

О. Н. Кондратьева
Кемерово, Россия

СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ В ДИСКУРСЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОЛИТИКА (на материале выступлений врио губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева)

АННОТАЦИЯ. Предлагаемое исследование выполнено в рамках политической лингвоперсонологии и посвящено анализу дискурса новой фигуры в региональной политике — временно исполняющего обязанности губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева. Задачей является анализ речевых стратегий и тактик политика и определение свойственного ему типа коммуникации (конфронтации или кооперации). Материалом стали первые выступления и тексты Сергея Цивилева, появившиеся после назначения его на новую должность. Проведенный анализ позволил установить, что наиболее востребованными в дискурсе политика являются стратегии самопрезентации и консолидации, а также эмоционально настраивающая и информационно-интерпретационная стратегии. Доминирование перечисленных стратегий объясняется как объективно сложившейся ситуацией в Кузбассе, так и личностными особенностями нового руководителя области. Показательно, что для Сергея Цивилева совершенно не характерны широко распространенные в современной политической коммуникации стратегии агитации и дискредитации. Генеральной целью политика является не победа на выборах сама по себе, а выполнение поставленной президентом задачи — развитие Кузбасса, изменение качества жизни в регионе. Политик стремится к достижению своей цели, избегая прямой критики и тем более оскорбления политических предшественников, акцентирует внимание исключительно на профессиональных качествах своей команды и стоящих перед ней задачах. Перечисленные особенности позволяют сделать вывод, что из двух существующих в мире политики типов коммуникации (конфронтации и кооперации) С. Цивилеву свойственна кооперативная по сути коммуникация, характеризующаяся позитивной направленностью и ориентированная на консолидацию усилий участников политических процессов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политическая коммуникация; лингвоперсонология; языковая личность; политический дискурс; политические деятели; политическая риторика; политические речи; речевые стратегии; речевые тактики; губернаторы.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ: Кондратьева Ольга Николаевна, доктор филологических наук, профессор кафедры русского языка, заместитель директора по учебной работе Института филологии, иностранных языков и медиакоммуникации, Кемеровский государственный университет; 650000, Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6, корп. 5, к. 5309; e-mail: Kondr25@rambler.ru.

Современная отечественная политическая лингвистика сосредоточена на исследовании политического языка разных периодов развития Российского государства, а также политического языка других стран. Как отмечает А. П. Чудинов, отдельная серьезная проблема современной политической лингвистики — это «исследование идиостилей различных политических лидеров» [Чудинов 2012: 25]. Названный аспект рассмотрения, первоначально проявлявшийся в виде отдельных разнородных исследований, посвященных частным проблемам анализа языковой личности российских и зарубежных политиков, постепенно оформился во вполне самостоятельный раздел политической лингвистики — политическую лингвоперсонологию, изучающую «специфику проявления профессиональной языковой личности в политической сфере» и обладающую собственным методологическим инструментарием [Никифорова 2016: 182].

В данный момент языковая личность политиков изучается во всем ее многообразии, в различных аспектах и ракурсах: лингвокогнитивном, коммуникативно-прагматическом и индивидуально-стилистическом. Объектом исследования лингвистов регулярно становятся речевые портреты зарубежных и отечественных политиков федерального уровня, в то время как исследования речи политиков регионального уровня по-прежнему остаются немногочисленными, хотя «свою

уникальность языковые личности демонстрируют вне зависимости от положения в иерархической структуре государственной власти» [Никифорова 2016: 182]. Соответственно, проблема описания речевого поведения региональных политиков по-прежнему остается одной из актуальных задач политической лингвоперсонологии.

Предлагаемое исследование посвящено анализу дискурса новой фигуры в региональной политике — временно исполняющего обязанности губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева, назначенного на данную должность 1 апреля 2018 г. указом президента России В. Путина.

Сразу же после назначения Сергей Цивилев оказался в сфере пристального внимания не только местных, но и федеральных политологов и массмедиа и в короткие сроки занял верхние позиции в медиарейтинге упоминаемых российских глав регионов, уступив только мэру Москвы Сергею Собянину. «Медиалогия» зафиксировала только за апрель 11 784 сообщения в СМИ, героем которых стал новый руководитель области.

Столь пристальное внимание к Сергею Цивилеву обусловлено рядом факторов, в частности назначением на руководящую должность в сложный период жизни Кузбасса, связанный с трагедией в ТРЦ «Зимняя вишня», резонансной отставкой занимавшего более 20 лет этот пост Амана Тулеева, назначением в достаточно закрытый

регион «человека со стороны», «варяга», а также приходом в политику человека, не обладающего политическим опытом, но имеющего опыт бизнесмена, юриста и эффективного менеджера.

Появление нового яркого регионального политика определяет интерес и к исследованию его речевого поведения, поскольку позиционирование любого политика как сильной личности во многом зависит от его ораторских навыков, способности использовать в политической коммуникации разнообразные речевые стратегии и тактики, определять их уместность в разных ситуациях.

Задача исследования — проанализировать речевые стратегии и тактики врио губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева и определить свойственный ему тип коммуникации (конфронтационный или кооперативный).

Материалом исследования является первое интервью, данное Сергеем Цивилевым после назначения на новую должность газете «Комсомольская правда», тексты политика, представленные в спецвыпуске газеты «Кузбасс. Время быть первыми», пресс-релиз, размещенный на сайте Стратегии развития Кемеровской области. В качестве дополнительного источника использовались материалы официальной страницы С. Цивилева в социальной сети «ВКонтакте».

При всем разнообразии существующих классификаций стратегий и тактик [см.: Иссерс 2008; Никифорова 2016; Паршина 2005; Филаткина 2015; Шейгал 2000 и др.] до сих пор отсутствуют четкие основания выделения типов стратегий и их соотношения с тактиками. В предлагаемом исследовании в качестве основы классификации избирается конечная цель, понимаемая «как прогнозируемое искомое, как представление о результате, который должен быть достигнут» [Паршина 2005: 20].

Как правило, политик стремится: 1) завоевать авторитет или укрепить свой имидж; 2) установить контакт с аудиторией, вызвать доверие электората; 3) создать определенный эмоциональный настрой, вызвать благоприятное эмоциональное состояние адресата; 4) дать адресату новые знания, новые представления о предмете речи, информировать адресата о своей позиции по какому-либо вопросу, обозначить результаты, к которым он стремится прийти и привести свой регион, свою страну. В соответствии с обозначенными целями выделяются следующие стратегии: стратегия самопрезентации, диалогическая стратегия, эмоционально настраивающая стратегия, информационно-интерпретационная стратегия. Эффективное использо-

вание названных стратегий в конечном итоге должно побудить адресата проголосовать на выборах за определенного кандидата, партию, блок, движение. Рассмотрим специфику реализации названных стратегий в индивидуальном дискурсе Сергея Цивилева.

