

- Reformatskij, A.A. (1996). *Vvedenie v jazykoznanie* [Introduction into linguistics]. Ed. V.A. Vinogradov. M.: Aspect Press. Retrieved from https://www.bsu.ru/content/page/1415/hecadem/reformatsky_aa/reformatsky.pdf (accessed 03.12.2025).
- Ross, A.S.C., & Mitford, N. (2002). *Noblesse oblige. Sapientiae. Philologia*, 15(3), 1–16. DOI: 10.2478/ausp-2023-0024.
- Sprat, T. (2003). *History of the Royal Society*. 1667. Kessinger Publishing Co.
- Swift, J. (2001). *A Proposal for Correcting, Improving, and Ascertaining the English Tongue*. Retrieved from <http://www.public-library.uk/ebooks/93/65.pdf> (accessed 05.12.2025).
- Vinogradov, V.V. (1986). *Russkij jazyk. (Grammaticheskoe uchenie o slove)*. [The Russian Language. (Grammar study about word)]. Moscow.

УДК 81-2, 811.13

<https://doi.org/10.25076/vpl.60.05>

И.А.Хабарова⁵

Военный университет им. князя Александра Невского МО
РФ

ИЗМЕНЕНИЯ МЕДИАРИТОРИКИ ФРАНЦИИ: СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

Статья посвящена изучению эволюции политической риторики Франции, анализируются риторические особенности выступлений следующих президентов Пятой республики: Ш. де Голля, Ф. Миттерана, Н. Саркози и Э. Макрона. Автор рассматривает феномен медиатизации, который достиг высокой отметки, поскольку политика пронизывает все общественные сферы деятельности, а активное использование медиа средств политическими деятелями позволяет мгновенно распространять

⁵ © Хабарова И.А. 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

необходимую информацию, охватывая все слои населения, оказывая воздействие на сознание массового адресата. Материалом исследования послужили наиболее популярные выступления политических акторов Пятой республики, имеющие письменную фиксацию, видеозаписи дебатов, интервью, социальные сети, материалы медиаплатформ. В результате исследования были выделены как общие риторические особенности, так и их отличительные черты в рамках политической медиакоммуникации. Общей чертой для французских политических стало использование таких риторических средств, как анафора, идентичная форма обращения к массовому адресату в выступлениях, использование риторических вопросов, апелляция к истории и авторитету известных государственных и общественных деятелей, что является связующим звеном для нескольких поколений президентов Пятой республики. В ходе исследования были выделены следующие ключевые этапы эволюции политической медиариторики Пятой республики: эпоха становления телевизионной риторики (Ш. де Голль), становление «медиаизированного» президентского стиля (Ф. Миттеран), эпоха использования социальных сетей для общения с массовым адресатом и возможностью оставить обратную связь (Н. Саркози), а также эпоха использования мультимодальных платформ (Э. Макрон).

Ключевые слова: медиариторика, политическая коммуникация, медиаинструменты, риторические особенности, Пятая республика

UDC 81-2, 811.13

<https://doi.org/10.25076/vpl.60.05>

I.A. Khabarova

The Military University of the Ministry of Defense of the
Russian Federation named after Prince Alexander Nevsky

CHANGES IN FRENCH MEDIA RHETORIC: STYLISTIC PECULIARITIES

This article examines the evolution of political rhetoric in France, analysing the rhetorical features of speeches made by the following

presidents of the Fifth Republic: Charles de Gaulle, François Mitterrand, Nicolas Sarkozy, and Emmanuel Macron. The author examines the phenomenon of mediatisation, which has reached a high level, as politics permeates all spheres of public activity, and the active use of media by politicians allows them to instantly disseminate the necessary information, reaching all segments of the population and influencing the consciousness of the mass audience. The research material consisted of the most popular speeches by political actors, which were recorded in writing, video recordings of debates, interviews, social networks, and media platform materials. As a result of the research, both general rhetorical features and their distinctive features in the context of political media communication were identified. A common feature of French politicians was the use of rhetorical devices such as anaphora, an identical form of addressing the mass audience in speeches, the use of rhetorical questions, and appeals to history and the authority of well-known statesmen and public figures, which is a connecting link for several generations of presidents of the Fifth Republic. The study identified the following key stages in the evolution of political media rhetoric in the Fifth Republic: the era of the emergence of television rhetoric (Ch. De Gaulle), the emergence of a 'mediatised' presidential style (F. Mitterrand), the era of using social networks to communicate with a mass audience and the possibility of leaving feedback (N.Sarkozy), as well as the use of multimodal platforms (E. Macron).

