

Ryčeva, Jekaterina Aleksejevna

**К вопросу об имиджевых жанрах политического дискурса**

*Opera Slavica*. 2020, vol. 30, iss. 4, pp. 23-33

ISSN 1211-7676 (print); ISSN 2336-4459 (online)

Stable URL (DOI): <https://doi.org/10.5817/OS2020-4-2>

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/143018>

License: [CC BY-SA 4.0 International](#)

Access Date: 16. 02. 2024

Version: 20220831

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

# К вопросу об имиджевых жанрах политического дискурса

## On the Issue of Image Genres of Political Discourse

Екатерина Алексеевна Рычева

(Прага, Чехия)

### Абстракт:

В настоящее время наблюдается модификация жанров политического дискурса и коммуникационных каналов, с помощью которых политики общаются с широкой аудиторией. Некоторые жанры политического дискурса используются для формирования, сохранения и трансформации образа политика, поэтому их следует рассматривать в качестве особых «имиджевых» жанров. К традиционным имиджевым жанрам относится телеинтервью, в ходе которого журналист стремится поддержать образ политика или раскрыть его с неожиданной стороны. Телеинтервью может входить в состав различных гибридных жанров («Прямая линия в Владимиром Путиным», «Разговор с Дмитрием Медведевым»). Самым актуальным имиджевым жанром политического дискурса является блог политика в социальных сетях, который позволяет адресанту осуществлять коммуникативное воздействие на аудиторию в режиме реального времени.

### Ключевые слова:

дискурс; политический дискурс; имидж политика; имиджевый жанр политического дискурса; прагматический эффект; блог

### Abstract:

Nowadays, there is a modification of the genres of political discourse and communication channels which help politicians to influence on society. Some genres of political discourse are used to form, preserve and transform the image of a politician, so they

should be considered as special “image” genres. The traditional image genres include television interviews, when a journalist seeks to support the image of a politician or to reveal it from an unexpected angle. Television interviews can be a part of various hybrid genres (“Direct Line with Vladimir Putin”, “Conversation with Dmitry Medvedev”). The most relevant image genre of political discourse is a blog of politicians in social networks, which allows the addressee to influence on the audience in real time.

**Key words:**

discourse; political discourse; image of a politician; image genre of political discourse; pragmatic effect; blog

Тектонические сдвиги в современном обществе отражаются в модификации характера политического дискурса, заставляя политиков находить наиболее эффективные средства и каналы общения с аудиторией. В некоторых случаях успешность того или иного политика измеряется не эффективностью его профессиональной деятельности, а его узнаваемостью в обществе и цитируемостью его высказываний в средствах массовой информации и социальных сетях. Адресату важна не только сама информация (что говорится), но и способ ее преподнесения (кто и как об этом говорит). Образ современного политика должен быть харизматичным и запоминающимся, а его речь — убедительной и экспрессивной, поэтому всё чаще в публичных выступлениях звучат эмоциональные заявления и элементы сниженного стилистического регистра: жаргонизмы, просторечие, вульгарные выражения и обценная лексика. Речевой портрет публичной личности становится частью ее имиджа на политической арене.

Многогранность и комплексность понятия «имидж» определяет существование множества концепций, связанных с рассмотрением особенностей коммуникативного поведения политиков (Ю. С. Алышева, В. Н. Базылев, А. В. Болотнов, М. В. Гаврилова, В. А. Даулетова, Т. В. Романова, Н. Б. Руженцева и др.). Лингвисты указывают на необходимость разграничения понятий *коммуникативный имидж* и *речевой портрет* политика, подчеркивая, что в первом случае предметом анализа являются коммуникативные стратегии и тактики, реализуемые в политическом дискурсе, а во втором случае — семантические, тезаурусные и прагматические особенности речи политического деятеля<sup>1</sup>. «Имидж — это долговременная инициативная коммуникативная

1 ROMANOVA, T. V.: *Kommunikativnyj imidž i rečevoj portret sovremennogo politika*. Političeskaja lingvistika, 2009, № 1 (27), s. 109–117.