I. Стратегия самопрезентации. Самопрезентация — это управление впечатлением, которое политик стремится произвести на аудиторию, это «самоподача» оратора для формирования определенного впечатления о нем самом, его личностных и профессиональных качествах, его целях. Стратегия самопрезентации считается ведущей стратегией политической коммуникации и в той или иной степени присутствует в выступлениях любого политика. При этом в речевом поведении политиков, которым предстоит участие в выборах, самопрезентация выступает как основная стратегия, а в речевом поведении политиков, достигших власти, — как сопутствующая.

Стратегия самопрезентации имеет особую значимость для С. Цивилева, являющегося новым человеком в регионе, поскольку ему необходимо завоевать симпатии и доверие населения, сформировать впечатление о себе как об эффективном менеджере и успешном политике, способном возглавить столь непростой регион в трудное время.

Уже первые поступки и первые публичные выступления на посту заместителя губернатора, а затем и на посту врио губернатора позволили понять, что Сергей Цивилев — человек действия. Его речь лаконична, динамична, информационно насыщена, что вполне соответствует заявленной в качестве основной схеме поведения политика — «Встреча — задача — действие — результат» (см. заголовок в спецвыпуске газеты «Кузбасс. Время быть первыми»).

В процессе знакомства с Кузбассом и его жителями С. Цивилев максимально открыт, об этом свидетельствует как создание личных открытых страниц в социальных сетях, так и готовность говорить о себе. На это указывают и заголовки в уже упомянутом спецвыпуске газеты «Кузбасс», ориентированном на знакомство с новым врио губернатора и на представление его концепции развития региона: «Все, что Вы хотели узнать о Сергее Цивилеве» и «С открытым забралом».

В процессе самопрезентации С. Цивилевым используются следующие тактики: тактика позиционирования, тактика демонстрации профессионального успеха, тактика отождествления, тактика создания «своего круга» и тактика скрытого сопоставления.

1. Тактика позиционирования. Вербализи-

руется лексемами, семантика которых позволяет охарактеризовать политика как человека, обладающего определенным набором положительных качеств. Это ответственность, уверенность, работоспособность, требовательность, жесткость, умение принимать решения и брать на себя ответственность, исполнять взятые на себя обязательства, отказ от поиска легких путей: **Уверенность, способность преодолевать самые трудные ситуации, ни в коем случае не опускать руки...** Скорее, в этом заключается „морская заправка“ (Комсомольская правда); **Я на месте провел совещание и жестко потребовал представить мне график расселения** (Кузбасс. Время быть первыми); **Я специально выбрал самую сложную точку.** ...Скажу честно: меня отговаривали. Но я обещал людям, а значит, не мог не приехать (Кузбасс. Время быть первыми). Многие личностные характеристики напрямую связаны с военно-морским опытом С. Цивилева.

Также последовательно во всех выступлениях развивается основная идея: есть приказ руководства, направленный на благо региона, на благо России, соответственно, главная задача, как это и положено при армейской дисциплине, — выполнить его, способствовать развитию Кузбасса: **Указ президента о моем новом назначении я воспринял, как приказ.** ...Предложение о назначении поступило, и я сразу с этим назначением тут же согласился, приступил к исполнению обязанностей (Комсомольская правда); **Я сделаю все, чтобы быть максимально полезным Кузнецкой земле** (Кузбасс. Время быть первыми).

2. **Тактика демонстрации профессионального успеха.** Политик обращает внимание избирателей «на существенные результаты проделанной им работы, на свой политический опыт, профессиональные успехи, заслуги, достижения» [Атьман 2011: 100]. При использовании данной тактики активно задействованы глаголы и существительные, в семантике которых отражены достижения кандидата, например, глаголы *развили, создали, решили, восстановили*, существительные *успехи, достижения* и т. д., а также качественные прилагательные (*успешный, удачный, эффективный, огромный, быстрый* и др.), числительные (*один, первый*).

Демонстрируя предшествующий опыт, С. Цивилев особо акцентирует внимание на трех этапах своей карьеры: службе в ВМФ, работе в юридической компании, занимающейся реанимацией погибающих предприятий, и создании собственного бизнеса,

а именно угольной компании «Колмар».

Служба в военно-морском флоте является той основой, которая сформировала характер врио губернатора и позволила научиться в любых ситуациях преодолевать стресс, оперативно принимать решения, формировать командный дух и вместе добиваться поставленных целей: **Все психологи, которые прилетели, были задействованы с родственниками пострадавших. И тут мне на помощь приходила подготовка, которую я получил в Вооруженных Силах, на флоте. Нас готовили к серьезным стрессовым ситуациям, и вот эти навыки пригодились в эти ужасные дни.** К сожалению (Комсомольская правда); — **А в дни трагедии в Кемерове вам ваше морское прошлое помогло?** — Конечно, помогло и помогает... (Комсомольская правда).

Деятельность С. Цивилева в юридической компании, сосредоточенной на развитии убыточных предприятий, также значима для региона, поскольку сформировала опыт решения проблем, умение разрабатывать программу реабилитации и развития субъектов экономики: **Решение проблем, связанных с неплатежами и долгами, через банкротство — не самый оптимальный путь.** Он, как правило, заканчивался разрушением предприятий, продажей остатков их имущества. Теряли работу люди, страдал государственный бюджет (Кузбасс. Время быть первыми); **Разрабатывали программу спасения предприятия, привлекали дополнительные деньги, и доводили его до состояния, когда оно могло возвращать долги само.** Деятельность оказалась успешной, реализованы десятки удачных проектов (Кузбасс. Время быть первыми); **Успехи на поприще восстановления гибнущих предприятий привели к идее развития собственного бизнеса** (Кузбасс. Время быть первыми).

История создания с нуля угольной компании «Колмар», в короткие сроки вышедшей в лидеры экономики региона, также значима для Кузбасса с его развитой угольной отраслью и, по оценкам региональных медиа, является иллюстрацией того, как **стать номером один** (Кузбасс. Время быть первыми): **Еще осенью 2014-го мы зашли в голые сопки. Начали строительство горно-обогатительного комбината „Денисовский“.** А весной следующего года уже была построена шахта. **А сейчас на этом месте огромная обогатительная фабрика.** 26 апреля ее будут запускать (Комсомольская правда); **Эта компания была и остается лидером по развитию Дальнего**

Востока. Все проекты у нас — с нуля. У нас нет никаких объектов приватизации. Мы заходили в голое поле и строились в этих тяжелых условиях кризиса. Строились там, где практически никого не осталось, все другие предприятия стали банкротами. И показывали быстрые темпы развития. В прошлом году компания „Колмар“ была признана „Звездой Дальнего Востока“ в номинации „Стратегическое инвестирование“ (Комсомольская правда).