Keywords: media rhetoric, political communication, media tools, rhetorical features, Fifth Republic

Введение

В настоящее время политический медиадискурс стал неотъемлемой частью современного общества. Благодаря развитию цифровых технологий, усилению роли медийных ресурсов, политические тексты стали представлять мощное средство воздействия на массовую аудиторию.

По мнению В.П. Коломийца, всеобщая медиатизация привела к качественному усилению взаимодействия между медиа, обществом и его институтами. В этих условиях массовая аудитория претерпела трансформацию, превратившись из объекта воздействия в активный субъект коммуникативного процесса. В частности автор

пишет: «основной социализирующий и организующий актив общества, стремительно теряет связь с традиционными каналами коммуникации, растворяясь в потоке разнообразных технологически опосредованных коммуникационных связей» (Коломиец, 2020). Исследователь С. С. Распопова приходит к выводу, что в современном обществе лидирующие позиции в формировании сознания массового адресата занимают новые форматы масс-медиа, постепенно вытесняя традиционные формы (Распопова, 2022).

М. Маклюэн, основатель теории воздействия масс медиа на массовое сознание, считает, что средства массовой коммуникации не просто передают информацию, а являются активной силой, преобразующей человека и общество, формирующей реальность и восприятие мира. По мнению П.Г. Логиновой, медиа – это нечто иное, как «особый политический, социальный и культурно-идеологический феномен, порожденный цифровизацией» (Логинова, 2025).

Огромный вклад в развитие изучения теории медиатизации внесли следующие отечественные специалисты в области филологии и лингвистики: Е.Л. Варганова, Е.Г. Грибовод, И.Н. Демина, И.И. Засурский, Я.Н. Засурский, В.П. Коломиец. Медиатизация — это комплекс взаимосвязанных процессов, протекающих как внутри политической системы, так и в её внешнем окружении. Эти процессы основаны на публичной презентации и фрейминге (структурировании) политических и общественных смыслов через информационно-коммуникативные механизмы (Грибовод, 2015). Как отмечает Е.Л. Варганова, в современном мире медиатизация превратилась из тренда в императив, став ключевым условием и неотъемлемой чертой цивилизационного прогресса (Варганова, 2016).

С. Рукетт предлагает следующую трактовку данного феномена: «Les médias accordent depuis très longtemps un espace d'expression à leurs lecteurs, leurs auditeurs et même leurs téléspectateurs» – *Средства массовой информации уже в течение многих лет предоставляют возможность своим слушателям, читателям и телезрителям поделиться своим мнением* (Rouquette, 2016).

Он отмечает тот факт, что комментарии, мнения массового адресата давно являются частью медийного пространства в том

смысле, что эти комментарии способствуют организации, обсуждению и оживлению дебатов между гражданами на актуальные и социальные темы

Вне всякого сомнения, уровень медиатизации в политической сфере достигает высокой отметки, поскольку политика пронизывает все общественные сферы деятельности, а активное использование медиа средств политическими деятелями позволяет мгновенно распространять необходимую информацию, охватывая все слои населения.

Данный феномен неразрывно связан с категорией политического медиaprостранства, которое, по определению А.В. Логиновой (2025), формирует систему медиакommunikаций, обуславливающих синкретичный характер сосуществования традиционных СМИ и новых медиа. Эффективное функционирование этого пространства невозможно без актуализации его риторического измерения. Речь идет о системном применении комплекса риторических стратегий и приемов, среди которых ключевую роль играют суггестивный и фaszинативный типы воздействия на общественное сознание.

Цель политической медиакommunikации, по определению А.В. Логиновой (2025), заключается в «моделировании мнения у массового адресата в медиaprостранстве». Эта категория напрямую связана с понятием политического медиадискурса, поскольку именно в его пространстве протекает сама коммуникация (Логинова, 2025).