роль, которую «играет» человек для достижения популярности, завоевания внимания, поддержания интереса к личности, получения выборной должности и т. п.»<sup>2</sup>. Согласно другой концепции, особенности речевого портрета политика следует рассматривать как некую *речевую маску*<sup>3</sup> или *языковую маску*, которая представляет собой «целенаправленно создаваемый при помощи слов политический образ для достижения поставленных целей, наделяющий личность дополнительными социальными и политическими ценностями, что способствует более эмоциональному его восприятию»<sup>4</sup>. А. В. Болотнов говорит о существовании *информационно-медийной языковой личности*, для которой характерно использование манипулятивных стратегий и специальных жанров с целью влияния на электорат<sup>5</sup>. Таким образом, исследователи отмечают искусственный, «культивируемый» характер имиджа политика, который состоит из множества разноплановых характеристик, воздействующих на сознание аудитории.

В данной статье мы рассматриваем имидж политика как «сложный комплекс представлений, включающий в себя мировоззренческие, психологические, идеологические и речевые особенности индивида, а также специфические черты его поведения и внешности»<sup>6</sup>. Иными словами, имидж представляет собой совокупность суждений о политике, сложившихся в общественном мнении (вербальные и невербальные характеристики). Аудитория получает представление о политике через различные каналы коммуникации, поэтому большое значение в конструировании имиджа публичной личности имеют средства массовой информации и социальные сети. Имидж политика следует понимать как «условно-индивидуальный» (искусственно созданный) образ публичной личности, который строится командой специалистов (имиджмейкеров) и поддерживается при помощи комплекса мероприятий (политическая реклама, маркетинг, подготовка и написание текстов публичных выступлений и т. д.). Например, вести блог от лица политика в социальных сетях и общаться

2 Ibidem, s. 117.

3 MALETINA, O. A.: *Osobnosti formirovanija rečevogo imidža politika*. Lingua Mobilis, № 3 (42), 2013, s. 68–71.

4 SOKOLOVSKAJA, T. B.: *Jazykovaja ličnost' političeskogo lidera: Na materiale gazet novejšego vremeni*. Dissertacija na soiskanije učenoj stepeni kandidata filologičeskich nauk. Sankt-Peterburg, 2002, s. 129.

5 BOLOTNOV, A. V.: *Idiostil' informacionno-medijnoj jazykovoj ličnosti: kommunikativno-kognitivnyje aspekty issledovanija*. Avtoreferat dissertacii na soiskanije učenoj stepeni doktora filologičeskich nauk. Tomsk, 2016, s. 16.

6 RYČEVA, Je. A.: *Frazeologizmy v političeskom diskurse (na materiale publičnych vystuplenij politikov v Rossii i Čechii)*. Dissertacija na soiskanije učenoj stepeni Ph.D. Praga, 2019.

с аудиторией может другой человек, однако публикации должны отражать индивидуальные речевые особенности конкретного политического деятеля.

Имидж конструируется в сознании целевой аудитории для опознавания данного публичного субъекта, а также для обеспечения благосклонного отношения к нему. При этом составными частями имиджа политика могут быть как реально существующие качества и действия политика, так и вымышленные, которые создаются командой специалистов для достижения определенной цели. Таким образом, построение имиджа выполняет манипулятивную функцию, которая заключается в намеренном построении определенного образа политика и искусственном формировании общественного мнения.

При моделировании имиджа политика имиджмейкеры отбирают те характеристики, которые наилучшим образом будут воздействовать на сознание электората. Элементы имиджа политика должны соотноситься с ценностями, идеалами и потребностями целевой аудитории (например, использование молодежного сленга, просторечия, профессионализмов). Таким образом, к составным частям имиджа политика можно отнести не только внешний вид и поведение субъекта, но и его речевой портрет.