2. **Тактика отождествления**, заключающаяся в демонстрации (явной или имплицитной) символической принадлежности к определенной социальной, статусной или политической группе. Идентификационная модель С. Цивилева опирается на политический вес президента Российской Федерации и возглавляемой им партии «Единая Россия», тем самым акцентируется внимание не только на собственных достоинствах врио губернатора, но и на мощи, силе, «стоящих за его спиной». Подобная тактика также позволяет транспонировать характеристики, с которыми у кузбассовцев ассоциируется В. В. Путин (порядок, стабильность, законность, справедливость, устойчивость), на нового кандидата в губернаторы.

Реализацию названной тактики можно увидеть в следующих фразах: **Указ президента о моем новом назначении я воспринял, как приказ. ...Предложение о назначении поступило, и я сразу с этим назначением тут же согласился, приступил к исполнению обязанностей** (Комсомольская правда); **И, конечно же, надо поднимать Кузбасс. Именно такую задачу поставил мне президент России Владимир Путин, назначив меня исполняющим обязанности главы региона** (Кузбасс. Время быть первыми); **И здесь мы четко следуем в русле тех задач, которые поставил Президент Владимир Путин, когда приехал в Кемерово сразу после трагедии** (Комсомольская правда); **На выборы мы идем единой командой. Командой Президента, командой всех, кто готов работать на благо жителей Кузбасса** (ВКонтакте).

Кроме того, в выступлениях С. Цивилева регулярно присутствуют языковые маркеры, указывающие на близость с президентом: **как сказал президент; во время встречи с президентом; я говорил президенту, что и т. п.: Я имею в виду заботу о людях, заботу о детях. Именно об этом мне говорил и Владимир Владимирович после моего назначения врио губернатора** (Комсомольская правда); **О необходимости приве-**

сти в порядок кузбасские дороги сказал на нашей встрече Президент (ВКонтакте); **Да... Надо еще добавить — и я об этом тоже говорил президенту** (Комсомольская правда). Подобные маркеры также позволяют акцентировать внимание на близости С. Цивилева к президенту, продемонстрировать интерес В. Путина к судьбе Кузбасса, подчеркнуть, что все изменения согласованы и одобрены на самом верху.

3. **Тактика создания «своего круга»**. Разграничение «своих» и «чужих» является традиционным приемом политической борьбы и характерной чертой политической речи. На коммуникативной категории чуждости основывается применение коммуникантами различных тактик, в частности, тактики оппозиционирования (противопоставление иным политикам и политическим группировкам) и тактики создания «своего круга» [Иссерс 2008: 202].

Показательно, что, в отличие от большинства политиков, применяющих тактику оппозиционирования, разделения на своих и чужих, выражающуюся в активном использовании семантической оппозиции «свой — чужой» и ее частного проявления «они — мы», в которой первый член оппозиции является положительно окрашенным, а второй — отрицательно, С. Цивилев оперирует только одним из членов оппозиций (*мы, наш, свой*), что убедительно свидетельствует об отсутствии установки на конфронтацию, о стремлении к кооперации с жителями Кузбасса, формировании круга, где все «свои», все объединены общими интересами и стремятся к общей цели — развитию региона.

На языковом уровне данная тенденция достигается за счет активного использования С. Цивилевым местоимения *мы* в значении «мы с вами», «мы вместе»: **Важно, чтобы мы все трагедию 25 марта осмыслили** (Комсомольская правда); **Мы работали все, как одна команда, у каждого были свои обязанности, все очень соперничали, каждый занимался своим делом** (Комсомольская правда); **Не могу обещать, что будет все и сразу, но двигаться в направлении решения этих задач мы будем обязательно** (Кузбасс. Время быть первыми); **Мы устроим в Кузбассе такую жизнь, что люди будут не уезжать из родных мест, наоборот, со всей страны будут стремиться сюда** (Кузбасс. Время быть первыми).

Активное употребление местоимения *мы* и его производных *нас, наших* и т. д. предполагает стирание границ между политиком и кузбассовцами, демонстрирует его стремление стать частью региона: **Многие люди начали переосмысливать, что нам надо**

сделать, чтобы такая трагедия больше не повторилась, что нам надо предпринять, чтобы дети наши могли спокойно ходить в школу, в кино, чтобы безопасность ребят была обеспечена (Комсомольская правда); Всего у нас в Кузбассе сейчас 15 тысяч 918 таких ребяташек. Вот лично для меня — это не голая статистика. Это — судьбы детей (Комсомольская правда); Так сложилось, что мой приход в регион совпал со страшным событием, навсегда разделившим нашу жизнь огненной чертой на период до и после „Зимней вишни“ (Кузбасс. Время быть первыми); Я сделаю все, чтобы быть максимально полезным Кузнецкой земле. А земля у нас замечательная, люди здесь — самые лучшие, первые во всем (Кузбасс. Время быть первыми); Люди связывают свои надежды с обновлением региональной власти, и права обмануть их у нас просто нет (Кузбасс. Время быть первыми); Все в наших руках, все сделаем (Кузбасс. Время быть первыми); Увеличение темпов экономического роста — одна из важнейших задач, стоящих перед нами (Кузбас2035. рф); Но главная наша ценность — это люди (Кузбас2035.рф).

4. *Тактика скрытого противопоставления.* Многие политики для достижения своих целей идут по наиболее простому пути — выбирают стратегию дискредитации своих политических оппонентов и политических предшественников. Показательно, что данная стратегия совершенно не используется Сергеем Цивилевым, и это уже положительно характеризует нового врио главы области. Для него характерна исключительно тактика скрытого противопоставления предыдущему губернатору, и даже она проявляется не столько в высказываниях, сколько в поведении, и это сразу отмечают региональные массмедиа: *Губернаторский микроавтобус без эскорта и кортежа видят в разных уголках области (Кузбасс. Время быть первыми).* Данная фраза представляет собой скрытую реакцию на слова, сказанные во время событий в «Зимней вишне» Аманом Тулеевым, согласно которому он не прибыл на место трагедии по просьбе министра МЧС, чтобы его кортеж не мешал работам спасателей. Данное заявление вызвало в тот момент волну негативных комментариев по всей стране.

Региональные массмедиа активно развивают обозначенное противопоставление: *Сергей Цивилев демонстрирует неслышанную для Кемеровской области открытость. Импровизированные встречи с людьми, которых никто не отбирает и не готовит заранее и которые говорят главе*

области все, что думают (Кузбасс. Время быть первыми); Сергей Цивилев демонстрирует новый стиль руководства — динамичный, демократичный. Он не боится посещать самые проблемные точки и выходить к людям (Кузбасс. Время быть первыми).