Фундаментальные исследования указанных лингвистических феноменов были заложены в работах таких учёных, как Ю.Д. Апресян, А.Н. Баранов, В.З. Демьянков, В.И. Карасик, В.В. Красных, А.П. Чудинов и В.Е. Чернявская.

В рамках данных исследований политический медиадискурс определяется двояко: с одной стороны, как «синтез печатных и электронных СМИ», а с другой — как «коммуникативный процесс интеракции между акторами политической арены и массовой аудиторией» (Логинова, 2025).

В современной науке оформилось новое направление — политическая медиариторика, которое сосредоточено на исследовании специфики языковых средств и риторических

стратегий, используемых в политической медиакommunikации (Логинова, 2025).

Материал и методы

В данной статье мы рассмотрим изменение медиариторики Франции, проанализировав эволюцию риторических особенностей на примере таких президентов, как Ш. де Голль, Ф. Миттеран, Н. Саркози, Э. Макрон. В рамках статьи нами были взяты наиболее популярные выступления, имеющие письменную фиксацию, видеозаписи дебатов, интервью, социальные сети, материалы медиаплатформ.

Эмпирический материал исследуется с помощью комплекса методов: общенаучных (анализ и синтез, сравнение), когнитивных (интерпретационный анализ) и лингвистических (стилистический и описательный анализ).

Результаты и обсуждение

Риторические особенности политической коммуникации Ш. де Голля

Первый президент Пятой республики (1959-1969), премьер-министр Франции (1958-1959) и министр национальной обороны Ф (1958-1959) Ш. де Голль вошел в историю как главный лидер патриотического движения «Свободная Франция». Говоря о риторических особенностях Ш. де Голля, стоит отметить, что его выступления характеризуются высоким уровнем патриотизма, колоритными лексическими единицами, а также образностью, что позволяет реализовать персуазивную функцию. В ходе анализа мы пришли к выводу, что политические речи президента объединяет следующее: четко выстроенная композиция, где есть необходимые тезисы и аргументативная база. Говоря о риторических особенностях, выделим следующие отличительные черты:

1. Использование синтаксического параллелизма как одного из самых частотных риторических приемов.

«J'invite les chefs et les soldats, les marins, les aviateurs des forces françaises de terre, de mer, de l'air, où qu'ils se trouvent actuellement, à se mettre en rapport avec moi. J'invite tous les Français qui veulent rester libres à m'écouter et à me suivre» – Я призываю командиров и солдат, моряков, летчиков французских сухопутных, морских и воздушных сил, где бы они ни находились в настоящее время, связаться со

мною. Я призываю всех французов, которые хотят остаться свободными, слушать меня и следовать за мною.

Обозначенный риторический прием позволяет акцентировать внимание массового адресата на ключевых моментах выступления, а также последовательно выстраивать свое обращение.

2. Частотное употребление лексических повторов позволяет политику акцентировать внимание слушателя, апеллировать к чувствам адресата.

В речи от 18 июня 1940 г. используется лексический повтор: «...Elle n'est pas seule! Elle n'est pas seule!» – *Она не одинока! Она не одинока!* Основная цель данного риторического приема – убедить французов в том, что у Франции всегда есть союзники, тыл, которые помогут выстоять любое испытание, особенно когда речь идет о войне.

3. Использование риторического вопроса, ставшего впоследствии традиционным приемом для всех президентов Пятой республики.

Риторический вопрос еще с античных времен считается одним из самых эффективных способов реализации суггестивного воздействия на массовую аудиторию. В речи от 22 июня политический лидер использует следующий риторический вопрос: ««... Si les forces de la liberté triomphaient finalement de celles de la servitude, quel serait le destin d'une France qui se serait soumise à l'ennemi?» – *Что случилось бы с Францией, покорившейся врагу, если бы в конечном счёте победа всё же досталась силам свободы, а не рабства?*

Данный вопрос является открытым, он не имеет правильного ответа, при этом, заставляет задуматься еще раз о готовности народа сопротивляться.