Особенности речевого портрета политика проявляются в различных коммуникативных ситуациях — официальных выступлениях, заявлениях, пресс-конференциях, интервью, встречах с избирателями и т. д. Некоторые жанры политического дискурса выбираются политическим субъектом намеренно с целью выгодно представить свой образ в медийном пространстве, показать и интерпретировать свои действия с положительной стороны. В связи с этим можно говорить о функционировании *имиджевых политических медиатекстов*, которые инициированы субъектом политической деятельности для формирования, поддержания и коррекции позитивного его имиджа<sup>7</sup>. Такие медиатексты распространяются через средства массовой информации с целью освещения будущих и прошедших политических событий, а также информирования широкой общественности о работе политика и разъяснения его позиции. По мнению К. В. Киуру, жанры имиджевых политических медиатекстов можно разделить на агональные, декларативно-персуазивные и информационно-интерпретационные<sup>8</sup>. Информационно-интерпретационные жанры (заметка, информационное сообщение, репортаж, «прямая линия», заявление) раскрывают авторское понимание действительности и служат для интерпретации различной информации. Для декларативно-персуазивных

7 KIURU, K. V.: *Imidževyj mediatekst v političeskoj komunikaciji: diskursnyj analiz*. Dissertacija na soiskanje učenoj stepeni doktora filologičeskich nauk. Sankt-Peterburg, 2008.

8 Ibidem, s. 203.

жанров (интервью, статья, биография, поздравление, манифест) характерны различные выступления и заявления с целью убеждения аудитории в правильности действий политика. Агональные жанры (предвыборные обращения и слоганы) содержат прямые призывы, открыто воздействующие на электорат и побуждающие его к совершению политических действий. Таким образом, имиджевые политические медиатексты различаются по способу воздействия на аудиторию и по степени экспрессивности и прагматической насыщенности.

Наибольшее значение для имиджа политика имеют те специфические жанры, которые максимально раскрывают и поддерживают его образ. Чаще всего этим типом жанра выступает *интервью*, являясь «частотной событийной жанровой формой во всех видах политического дискурса»<sup>9</sup>, в ходе которого политик реализует стратегию самопрезентации. Жанр интервью в политическом дискурсе может быть представлен несколькими разновидностями в зависимости от целей и задач коммуникации и типа имиджа политика. Например, для имиджа эпатажного политика В. Жириновского характерен жанр *интервью-перформанса*, сочетающий черты интервью-беседы, портретного интервью, «звездного интервью» и политического интервью, а также признаки политического «перформанса»<sup>10</sup>.

В настоящее время активно развиваются новые жанры политического дискурса, функционирующие в пространстве интернета: *политические мемы и блоги политиков в социальных сетях*. Блоги («дневники») политиков следует рассматривать как влиятельные «новые медиа», позволяющие публиковать и обсуждать информационные поводы, которые не находят отражение в официальных СМИ<sup>11</sup>. Этот жанр стал своеобразным «цензором традиционных медиа», освещая те новости, которые остались «за кадром» по различным причинам<sup>12</sup>. Следовательно, жанр блога предоставил возможность политикам публиковать любую информацию от первого лица и вести диалог с электоратом в режиме реального времени, сокращая дистанцию между аудиторией и публичной личностью. Кроме того, блог неразрывно связан с его автором, являясь своеобразной трибуной для манифестации личной позиции политика.

9 ČAŠČINA, A. M.: *Verbal'nyje sredstva realizacii manipuljativnoj strategii v anglojazyčnom političeskom interv'ju*. Filologičeskije nauki. Voprosy teorii i praktiki, 2013, № 1 (19), s. 202–205.

10 RUŽENCEVA, N. B.: *Imidževoje interv'ju-performans V. Žirinovskogo: smena masok, èpataž, tehnologija primitiva*. Političeskaja lingvistika, 2015, № 3 (53), s. 50–56.