Следует отметить, что ранний период деятельности А. Г. Тулеева также характеризовался открытостью, динамичностью, готовностью выходить к людям и решать самые сложные проблемы на местах (вспомним, например, его переговоры с шахтерами во время забастовок 1990-х). Но в последние годы по объективным причинам, связанным с серьезными проблемами со здоровьем, подобная мобильность и открытость была уже в принципе невозможна. Проблемы губернатора со здоровьем, что вполне естественно, не афишировались и потому не были известны представителям федеральных медиа, а тем более обычным жителям страны, что и вызвало столь незаслуженно бурную реакцию на поведение Амана Тулеева после трагедии.

Тем не менее в данный момент объектом сравнения в массмедиа и социальных сетях становятся модели поведения А. Тулеева именно позднего периода, предшествовавшего кузбасской трагедии, и моделей поведения сменившего его на посту С. Цивилева. Во многом такое сопоставление напоминает сравнение моделей поведения Б. Ельцина позднего периода и пришедшего ему на смену динамичного, мобильного В. Путина в 2000-е. Сходство данных ситуаций также привлекает внимание прессы и становится эффективным способом продвижения кандидатуры нового руководителя области.

В заключение характеристики данной стратегии следует отметить, что понятие самопрезентации также тесно связано с коммуникативными ролями [Стернин 2001], или, в иной терминологии, имиджевыми ролями [Иссерс 2002], речевыми масками [Чудинов 2006] политика. Используемые С. Цивилевым тактики самопрезентации являются отражением коммуникативных ролей *Кадровый военный (моряк), Эффективный антикризисный менеджер, Доверенное лицо президента*, что в совокупности формирует образ руководителя региона — человека действия, по-военному точного и исполнительного, требовательного к себе и другим, умеющего быстро принимать решения и действовать в кризисных ситуациях, хорошо разбирающегося в проблемах значимой для Кузбасса угольной отрасли, умеющего выявлять проблемы и находить эффективные

пути их решения, способного продумать концепцию развития региона.

II. Эмоционально настраивающая стратегия. В политической коммуникации важное место в арсенале средств воздействия на массы занимают эмоции, чувства, образы. Обращение к эмоциям и чувствам адресата всегда является эффективным.

1. *Контактоустанавливающая тактика*, ориентированная на установление и поддержание контакта говорящего с адресатом, но не только и не столько ради самого контакта (как в случае фатической речи), а для оказания определенного эмоционального воздействия на аудиторию с целью обеспечения максимально эффективной коммуникации [Никифорова 2016: 136].

Обращаясь к аудитории, С. Цивилев использует преимущественно эмоционально окрашенные апеллативы, основным из которых является апеллатив *дорогие друзья* (реже — *уважаемые кузбассовцы*), что способствует созданию эффекта доверительных отношений между говорящим и аудиторией: *Дорогие друзья! Кузбасс по праву называют промышленным сердцем Сибири* (Кузбасс2035.рф); *Рассчитываю на вашу помощь советом, дорогие друзья* (Кузбасс. Время быть первыми); *Дорогие друзья. Каждую неделю я получаю детальную информацию о ваших предложениях в Стратегию развития области на сайте „Кузбасс-2035.рф“* (Вконтакте); *Уважаемые кузбассовцы! Так сложилось, что мой приход в регион совпал со страшным событием...* (Кузбасс. Время быть первыми). С помощью подобных обращений происходит апелляция к таким значимым понятиям, как уважение и дружба, и это создает необходимый эмоциональный фон и способствует установлению прочного контакта с аудиторией.

2. *Тактика сопереживания.* Представляет собой объединение своего переживания и переживания других людей («я с вами, я понимаю / разделяю вашу проблему»). В первую очередь сопереживание проявляется в готовности Сергея Цивилева разделить с жителями региона ту боль, которая связана с произошедшей в Кузбассе трагедией: *Так сложилось, что мой приход в регион совпал со страшным событием, навсегда разделившим нашу жизнь огненной чертой на период до и после „Зимней вишни“. Эта трещина прошла и через мое сердце* (Кузбасс. Время быть первыми); *Я в тот момент больше думал, что они, — эти люди, потерявшие близких, чувствуют, как справляются со своим горем... Я представлял, насколько этим людям тяжело, и старался прочувствовать до конца, насколько это возможно,*

всю их боль. Было очень тяжело (Комсомольская правда).

Сопереживание, уважение к чужой боли выражается и невербальными средствами. В частности, широкий резонанс получил поступок С. Цивилева, опустившегося во время стихийного митинга на площади Советов на колени перед родственниками погибших в «Зимней вишне». Впоследствии этот жест был прокомментирован им следующим образом: *Я преклонил колени по нашей воинской традиции. И это был эмоциональный поступок человека, офицера, который видел боль родственников, видел трагедию* (Комсомольская правда); *...Я преклонил колени перед памятью погибших детей, погибших взрослых людей в этой трагедии, перед болью родственников, которые остались живы. Поступок мой был связан только с моими собственными переживаниями, с моими собственными эмоциями* (Комсомольская правда).

В случае С. Цивилева речь идет не об использовании трагического события как способа заработать дешевый авторитет, это реальная, каждодневная, ориентированная на длительную перспективу помощь пострадавшим и их родственникам: *Я сделаю все, что только могу, чтобы помочь родственникам погибших залечить раны* (Комсомольская правда); *Папка с именами погибших еще долго будет на моем столе* (Комсомольская правда); *Я беседовал с каждой семьей лично. Еще в должности заместителя губернатора. И потом еще мы встречались, когда меня назначили временно исполняющим обязанности главы региона. Эта работа только началась. Она, повторю, на долгие годы. Мы никогда не бросим* (Комсомольская правда).

Трагедия «Зимней вишни» сблизила всех жителей области, в том числе кузбассовцев и нового в регионе человека С. Цивилева, стала отправной точкой для устранения причин произошедшего, для работы по решению проблем региона и его дальнейшему развитию: *Важно, чтобы мы все трагедию 25 марта осмыслили и сделали так, чтобы не только она никогда не смогла повториться, но самое главное, чтобы мы вывели совсем на другой уровень то основное, ради чего занимаем свои руководящие посты. Я имею в виду заботу о людях, заботу о детях* (Комсомольская правда).

3. *Тактика комплимента.* Основная функция комплимента — установление контакта и поддержание добрых отношений [Иссерс 2008: 178]. Комплимент по своей природе является «позитивным» речевым актом, он

направлен на эмоциональное сближение, создание расположения к себе. Тактика комплимента способствует «переводу» стиля общения в неформальный, позволяет сократить расстояние между участниками коммуникации.