4. Употребление метафорических выражений стало одним из ключевых приемов в политической коммуникации Ш. де Голля. Метафора, в свою очередь, позволяет создать яркий образ, который становится символическим для народа. Наиболее колоритным примером использования метафорических выражений стала «Речь в Байе»: «... Partout où se déchiraient *les voiles*, le sentiment profond du pays apparaissait dans sa réalité» – *Парус, рвущийся к горизонту, был живым символом нации — её мечты и тревоги, её страсть и тоска раскрывались в этом движении без остатка.* Использование

метафорического выражения «парус» служит символическим образом, олицетворяющим борьбу страны за независимость, устремленность в будущее. Риторический прием позволяет создать образ Франции, у которой есть мощная опора и поддержка, образ страны, где всегда горит «пламя французского сопротивления».

5. Использование приема обратной связи также характерно для политической коммуникации Ш. де Голля, целью которого является показать доброжелательное отношение ко всем категориям населения.

«J'invite les chefs et les soldats, les marins, les aviateurs des forces françaises de terre, de mer, de l'air, où qu'ils se trouvent actuellement, à se mettre en rapport avec moi. J'invite tous les Français qui veulent rester libres à m'écouter et à me suivre» – Всем офицерам и солдатам сухопутных, военно-морских и воздушных сил Франции — где бы вы сейчас ни находились — немедленно установить со мной связь! Всем французам, кто не смирился с рабством, — слушайте меня и следуйте за мной!

Данный риторический прием показывает, насколько для французского лидера важно сохранить тесную связь со своим народом.

6. Важной особенностью политической коммуникации Ш. де Голля является отсутствие лексем сниженного регистра, что объясняется воспитанием и высоким качеством образования французского президента. Проводя сопоставительный анализ с действующим президентом Э. Макроном, мы пришли к выводу, что употребление лексем с низкой стилистической окраской является частотным в его политической медиакоммуникации.

Обобщая вышесказанное, отметим, что риторика Шарля де Голля задавала ориентиры речевого поведения для следующих поколений французских политиков. Кроме того, эпоха Ш. де Голля стала эпохой становления телевизионной риторики, а именно эпохой обращения к нации в прямом эфире. «Речь от 18 июня» стала одним из самых ярких выступлений политического актора, давшее развитие движению Сопротивления во время Второй мировой войны. Обращение к французскому народу было сделано в студии Би-би-си и поначалу речь была расценена малозначительной.

Риторические особенности политической коммуникации Ф. Миттерана

Ф. Миттеран вошел в историю как двадцать первый президент Франции, четвертый президент Пятой республики, чье президентство отмечено как самое продолжительное с 1981 г. по 1995 г.

Рассмотрим и проанализируем риторические особенности политических медиатекстов, которые опубликованы на официальном сайте Ф. Миттерана.

1. Использование риторических вопросов и философской составляющей.

Одним из самых ярких и запоминающихся выступлений французского президента является речь, произнесенная в 1990 г. в городе Ла-Боль по случаю франко-африканского саммита.

«La première question est sous-jacente dans les campagnes qui se développent, un peu partout dans le monde, contre la politique de la France : faut-il que la France renonce afin de ne plus être exposée aux critiques nombreuses qui la frappent ? Faut-il qu'elle rapatrie chez elle tous les moyens et qu'elle les consacre à ses ressortissants nationaux ? Faut-il qu'elle se replie, faut-il qu'elle cherche en elle-même ses seules ambitions ?» – Первый вопрос лежит в основе кампаний, которые разворачиваются по всему миру против политики Франции: должна ли Франция отказаться от своих действий, чтобы не подвергаться многочисленной критике? Должна ли она вернуть все средства домой и направить их на нужды своих граждан? Должна ли она замкнуться в себе, должна ли она искать свои амбиции только внутри себя?

Риторические вопросы усиливают смысл высказывания, позволяют массовому адресату задуматься о дальнейшей судьбе страны, ее развитии.

2. Аппелляция к авторитету.