11 KOČETKOVA, M. O.: *Transformacija «Obraza avtora» v bloge kak otaženije sociokul'turno obuslovljennoj žanrovoj dinamiki blogosfery (na primere blogov, realizujuščich političeskuju tematiku)*. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta, 2016, № 407, s. 17–24.

12 GOROŠKO, Je. I. — ŽIGALINA, Je. A.: *Virtual'noje žanrovedenije: ustojavšesja i spornoje*. Voprosy psiholingvistiki, 2010, № 12, s. 105–124.

Таким образом, политические блоги представляют собой «визитную карточку» политика.

Итак, можно говорить об *имиджевых жанрах политического дискурса*, задачами которых являются: информирование аудитории о деятельности политического субъекта от первого лица, уточнение и разъяснение его позиции, демонстрация личности политика с позитивной стороны, а также поддержание необходимого образа политика в сознании электората.<sup>13</sup>

Рассмотрим особенности реализации речевых актов в имиджевых жанрах некоторых российских и чешских политиков. Материалом для нашего исследования послужили стенограммы публичных выступлений В. Путина, М. Земана, Д. Медведева, Б. Сobotки и А. Бабиша в период с 2012 по 2019 гг.

Имиджевым жанром дискурса В. Путина<sup>14</sup> является ежегодный телевизионный прямой эфир «*Прямая линия с Владимиром Путиным*»<sup>15</sup>, в ходе которого политик отвечает на вопросы аудитории в режиме реального времени. Целью проведения «Прямой линии» является предоставление ответов на актуальные вопросы жителей страны и демонстрация официальной позиции лидера государства от первого лица. Данный тип телепередачи представляет собой гибридный жанр, сочетающий в себе элементы телеинтервью, телемоста и горячей линии. Комбинированный характер «Прямой линии» (информационно-интерпретационный и декларативно-персуазивный) позволяет достигать мощного прагматического эффекта на аудиторию. В данном жанре реализуются различные типы речевых актов, которые отвечают коммуникативным целям политика:

1. К репрезентативным актам в речи В. Путина относятся различные информативные сообщения, заявления, толкования, прогнозирование («*Хочу сразу сказать: это было бы катастрофой для региона как минимум. Потому что это привело бы к всплеску насилия и, может быть, увеличению, кстати говоря, количества беженцев из региона*»). Подавляющее большинство ответов В. Путина в ходе «Прямой линии» представлено репрезентативами, что обусловлено стремлением говорящего сообщить и интерпретировать информацию, объяснить свою точку зрения и убедить аудиторию в правильности политических решений.
2. Формат «Прямой линии» определяет наличие директивов, которые представляют собой различные распоряжения президента («*Вы съездите, поговорите*

13 RYČEVA, Je. A.: *Frazeologizmy v političeskom diskurse (na materiale publičných vystúpení politikov v Rusii i Čechii)*. Dissertacija na soiskanije učenoj stepeni Ph.D. Praga, 2019.

14 Президент Российской Федерации с 8 мая 2012 года по настоящее время.

15 *Oficial'nyj sajt Prezidenta Rossijskoj Federacii*. <<http://kremlin.ru/>>. [online]. [cit. 16. 12. 2019].

с людьми обязательно, ещё раз там побывайте, посмотрите, что нужно сделать для развития социальной инфраструктуры, о чём нас женщина просит»).

3. К комиссивам относится гарантирование выполнения обязательств, намерения, заверения в исполнении задач («Эти средства из бюджета, они заложены в бюджет, и мы обеспечим это финансирование»).
4. При помощи экспрессивов В. Путин выражает эмоциональное отношение к обсуждаемой ситуации («Если мы будем ждать чудес от золотой рыбки, то мы можем оказаться, как в сказке Пушкина, у разбитого корыта в конце концов. Лучше работать, засучив рукава, самим»).