Комплимент представляет собой попытку дать понять адресату/адресатам, что он или отдельные его качества нравятся говорящему. В высказываниях С. Цивилева объектом позитивной оценки становятся Кузбасс и проживающие в нем люди. Для этого используются качественные прилагательные и производные от них наречия (*замечательный, лучший, талантливый, умный* и др.): **А земля у нас замечательная, люди здесь — самые лучшие, первые во всем** (Кузбасс. Время быть первыми); **Поверьте, в Кузбассе талантливых, умных, порядочных людей не меньше, чем где-нибудь, а может и больше** (Комсомольская правда); **Впечатляет, насколько многие из вас глубоко знают проблемы области, видят их решение** (ВКонтакте); **Кузбасс — очень богатый регион** (Кузбасс. Время быть первыми).

Использование тактики комплимента не только позволяет гармонизировать процесс коммуникации, но и становится логичной предпосылкой для обоснования того, что регион заслуживает лучшей жизни, а также объясняет стремление приезжего врио губернатора стать одним из кузбассовцев и направить все свои силы на развитие области.

III. Стратегия консолидации. Реализует задачу объединения, интеграции для достижения общей цели, что соответствует архетипу поведения русского человека «действовать вместе и сообща», стремиться к единству и общности. В силу архетипичности данной стратегии, значимости идей единения и соборности для русской ментальности элементы данной стратегии проявляются и в ряде тактик иных стратегий, например, в тактике создания «своего круга» (стратегия самопрезентации), тактике сопереживания (эмоционально настраивающая стратегия).

1. Командная тактика. Заключается в стремлении объединить усилия и создать команду, которая будет добиваться решения поставленных задач: **Я планирую команду создавать в первую очередь из жителей Кузбасса. ...И только тех специалистов, которых нам не хватает, я буду привлекать из других регионов** (Комсомольская правда). Значимость данной тактики проявляется в повторях лексемы команда в пределах одного контекста: **На выборы мы идем единой командой. Командой Президента, командой всех, кто готов работать на благо жителей Кузбасса** (ВКонтакте).

2. Тактика компромисса. Готовность к обсуждению проблем, выработке совместных решений, готовность к взаимным уступкам позволяет избежать конфликтов и является надежной основой долговременного сотрудничества. Языковыми маркерами данной тактики являются глаголы и устойчивые выражения *обсудить, договориться, прийти к общему мнению* и др.: **В итоге нам удалось прийти к общему мнению о том, что социальное партнерства города и государства выгодно всем** (Кузбасс. Время быть первыми).

3. Диалогическая тактика. Большинство политиков в разработке своих программ и изложении своих взглядов монологичны, они озвучивают свою точку зрения как некую догму и не допускают существования альтернативных взглядов, невосприимчивы к иному мнению.

Для Сергея Цивилева, напротив, характерно обсуждение стратегии развития региона как с экспертами в соответствующих областях, так и кузбассовцами, не понаслышке знакомыми с проблемами родного края. Постоянный диалог с жителями области, стремление услышать жителей региона и специалистов, узнать реакцию на предложенные инициативы, обсудить происходящие изменения — все это проявления диалогической тактики.

На языковом уровне данная тактика эксплицируется в высокой частотности глаголов ожидания и обсуждения (*жду, посоветоваться, обсудить* и др.), субстантивов *совет, инициатива, предложение, проект, мнение*, конструкций с лексемами *услышано, изучено* и других единиц, указывающих на готовность к восприятию предлагаемых жителями региона концепций его развития: **Рассчитываю на вашу помощь советом, дорогие друзья. Всегда открыт для диалога** (Кузбасс. Время быть первыми); **Для меня важно, чтобы жить в Кузбассе было комфортно и удобно нам всем. А вот как этого достичь, я хочу посоветоваться с вами** (Кузбас2035.рф); **Мы продолжаем сбор предложений, и каждая ваша идея будет изучена, каждое предложение будет услышано. Спасибо за ваше неравнодушие** (ВКонтакте); **Жду ваших инициатив и предложений по включению значимых, на ваш взгляд, проектов в Стратегию социально-экономического развития Кемеровской области, над которой сейчас трудятся специалисты и эксперты** (Кузбас2035.рф). Значимость мнения кузбассовцев, хорошо знающих проблемные точки своего региона и потому способных предложить необходимые направления модернизации,

подчеркивается также с помощью маркера *на ваш взгляд*.

Открытость и готовность к диалогу нового врио губернатора регулярно отмечается региональными массмедиа: *Сергей Цивилев демонстрирует неслыханную для Кемеровской области открытость* (Кузбасс. Время быть первыми); *С открытым забралом* (Заголовок в выпуске «Кузбасс. Время быть первыми»).

4. Тактика интерактивности. Данная тактика содержательно соответствует тактике диалогичности, отличаясь от ее исключительно ориентацией на принципиально новый канал взаимодействия. Сегодня реализации стратегии диалогичности способствуют новые дискурсивные практики, которые рождаются благодаря современным медиа-технологиям, обеспечивающим «обратную связь» политика с народом. Типичной формой политической коммуникации становится отсылка к сайтам политика и партии, которую он представляет, личным страницам в социальных сетях.

Практически сразу же после назначения временно исполняющим обязанности губернатора Кемеровской области у Сергея Цивилева появились официальные страницы в сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», «Фейсбук», «Инстаграм», оперативно был создан персональный сайт (<https://sergeysivilev.ru/>), на котором есть виртуальная приемная и существует возможность заявить о своих инициативах. За короткий промежуток работы сайта на нем уже зафиксировано 14 228 обращений, рассмотрено 17 230 вопросов, регулярно проводятся опросы общественного мнения.

На интерактивность нового руководителя области практически сразу же обратили внимание региональные массмедиа: *Сергей Цивилев демонстрирует неслыханную для Кемеровской области открытость. ... Публичные страницы в социальных сетях — „ВКонтакте“ и „Фейсбук“, „Инстаграм“.* Любой желающий может оставить там свой комментарий (Кузбасс. Время быть первыми).