В своей речи 10 октября 1991 г., посвященной проблеме свободы прессы, Ф. Миттеран цитирует французского писателя, политика, дипломата Ф. де Шатобриана:

«Cette liberté ne se mesure pas à l'aune des satisfactions ou des désagréments qu'elle procure aux acteurs de la vie publique. Longtemps revendiquée, difficilement conquise, enfin obtenue, la liberté d'expression est désormais totale. C'est bien la marque d'une véritable démocratie. Vous avez parlé de Chateaubriand. Il est vrai qu'on retrouve dans plusieurs de ses ouvrages quelques définitions fameuses qui

suffiraient pour la démonstration. Il a dit, en tout cas, de la liberté de la presse - je vous le cite - qu'elle vaut toutes les autres» – *Эта свобода не измеряется удовлетворением или неудобствами, которые она доставляет участникам общественной жизни. Давно востребованная, с трудом завоеванная и, наконец, достигнутая, свобода выражения мнений теперь является полной. Это действительно признак подлинной демократии. Вы упомянули Шатобриана. Действительно, что во многих его работах можно найти известные определения понятия свободы. Он высказался о свободе прессы, «что она стоит всех остальных».*

Апелляция к авторитету позволяет показать не только хороший уровень образования и кругозор политического актора, но и выглядеть более убедительным в глазах массового адресата.

3. В целом, для политической коммуникации характерно следующее: четкое композиционное построение выступлений, отсутствие иронии, избытка метафорических выражений, экспрессивных фразеологических выражений, неологизмов.

Наиболее частым приемом Ф. Миттерана является использование анафоры с целью акцентирования внимания жителей Пятой республики на имеющиеся проблемы как во внутренней, так и во внешней политике. Рассмотрим данную особенность на примере дискурсивного фрагмента, взятого из выступления Ф. Миттерана 16 января 1991г.

«Je vous ai dit alors quels étaient les devoirs de la France ... pourquoi nous avons appliqué les résolutions des Nations unies, notamment par l'envoi d'une force armée dans la région du Golfe. Je vous ai dit aussi que rien ne serait négligé par la France pour tenter de sauver la paix». – Как я уже говорил, мы руководствовались долгом Франции... что и привело к поддержке нами соответствующих резолюций ООН, в частности, о направлении войск в Персидский залив. Я также дал понять, что Франция не останется в стороне от любых дипломатических усилий по спасению мира.

Отличительной особенностью данного выступления стало употребление редких лексем, которые игнорируются современными политическими деятелями: «clairvoyance» (дальновидность, проницательность), «lucidité» (ясность мышления), «persévérance» (упорство, настойчивость).

4. Использование личного местоимения 1 лица мн.ч. «nous» (мы), а также притяжательного прилагательного «notre, nos» (наш, наши).

«Les résolutions adoptées par les Nations unies, que nous avons votées, représentent à mes yeux la garantie suprême d'un ordre mondial fondé sur le droit des peuples à disposer d'eux-mêmes. De ce droit, nous avons le plus grand besoin. Nos libertés, notre indépendance, notre sécurité sont à ce prix» – *Резолюции, принятые Организацией Объединённых Наций, за которые мы проголосовали, представляют собой, на мой взгляд, высшую гарантию мирового порядка, основанного на праве народов на самоопределение. Это право нам нужнее всего. От него зависят наши свободы, наша независимость, наша безопасность.*

Употребление личного местоимения и притяжательного прилагательного позволяют показать сплоченность, единство народа, а также отражают политический курс Ф. Миттерана – мирное урегулирование военного конфликта.

Ф. Миттеран является создателем первого «медиатизированного президентского стиля», который подразумевает как вербальные особенности политической речи, так и невербальные.

Анализируя его основные интервью, мы пришли к выводу, что французский президент стремился создать образ «тайного короля», умеющего сочетать интеллектуальную глубину политической речи. Использование аллюзий, цитат позволяет создать образ яркого, сильного, авторитетного, но скрытного политического лидера.

Ключевыми чертами президентского стиля в СМИ стали следующие особенности:

- Соблюдение дистанции и сохранении загадочности, а также формирование повестки дня СМИ

Французский президент старался избегать конфронтации, лишних подробностей, используя аллюзии и философские рассуждения;

- Умение держаться перед камерой, рациональное использование просодических средств общения, манера поведения закрепило за ним образ «Тайного короля»;

- Умелое использование литературных, философских отсылок свидетельствует о его блестящей эрудиции, закрепляя за ним образ влиятельного политического деятеля.