Следует отметить, что в формате «Прямой линии» В. Путин использует сочетание различных речевых актов в пределах смысловой синтагмы для достижения максимального прагматического эффекта на аудиторию (например, комиссивный + директивный речевой акт: «Надо проработать это всё с коллегами. Я это сделаю, я обещаю Вам. Они наверняка слышали меня и отреагируют»).

Имиджевым жанром для политического дискурса М. Земана<sup>16</sup> является телеинтервью в рамках цикла *Týden s prezidentem*<sup>17</sup>, которое представляет собой еженедельный эксклюзивный разговор президента с журналистом Я. Соукупом на телеканале Barrandov. В ходе еженедельной беседы М. Земан отвечает на вопросы журналиста, которые касаются актуальных событий в Чехии и мире, высказывает личное мнение и делает прогнозы. Данное интервью носит информационно-интерпретационный характер, допускающий наличие субъективной оценки. Специфика данного жанра определяет содержание и стиль реплик политика, среди которых преобладают репрезентативные и экспрессивные речевые акты:

1. Ответы на вопросы представляют собой репрезентативы, при помощи которых политик стремится транслировать свою точку зрения и толковать те или иные события («Podívejte se, oni jsou de facto frustrováni tou volební prohrou a teď říkají, my jsme sice ty volby prohráli, ale my je chceme vyhrát nedemokratickým způsobem. To znamená například odvolat premiéra nebo ministryni spravedlnosti bez voleb, a to je samozřejmě nedemokratické.»). В ходе интервью М. Земан часто использует аргументативную и объяснительную стратегии, обращаясь к аудитории с позиции лидера и наставника.

16 Президент Чешской Республики с 8 марта 2013 года по настоящее время.

17 *Oficial'nyj sajt Prezidenta Češskoj Respubliki*. <<http://www.zemanmilos.cz/cz/>>. [online]. [cit. 21. 11. 2019].



2. Некоторые реплики М. Земана представлены экспрессивами, которые передают психологическое состояние политика и оказывают эмоциональное воздействие на аудиторию («*Je to jedna banda, která vytváří jakýsi monopol, ale bohužel ten monopol je naprosto neefektivní.*»). Чаще всего данный тип речевых актов используется говорящим в рамках стратегии дискредитации, допускающей наличие категоричных оценок и прямых обвинений в адрес оппонентов и формирующей негативное представление о них.

Для Д. Медведева<sup>18</sup> имиджевым жанром является ежегодное *телеинтервью* «*Разговор с Дмитрием Медведевым*»<sup>19</sup>. В течение телепрограммы в прямом эфире известные журналисты задают Д. Медведеву вопросы, касающиеся актуальных тем, итогов уходящего периода и планов на следующий год. Для данного жанра не характерно использование декларативов и экспрессивов, что продиктовано официальным информационно-объяснительным характером программы: сообщая информацию, политик выступает от лица Правительства Российской Федерации. В телеинтервью «*Разговор с Дмитрием Медведевым*» реализуются два типа речевых актов:

1. Репрезентативные акты — сообщение информации, подведение итогов, толкование статистических данных («*Запрос на справедливость, на выравнивание условий жизни, на более высокие доходы и устранение бедности абсолютно правильный, и он может быть поддержан на всех политических уровнях. Что и было сделано в указе президента и в наших правительственных документах.*»).
2. Комиссивы — обещания, заверения, выражение намерений («*Работа по реальным располагаемым доходам, по тем деньгам, которые люди реально получают на руки, конечно, будет продолжена. Мы постараемся сделать так, чтобы такая поддержка доходила до наиболее уязвимых слоёв населения.*»).

Имиджевым жанром для Богуслава Сobotки<sup>20</sup> является *блог в Твиттере*<sup>21</sup>, в котором политик информирует общественность о личной позиции и результатах деятельности Правительства. Особенности данной социальной сети (ограниченное количество символов для одной публикации) оказывают влияние на формат и содержание публикаций («*ничего лишнего*»). Поэтому

18 Председатель Правительства Российской Федерации с 8 мая 2012 по 15 января 2020.