Языковыми маркерами интерактивной тактики являются глаголы *пишите, отправляйте, связывайтесь, направляйте* и другие, обозначающие призыв к диалогу, обусловленный современными возможностями осуществления обратной связи: *Свои предложения вы можете направить мне по любому удобному для вас каналу связи:* 1) <https://ako.ru/> (сайт администрации Кемеровской области, раздел «Обращения граждан»); 2) kuzbass-2035.pf (сайт Стратегии); 3) https://vk.com/sergey_tsivilev (мой

официальный аккаунт в социальной сети „ВКонтакте“); 4) <https://www.facebook.com/tsivilev42/> (мой официальный аккаунт в социальной сети „Фейсбук“); 5) postmaster@ako.ru (электронная почта); 6) 650064, Кемерово, пр-т. Советский, 62 (Кузбас2035.pf). С вашей помощью составим перечень самых проблемных мест и предложений в программу строительства и реконструкции дорог на следующий год. **Также можно направлять ваши предложения на мой сайт** <https://sergeysivilev.ru/> (ВКонтакте).

Сергей Цивилев отмечает, что есть активный отклик кузбассовцев, небезразличных к судьбе своего региона: *Дорогие друзья. Каждую неделю я получаю детальную информацию о ваших предложениях в Стратегию развития области на сайте Кузбасс-2035.pf* (ВКонтакте).

IV. Информационно-интерпретационная стратегия. Важное место в речевой деятельности политиков занимает подача информации и ее интерпретация. Данная стратегия представлена в дискурсе Сергея Цивилева следующими тактиками: тактика признания существования проблемы, тактика указания на путь решения проблемы, тактика прогнозирования.

1. Тактика признания существования проблемы. В связи с тем, что Сергей Цивилев возглавил регион в кризисный момент, а также поскольку сам по себе регион является достаточно сложным, ему часто приходится акцентировать внимание на проблемах, существующих в городе и регионе, т. е. активное применение получает тактика признания проблемы.

На языковом уровне тактика представлена в виде высказываний бытийного типа, часто с предикатами *существует, имеет место быть, есть*. Частотны высказывания, в которых лексема *проблема* употребляется во множественном числе, что в очередной раз позволяет подчеркнуть сложную ситуацию в регионе: *Случившееся — результат не трагического стечения обстоятельств, а серьезных системных проблем, накопившихся в регионе* (Кузбасс. Время быть первыми); *Услышал и зафиксировал основные проблемы* (Кузбасс. Время быть первыми).

Продуктивны также пропозиции деструктивного состояния, глаголы с семантикой ухудшения состояния: *Инвестиции в основные средства региона упали с 225,1 млрд рублей в 11-м году до 208,1 млрд в 17-м* (Кузбасс. Время быть первыми); *Развитие городской среды сильно отстаёт от экономического потенциала Кузбасса* (Кузбасс. Время быть первыми).

Регулярно признание существования проблемы выражается высказываниями с предикатами — оценочными прилагательными. Среди них наиболее частотными являются прилагательные *критический, системный, серьезный, важный, сложный* в сочетаниях с именами существительными *проблема, вопрос, положение, ситуация*: **Экологическая ситуация в Кузбассе является критической** (Кузбасс. Время быть первыми); *Случившееся — результат не трагического стечения обстоятельств, а серьезных системных проблем, накопившихся в регионе* (Кузбасс. Время быть первыми).

В выступлениях С. Цивилева данная тактика не носит констатирующего характера, т. е. используется не для того, чтобы акцентировать внимание на промахах и недоработках команды предшественников, а выступает как указание на некую отправную точку, с которой нужно начинать дальнейшую работу по развитию региона.

2. *Тактика указания на путь решения проблемы.* Названная тактика предполагает описание возможных способов решения проблем и возможных результатов решения. При указании на возможность решения проблемы на речевом уровне маркерами являются глагольные формы будущего времени: **Будет совершен прорыв по всем направлениям, который позволит затем выйти на устойчивое динамичное развитие** (Кузбасс. Время быть первыми); *Не могу обещать, что будет все и сразу, но двигаться в направлении решения этих задач мы будем обязательно* (Кузбасс. Время быть первыми).

Активно используются сложные формы сказуемого, включающие модальное слово и глагол совершенного вида в форме инфинитива, причем часто в безличном употреблении, что подчеркивает объективную необходимость действий, делает предложенные шаги категорически неизбежными [Паршина 2005: 135] — *нужно сделать, должны состояться, должно проводить*: **...нужно наводить порядок, очищать государственный аппарат от коррупционной ржавчины** (Кузбасс. Время быть первыми).

Широко используются глаголы с семантикой улучшения состояния, указывающие на восстановление нормального состояния объекта: *Наша задача — поднять Кузбасс* (Кузбасс. Время быть первыми); *Как мы станем поднимать Кузбасс* (Кузбасс. Время быть первыми); *Нужно... очищать государственный аппарат от коррупционной ржавчины* (Кузбасс. Время быть первыми); *Наша задача в 2018—2019 годах переломить негативную демографиче-*

скую динамику в регионе (Кузбасс. Время быть первыми).

Характерной особенностью рассматриваемой тактики у Сергея Цивилева является регулярное использование лексем с семантикой знания (*знаю, известно* и т. д.), призванных подчеркнуть, что новый руководитель региона четко представляет способы решения проблем: *У Кузбасса есть все предпосылки к тому, чтобы стать по своему развитию регионом номер один в России к востоку от Урала. Я знаю, как это сделать, и мы сделаем это* (Кузбасс. Время быть первыми); *Я знаю, как это работает. Все в наших руках, все сделаем* (Кузбасс. Время быть первыми).

Усиливают эффективность данной тактики также регулярно используемые Сергеем Цивилевым образы рычага и точки опоры: *Как говорил Архимед, дайте мне точку опоры — и я подниму землю. Действительно, главное в любом деле — найти точку опоры, на которой закрепляется рычаг, и с его помощью поднимается любой вес, решается задача любой сложности. Наша задача — поднять Кузбасс, сделать его регионом номер один на всей огромной территории к востоку от Урала. Силы для этого есть, ресурсы имеются, рычаги известны, важно найти точки опоры* (Кузбасс. Время быть первыми).

Умелое использование тактики указания на путь решения проблемы, особенно при ответах на вопросы жителей региона, в конечном итоге дает надежду на лучшее будущее, нейтрализует негативное отношение населения к ситуации в области, способствует формированию чувства доверия к новому руководителю области.

3. *Тактика прогнозирования.* Заключается в указании на перспективы, в прогнозировании развития событий [Chudinov, Solopova 2015], выражении стратегических целей, позиций и намерений говорящего. Наиболее активно используется кандидатами, участвующими в избирательной кампании, так как предполагает демонстрацию результатов, к которым стремится политик, прогнозирует развитие ситуации в регионе: **Мы устроим в Кузбассе такую жизнь, что люди будут не уезжать из родных мест, наоборот, со всей страны будут стремиться сюда** (Кузбасс. Время быть первыми).