Рассмотрим дискурсивный фрагмент, взятый из его интервью 25 октября 1993 г в программе «L'heure de vérité»(Час правды).

«Je ne le crois pas, mais c'est ainsi comme toujours et depuis le début, depuis Jean Monnet, Robert Schuman, Adenauer ou Gasperi, une affaire de volonté. On veut faire l'Europe parce qu'on en est convaincu, parce qu'on pense que c'est bien... Je pense que c'est bien pour la France» – Я в это не верю, но так было всегда и с самого начала, со времен Жана Монне, Робера Шумана, Аденауэра или Гаспери, Мы хотим создать Европу, потому что мы в этом убеждены, потому что мы думаем, что это хорошо... я думаю, что это хорошо для Франции.

Использование аллюзии и апелляции к авторитету таких известных политических деятелей, как Ж. Монне, отца-основателя ЕС, Р. Шумана, основателя Совета Европы и НАТО, К. Аденауэра, первого федерального канцлера ФРГ, А. де Гаспери, итальянского премьер-министра, позволяет создать образ авторитетного политика, который владеет современной политической ситуацией как в стране, так и в мире.

Риторические особенности политической коммуникации Н. Саркози

Н. Саркози, двадцать третий президент Пятой республики с 2007 по 2012 г., является одним из самых ярких и противоречивых политических деятелей с точки зрения политического имиджа. Многие исследователи относят время правления Н. Саркози к «гиперпрезидентству», объясняя это тем, что он всегда стремился принять участие в решении максимального количества вопросов, расширяя свои полномочия по отношению к другим ветвям власти.

Отметим, что Н. Саркози, обладатель противоречивого, харизматичного стиля ведения политической коммуникации, делает акцент на общение с массовым адресатом при помощи социальных сетей Facebook и Twitter, покоря президентский Олимп.

В целом, для политической коммуникации президента характерно использование неологизмов, иронии, риторических вопросов, анафор.

Рассмотрим функционирование вышеупомянутых приемов на конкретных дискурсивных примерах.

Н. Саркози можно отнести к политическим деятелям, устремленным в будущее, что ярко проявляется в его политических

выступлениях при помощи использования форм будущих времен Future Simple, Future Proche. Использование глагольных форм в будущем времени позволяет убедить массового адресата в серьезности намерений президента по развитию страны, дальнейшей перспективе.

«La France *restera* engagée en Afghanistan parce que l'avenir de ce pays est un enjeu décisif pour la sécurité du monde. L'année qui s'ouvre *portera* un grand rendez-vous démocratique : l'élection présidentielle. La clé du succès réside dans le soutien du peuple afghan et dans l'afghanisation. Ce *sera* tout le centre de notre politique» – *Франция сохранит свою приверженность Афганистану, поскольку будущее этой страны — ключевой вопрос для глобальной безопасности. В следующем году нас ждёт важное демократическое событие: президентские выборы. Ключ к успеху — поддержка афганского народа. Это будет в центре внимания нашей политики.*

2. Использование комплексной анафоры и апелляции к авторитету, истории.

«*Je pense à* tous les Présidents de la Ve République qui m'ont précédé. *Je pense* au Général De Gaulle qui sauva deux fois la République, qui rendit à la France sa souveraineté et à l'Etat sa dignité et son autorité. *Je pense à* Georges Pompidou et à Valéry Giscard d'Estaing qui, chacun à leur manière, firent tant pour que la France entrât de plain-pied dans la modernité»... – *Сегодня я мысленно склоняю голову перед своими предшественниками. Перед де Голлем — спасителем Республики и архитектором французского суверенитета. Перед Помпиду и Жискаром д'Эстеном — реформаторами, чья работа заложила основы современной Франции. Их наследие — моя путеводная звезда..*

В данном дискурсивном фрагменте комплексная анафора и апелляция к авторитету предшественников Н. Саркози позволяет показать не только преемственность политических традиций, а желание президента войти в историю.

3. Изобилие риторических вопросов, подчеркивающих важность затронутой проблемы, а также желание президента показать себя в качестве амбициозного, харизматичного политика, который привык действовать решительно.