19 *Oficial'nyj sajt Pravitel'stva Rossijskoj Federacii*. <<http://government.ru/>>. [online]. [cit. 5. 12. 2019].

20 Председатель Правительства Чешской Республики с 17 января 2014 года по 6 декабря 2017 года.

21 *Blog B. Sobotki v social'noj seti Twitter*. <<https://twitter.com/slaveksobotka>>. [online]. [cit. 25. 6. 2017].

микроблог Б. Сobotки состоит из небольших заметок различной тематики (рассуждения, мнения, итоги, статистика). Публикации в микроблоге Б. Сobotки представлены следующими типами речевых актов:

1. Репрезентативы — информативные сообщения, прогнозирование, заявления («*Zrušili jsme poplatky ve zdravotnictví, snížili DPH na léky. Kvalitní zdravotní péče musí být dostupná pro všechny. #úspěšnávláda*») и т. д. Преобладание различного рода репрезентативов в микроблоге Б. Сobotки свидетельствует о реализации информационно-интерпретационной стратегии.
2. Комиссивные речевые акты представлены различными обещаниями и гарантированием выполнения обязательств («*EU by měla zrychlit a zefektivnit své rozhodování. Včera večer jsme se shodli, že @eucopresident Tusk připraví příslušné návrhy.*»).
3. С помощью экспрессивов говорящий выражает эмоции и оценку, эксплицируя свое отношение к ситуации или политическому субъекту («*Jaký prezident, takový mluvčí. Ovčáček je jen šikovný nástroj Zemana pro zviditelňování, urážení oponentů a rozdělování společnosti.*»).

Имиджевым жанром политического дискурса А. Бабиша<sup>22</sup> является его блог в социальной сети Facebook<sup>23</sup>. Публикации политика представляют собой отчёт о событиях, встречах, решениях и т. д. Важной особенностью блога А. Бабиша является то, что политик, наравне с официальными заявлениями, делится личными размышлениями и переживаниями. Таким образом, в блоге А. Бабиша используются различные виды речевых актов, отвечающие целям и задачам коммуникативных стратегий:

1. Репрезентативные речевые акты в блоге политика представлены отчетами о деятельности, объяснениями, заявлениями («*Summit V4 v Lublinu. Připravovali jsme se na Evropskou radu. Hlavní téma? Samozřejmě covid-19, protože v celé Evropě roste počet nakažených. Bojuju za svobodný pohyb našich lidí.*»).
2. Экспрессивы, апеллирующие к эмоциям адресата, показывают открытость и искренность говорящего («*Ľsem v šoku. Je to ohromná ostuda. Nemůžeme kázat vodu a pít víno. Chyba pana ministra Prymuly je prostě neomluvitelná.*»).
3. Комиссивные речевые акты представляют собой обещания и гарантирование выполнения обязательств и т. д. («*Nenecháme vás ve štychu. Můžete mi věřit, budu k vám nadále upřímný a otevřený.*»).
4. Директивные речевые акты реализуются в форме различных призывов («*Vážení spoluobčané, pokud nebudeme všichni dodržovat opatření, hrozí nám další*

22 Председатель Правительства Чешской Республики с 6 декабря 2017 года по настоящее время.

23 Blog A. Babiša v social'noj seti Facebook. <<https://facebook.com/AndrejBabis>>. [online]. [cit. 25. 10. 2020].

významná omezení. Bez spolupráce s občany to nemůže zvládnout žádná vláda na světě. Prosím, sdílejte»).

Для блога А. Бабиша не характерны декларативы, что определяется неформальной спецификой данного жанра и стремлением политика избежать образа наставника или авторитарного политического лидера.

Итак, современный политический дискурс отличается широким спектром устных и письменных жанров, которые определяются условиями коммуникации и предназначены для реализации различных коммуникативных стратегий. В имиджевых жанрах политического дискурса проявляются индивидуальные речевые особенности политиков, что служит формированию и поддержанию их образа в сознании аудитории.