Ключевые слова, с помощью которых прогнозируется будущее Кузбасса в дискурсе Сергея Цивилева, это *рывок* и *прорыв*, указывающие на резкое, динамичное изменение, инновационное по своей сути: *Будет совершен прорыв по всем направлениям, который позволит затем выйти на устой-*

чивое динамичное развитие. **Этот прорыв неизбежен, как восход солнца, если каждый из нас станет первым на своем участке** (Кузбасс. Время быть первыми); *В эти минуты идет подписание трехстороннего соглашения между РЖД, администрацией Кемеровской области и всеми грузоотправителями Кузбасса. Благодаря ему мы сделаем рывок в развитии промышленности* (a42.ru).

Особая роль в прогнозировании будущего Кузбасса отводится числительным **один** и **первый**, указывающим на исключительный статус, к которому необходимо стремиться региону: *Её (стратегии. — О. К.) цель — сделать Кузбасс регионом № 1 за Уралом не только по темпу роста экономики, но и по качеству жизни* (Кузбасс2035.рф); *У Кузбасса есть все предпосылки к тому, чтобы стать по своему развитию регионом номер один в России к востоку от Урала* (Кузбасс. Время быть первыми); *Но если люди понимают, что каждый должен стать первым, во имя чего и для чего, — они всех порвут! Поверьте: вы скоро увидите такие изменения в Кузбассе* (Кузбасс. Время быть первыми); *Этот прорыв неизбежен, как восход солнца, если каждый из нас станет первым на своем участке* (Кузбасс. Время быть первыми); *Сегодня настало время обновления, время становиться первыми. При этом первым будет не один-единственный человек — первыми должны стать сотни, тысячи людей. Неважно, чем ты занимаешься; неважно, кто ты и сколько тебе лет. Важно, что ты выбрал участок и на этом участке стал первым — на производстве, в поле, спорте, медицине, искусстве, бизнесе... Все, кто стал первым и кто стремится быть первым, получают повсеместную поддержку властей. И когда количество первых достигнет критической массы, Кузбасс станет номером один* (Кузбасс. Время быть первыми).

Значимость данных числительных в лингвистическом прогнозировании Сергея Цивилева подтверждается не только их частотностью, но и вынесением в заглавие специального выпуска областной газеты «Кузбасс» (вышел 22 мая 2018 г.), который был посвящен новому врио губернатора.

Проведенный анализ позволил выявить основные особенности речевого поведения врио губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева, установить характерные для его индивидуального дискурса стратегии и тактики. Наиболее востребованными оказались стратегия самопрезентации и консолидации, а также эмоционально настраиваю-

щая и информационно-интерпретационная стратегии.

Доминирование перечисленных стратегий объясняется как объективно сложившейся в Кузбассе ситуацией, так и личностными особенностями нового руководителя области. В частности, статус новой фигуры в регионе и необходимость сформировать представление о себе и своей программе определили продуктивность стратегий самопрезентации (презентация своих личностных и профессиональных качеств, стремление вписать себя в политический контекст, обозначить принадлежность к определенной политической группе и сформировать в регионе круг единомышленников) и информационно-интерпретационной (выявление проблем региона, обозначение пути их решения и перспектив развития области). Личностными характеристиками определяется продуктивность эмоционально настраивающей стратегии (умение видеть достоинства региона и его жителей и апеллировать к этим качествам, сопереживать участникам произошедшей в Кузбассе трагедии) и стратегии консолидации (стремление вступить в диалог с жителями области, совместно обсуждать существующие проблемы, формировать команду, которая вместе сможет сделать Кузбасс одним из лучших регионов России).

Показательно, что совершенно не характерны для нового руководителя региона широко распространенные в современной политической коммуникации стратегия дискредитации и стратегия агитации. С. Цивилев стремится к достижению своей цели (превратить Кузбасс в регион-лидер), избегая прямой критики и тем более оскорбления политических предшественников и политических конкурентов, избегает тактики оппозиционирования, предполагающей деление на своих и чужих, т. е. стремится создать команду единомышленников, объединенную общей любовью к региону и небезразличных к его судьбе, готовых совершенствовать свои профессиональные навыки и работать на благо Кузбасса.

Отсутствие в коммуникативном репертуаре Сергея Цивилева стратегии агитации (в выступлениях нет прямых призывов проголосовать за его кандидатуру на выборах губернатора в сентябре) демонстрирует, что победа на выборах не является для политика самоцелью, главная цель, на которой он сосредоточен, — выполнить поставленную президентом задачу и вывести регион на новый уровень.

Перечисленные особенности позволяют сделать вывод, что из двух существующих в

мире политики типов коммуникации, конфликтной (конфронтационной) и кооперативной, С. Цивилеву свойственна кооперативная по сути коммуникация, представляющая собой речевое взаимодействие, «характеризующееся позитивной направленностью, реализующееся в наборе кооперативных стратегий и тактик, в стремлении участников процесса интеракции к достижению взаимопонимания, к реализации координированных и согласованных когнитивных и речевых действий, к конструированию толерантного и вежливого сценария межличностного и межнационального взаимодействия» [Кошкарлова 2015: 19].

Доминирование кооперативного типа коммуникации находится в полном соответствии с поведенческой практикой временно исполняющего обязанности губернатора области Сергея Цивилева, который за короткое время смог успешно интегрироваться в жизнь региона, консолидировать усилия кузбассовцев и внешних специалистов, сформировать свою команду. В полном объеме оценить эффективность избранных коммуникативных стратегий и тактик можно будет после 9 сентября 2018 г. — дня, когда в регионе состоятся выборы губернатора.

ИСТОЧНИКИ

1. Официальный сайт врио губернатора Кемеровской области Сергея Цивилева [Электронный ресурс]. URL: <https://sergeytsivilev.ru/>.
2. Кузбасс. Время быть первыми (спецвыпуск газеты «Кузбасс»). 2018. 22 мая.
3. Официальный аккаунт С. Цивилева в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. URL: https://vk.com/sergey_tsivilev (дата обращения: 28.04.2018).

