogo sabotazha : dis. ... kand. filol. nauk. — Kursk, 2009.
2. Veselova N. V. Ironiya v politicheskom diskurse : dis. ... kand. filol. nauk. — N. Novgorod, 2003.
3. Gorte M. A. Figury rechi: terminologicheskii slovar' : 200 stilisticheskikh i ritoricheskikh priemov. — M. : Enas, 2007.
4. Panchenko N. N. Dostovernost' kak kommunikativnaya kate-goriya : monogr. — Volgograd : Peremena, 2010.
5. Ruzhentseva N. B. Kognitivnye modeli kak sredstvo dostizheniya ironicheskogo ekho-effekta v raznykh formatakh diskursa (osveshchenie ukrainских politicheskikh sobytiy) // Politicheskaya lingvistika. 2014. № 4 (50). S. 82—89.
6. Sal'nikova N. V. Natsional'no-kul'turnaya ritorika politicheskogo diskursa (na materiale publichnykh vystupleniy R. Reygana i M. S. Gorbacheva) : dis. ... kand. filol. nauk. — Stavropol', 2011.

ЛИТЕРАТУРА

1. Андреева В. Ю. Стратегии и тактики коммуникативного саботажа : дис. ... канд. фил. наук. — Курск, 2009.
2. Веселова Н. В. Ирония в политическом дискурсе : дис. ... канд. фил. наук. — Н. Новгород, 2003.
3. Горте М. А. Фигуры речи: терминологический словарь : 200 стилистических и риторических приемов. — М. : Энас, 2007.
4. Панченко Н. Н. Достоверность как коммуникативная категория : моногр. — Волгоград : Перемена, 2010.
5. Руженцева Н. Б. Когнитивные модели как средство достижения иронического эхо-эффекта в разных форматах дискурса (освещение украинских политических событий) // Политическая лингвистика. 2014. № 4 (50). С. 82—89.
6. Сальникова Н. В. Национально-культурная риторика политического дискурса (на материале публичных выступлений Р. Рейгана и М. С. Горбачёва) : дис. ... канд. фил. наук. — Ставрополь, 2011.
7. Степанов В. Н. Provokativnyy diskurs massovoy kommunikatsii : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — СПб., 2005.
8. Шмелёва Т. В. Медийный сюжет как конструктивная основа дискурса // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. — Орёл, 2013. Вып. 11. С. 115—124.
9. Чашкина А. М. Языковые и риторические особенности политического дискурса в массмедиа // Вестн. Челяб. ун-та. Филология и искусствоведение. 2013. № 22 (313). Вып. 81. С. 249—254.
10. Яренчук Е. Э. Интерактивно-аналитический дискурс как детерминатор коммуникативного саботажа (на материале ток-шоу «Специальный корреспондент» и «НТВешники») // Вестн. Костром. гос. ун-та им. Н. А. Некрасова. 2012. Т. 18, вып. 4. С. 110—113.

7. Stepanov V. N. Provokativnyy diskurs massovoy kommunikatsii : avtoref. dis. ... d-ra filol. nauk. — SPb., 2005.
8. Shmeleva T. V. Mediynnyy syuzhet kak konstruktivnaya osnova diskursa // Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediynom dis-kurse. — Orel, 2013. Vyp. 11. S. 115—124.
9. Chashchina A. M. Yazykovye i ritoricheskie osobennosti politicheskogo diskursa v massmedia // Vestn. Chelyab. un-ta. Filologiya i iskusstvovedenie. 2013. № 22 (313). Vyp. 81. S. 249—254.
10. Yarenchuk E. E. Interaktivno-analiticheskiy diskurs kak determinator kommunikativnogo sabotazha (na materiale tok-shou «Spetsial'nyy korrespondent» i «NTVeshniki») // Vestn. Kostrom. gos. un-ta im. N. A. Nekrasova. 2012. T. 18, vyp. 4. S. 110—113.

Статью рекомендует к публикации д-р фил. наук, проф. А. П. Чудинов.