## Литература:

- BOLOTNOV, A. V.: *Idiostil' informacionno-medijnoj jazykovej ličnosti: kommunikativno-kognitivnyje aspekty issledovanija*. Avtoreferat dissertacii na soiskanije učenoj stepeni doktora filologičeskich nauk. Tomsk, 2016.
- ČAŠČINA, A. M.: *Verbal'nyje sredstva realizacii manipuljativnoj strategii v anglojazyčnom političeskom interv'ju*. Filologičeskije nauki. Voprosy teorii i praktiki, 2013, № 1 (19), s. 202–205.
- GOROŠKO, Je. I. — ŽIGALINA, Je. A.: *Virtual'noje žanrovedenije: ustojavšejesja i spornoje*. Voprosy psiholingvistiki, 2010, № 12, s. 105–124.
- KIURU, K. V.: *Imidževyj mediatekst v političeskoj komunikacii: diskursnyj analiz*. Dissertacija na soiskanije učenoj stepeni doktora filologičeskich nauk. Sankt-Peterburg, 2008.
- KOČETKOVA, M. O.: *Transformacija «Obraza avtora» v bloge kak otaženije sociokul'turno obuslovennoj žanrovoj dinamiki blogosfery (na primere blogov, realizujuščich političeskuju tematiku)*. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta, 2016, № 407, s. 17–24.
- MALETINA, O. A.: *Osobennosti formirovanija rečevogo imidža politika*. Lingua Mobilis, № 3 (42), 2013, s. 68–71.
- ROMANOVA, T. V.: *Kommunikativnyj imidž i rečevoj portret sovremennogo politika*. Političeskaja lingvistika, 2009, № 1 (27), s. 109–117.
- RUŽENCEVA, N. B.: *Imidževoje interv'ju-performans V. Žirinovskogo: smena masok, èpataž, tehnologija primitiva*. Političeskaja lingvistika, 2015, № 3 (53), s. 50–56.

RYČEVA, Je. A.: *Frazeologizmy v političeskom diskurse (na materiale publičných vystupenij politikov v Rossii i Čechii)*. Dissertacija na soiskanije učenoj stepeni Ph.D. Praga, 2019.

SOKOLOVSKAJA, T. B.: *Ĵazykovaja ličnost' političeskogo lidera: Na materiale gazet novejšego vremeni*. Dissertacija na soiskanije učenoj stepeni kandidata filologičeskich nauk. Sankt-Peterburg, 2002.

### Источники материала:

*Oficial'nyj sajt Pravitel'stva Rossijskoj Federacii*. <<http://government.ru/>>. [online]. [cit. 5. 12. 2019].

*Oficial'nyj sajt Prezidenta Rossijskoj Federacii*. <<http://kremlin.ru/>>. [online]. [cit. 16. 12. 2019].

*Oficial'nyj sajt Prezidenta Češskoj Respubliki*. <<http://www.zemanmilos.cz/cz/>>. [online]. [cit. 21. 11. 2019].

*Blog A. Babiša v social'noj seti Facebook*. <<https://facebook.com/AndrejBabis>>. [online]. [cit. 25. 10. 2020].

*Blog B. Sobotki v social'noj seti Twitter*. <<https://twitter.com/slaveksobotka>>. [online]. [cit. 25. 6. 2017].

### About the author

#### Ekaterina Rycheva

Charles University, Faculty of Arts, Department of East European Studies, Prague, Czech Republic

[ekaterina.rycheva@ff.cuni.cz](mailto:ekaterina.rycheva@ff.cuni.cz)



This work can be used in accordance with the Creative Commons BY-SA 4.0 International license terms and conditions (<<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>>). This does not apply to works or elements (such as images or photographs) that are used in the work under a contractual license or exception or limitation to relevant rights.