O. N. Kondrat'eva
Kemerovo, Russia

STRATEGIES AND TACTICS IN THE DISCOURSE OF THE REGIONAL POLITICIAN (ON THE SPEECHES OF KEMEROVO REGION CARETAKER GOVERNOR SERGEY TSIVILEV)

ABSTRACT. *The research is executed within the frames of political linguopersonology and is devoted to the analysis of discourse of a new figure in the regional policy — Caretaker Governor of Kemerovo region Sergey Tsivilev. The goal of this research is to analyze speech strategy and tactics of the politician and to define the type of communication peculiar to him (confrontation or cooperation). The material is based on the first speeches and texts of Sergei Tsivilev, which appeared after his appointment to a new post. The analysis has allowed to establish, that the most demanded are the strategies of self-presentation and consolidation, as well as emotional-adjusting and information-interpretation strategies. Domination of the listed strategies is explained by the current situation in Kuzbass and personal features of the new head of the region. It is interesting, that for Sergey Tsivilev the strategy of propaganda and the strategy of defamation are not typical, although they are widely used in modern political communication. The main objective of the politician is not the victory in elections, but the solution of the problems raised by the President — development of Kuzbass region and high quality of life in the region. The politician aspires to achieve the objective, avoiding direct criticism and insult of political predecessors, focusing on professional qualities of the team and the problems they face. These features allow us to conclude that from the two types of communication policy (confrontation and cooperation) existing in the world, S. Tsivilev is characterized by cooperative communication, characterized by a positive orientation and focused on consolidating the efforts of participants in political processes.*

KEYWORDS: *political communication; linguistic personology; linguistic persona; political discourse; political leaders; political rhetoric; political speeches; communicative strategies; communicative tactics; governor.*

ABOUT THE AUTHOR: *Kondratyeva Olga Nikolayevna, Doctor of Philology, Professor, Department of the Russian Language, Deputy Director for Academic Activities, Institute of Philology, Foreign Languages and Media Communication, Kemerovo State University, Kemerovo, Russia.*

REFERENCES

1. Ofitsial'nyy sayt vrio gubernatora Kemerovskoy oblasti Sergeya Tsivileva [Elektronnyy resurs]. URL: <https://sergeytsivilev.ru/>.

4. Стратегия развития Кемеровской области — 2035 [Электронный ресурс]. URL: kuzbass-2035.pf/press-reliz.

5. Цивилев С. Родственники погибших мечтают восстановить свои семьи. И я сделаю все, что только могу, чтобы помочь им залечить раны [Электронный ресурс] // Комсомольская правда. 2018. 12 апр. URL: https://www.kem.kp.ru/daily/26818.4/3854342/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com (дата обращения: 20.04.2018).

ЛИТЕРАТУРА

6. Атьман О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США // Политическая лингвистика. 2011. № 1 (35). С. 96—102.
7. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. — М. : Изд-во ЛКИ, 2008. 288 с.
8. Никифорова М. В. Динамика речевого портрета регионального политика (на материале устной диалогической речи мэра Екатеринбурга Е. В. Ройзмана) : дис. ... канд. филол. наук. — Екатеринбург, 2016. 253 с.
9. Никифорова М. В. Методология и методика лингвополитической персонологии // Теория и методика лингвистического анализа политического текста / отв. ред. А. П. Чудинов ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург, 2016. С. 182—198.
10. Кошкарлова Н. Н. Конфликтный и кооперативный типы русскоязычного дискурса в межкультурном политическом пространстве : дис. ... д-ра. филол. наук. — Екатеринбург, 2015. 441 с.
11. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... д-ра филол. наук. — Саратов, 2005. 325 с.
12. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. — Воронеж : Изд-во ВГУ, 2001. 228 с.
13. Филаткина Г. С. Коммуникативные стратегии в политическом медиадискурсе президентов Венесуэлы, Эквадора, Бразилии (1999—2014 гг.) : дис. ... канд. филол. наук. — М., 2015. 265 с.
14. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса : моногр. — Волгоград : Перемена, 2000. 367 с.
15. Чудинов А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие. — М. : Флинта : Наука, 2006. 254 с.
16. Chudinov A., Solopova O. Linguistic political prognostics; models and scenarios of future // Procedia — Social and Behavioral Sciences. 2015. P. 412—417.

2. Кузбасс. Время быть первыми (спецвыпуск газеты «Кузбасс»). 2018. 22 мая.

3. Ofitsial'nyy akkaunt S. Tsivileva v sotsial'noy seti «Vkontakte» [Elektronnyy resurs]. URL: https://vk.com/sergey_tsivilev (data obrashcheniya: 28.04.2018).
4. Strategiya razvitiya Kemerovskoy oblasti — 2035 [Elektronnyy resurs]. URL: kuzbass-2035.rf/press-reliz.
5. Tsivilev S. Rodstvenniki pogibshikh mechtayut vosstanovit' svoi sem'i. I ya sdelayu vse, chto tol'ko mogu, chtoby pomoch' im zalechit' rany [Elektronnyy resurs] // Komsomol'skaya pravda. 2018. 12 apr. URL: https://www.kem.kp.ru/daily/26818.4/3854342/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com (data obrashcheniya: 20.04.2018).
6. At'man O. V. Verbalizatsiya strategii samoprezentatsii v prezidentskikh predvybornykh teledebatakh kak agonal'nom zhanre politicheskogo diskursa SShA // Politicheskaya lingvistika. 2011. № 1 (35). S. 96—102.
7. Issers O. S. Kommunikativnye strategii i taktiki russkoy rechi. — M. : Izd-vo LKI, 2008. 288 s.
8. Nikiforova M. V. Dinamika rechevogo portreta regional'nogo politika (na materiale ustnoy dialogicheskoy rechi mera Ekaterinburga E. V. Royzman) : dis. ... kand. filol. nauk. — Ekaterinburg, 2016. 253 s.
9. Nikiforova M. V. Metodologiya i metodika lingvopoliticheskoy personologii // Teoriya i metodika lingvisticheskogo analiza politicheskogo teksta / otv. red. A. P. Chudinov ; Ural. gos. ped. un-t. — Ekaterinburg, 2016. S. 182—198.
10. Koshkarova N. N. Konfliktnyy i kooperativnyy tipy russkoyazychnogo diskursa v mezhkul'turnom politicheskom prostranstve : dis. ... d-ra. filol. nauk. — Ekaterinburg, 2015. 441 s.
11. Parshina O. N. Strategii i taktiki rechevogo povedeniya sovremennoy politicheskoy elity Rossii : dis. ... d-ra filol. nauk. — Saratov, 2005. 325 s.
12. Sternin I. A. Vvedenie v rechevoe vozdeystvie. — Voronezh : Izd-vo VGU, 2001. 228 s.
13. Filatkina G. S. Kommunikativnye strategii v politicheskom mediadiskurse prezidentov Venesuely, Ekvadora, Brazili (1999—2014 gg.) : dis. ... kand. filol. nauk. — M., 2015. 265 s.
14. Sheygal E. I. Semiotika politicheskogo diskursa : monogr. — Volgograd : Peremena, 2000. 367 s.
15. Chudinov A. P. Politicheskaya lingvistika : ucheb. posob. — M. : Flinta : Nauka, 2006. 254 s.
16. Chudinov A., Solopova O. Linguistic political prognostics; models and scenarios of future // Procedia — Social and Behavioral Sciences. 2015. P. 412—417.