« Le temps n'amène rien à l'affaire. Ce qu'il faut faire, nous le savons. Alors, faisons-le. ... Tout le monde. Alors, qu'attendons-nous ? *Il n'y a*

pas assez de morts? Pas assez de misère? Il n'y a pas assez de souffrance ? Pas assez d'incompréhension? Je vais même plus loin : ce que l'on ne fera pas en 2009, sera encore plus difficile à faire en 2010» – Время не имеет значения. Мы знаем, что нужно сделать. Так что давайте действовать. Мы прекрасно знаем, где и кто должен идти на компромиссы. Все. Так чего же мы ждём? Разве мало смертей? Разве мало несчастий? Разве мало страданий? Разве мало непонимания? Я пойду ещё дальше: то, чего мы не сделаем в 2009 году, будет ещё сложнее сделать в 2010-м.

4. Использование метафор для создания колоритности политического выступления, эффективной реализации персуазивного эффекта.

Приведем наиболее яркие из них:

«Cependant, il était intéressant de voir la France hypercentralisée autour de son cœur, de sa capitale, qui était un désert en termes de nouvelles infrastructures ou de construction d'ambitions grandioses» – Однако было интересно увидеть Францию, сконцентрированную вокруг своего сердца, столицы, которая была пустыней с точки зрения новой инфраструктуры или амбициозных строительных проектов.

Президент сравнивает столицу Франции с сердцем, что создает положительный яркий образ, который легко запоминается у массового адресата.

Н. Саркози использует метафору и антитезу для создания негативного образа рабства.

Анализируя особенности политической коммуникации Н. Саркози, отметим, что он использует гамму противоречивых риторических приемов, интерактивных элементов, целью которых является установление контакта с массовым адресатом.

Риторические особенности политической коммуникации Э.Макрона

Э. Макрон, бывший министр экономики, промышленности, банкир, основатель партии «La République, en Marche!» до 2022 г., отсылающей к инициалам президента (партия «Renaissance» в настоящее время), стал действующим президентом с 14 мая 2017 г. Многие исследователи считают, что высокая популярность политика связана с его нестандартным подходом в ходе политической медиакоммуникации. Проанализируем подробнее

основные риторические приемы, используемые действующим президентом.

1. Употребление собирательной лексики

Использование таких лексических единиц, как «mes chers compatriotes» (*дорогие соотечественники*), «concitoyens» (*сограждане*), «ensemble» (*вместе*), «unité» (*единство*), «tous ensemble» (*все вместе*).

2. Идентичная форма обращения в выступлениях

«Françaises, Français, mes chers compatriotes» – Француженки и французы, мои дорогие сограждане», «Vive la République.Vive la France» – *Слава Республике! Слава Франции!*

3. Связность, логичность, хорошо выстроенная композиция политических речей, использование логических коннекторов.

Использование таких лексем, как «l'objectif, le défi, l'enjeu» позволяет сконцентрировать внимание реципиента на реальной проблеме, вызове, которые предстоит решить стране.

Логические коннекторы, такие как «tout d'abord» (*сначала*), «premièrement» (*во-первых*), «deuxièmement» (*во-вторых*), «en suite» (*затем*), «puis» (*далее*), «en plus» (*к тому же*), «enfin» (*в заключении*), «en conclusion» (*в заключении*).

4. Употребление личных местоимений 1 лица ед.ч. «je» (я).

Рассмотрим несколько дискурсивных фрагментов.

«Sependant, mes chers compatriotes, je veux vous le dire ce soir avec beaucoup de gravité, de lucidité mais aussi la volonté collective que nous adoptions la bonne organisation, nous ne sommes qu'au début de cette épidémie. Partout en Europe, elle s'accélère, elle s'intensifie. Face à cela, la priorité absolue pour notre Nation sera notre santé. Je ne transigerai sur rien» – *Сегодня вечером я обращаюсь к вам, дорогие сограждане, предельно чётко и ответственно. Наша общая решимость сейчас важна как никогда, ведь мы лишь на пороге эпидемии, которая в Европе уже ускоряется. Здоровье нации — это тот фундамент, на котором мы будем стоять. В его защите я не отступлю ни на шаг, и меры будут приняты самые необходимые.*

Отметим, что чаще всего французский президент использует данную категорию местоимений, чтобы показать, с одной стороны, свою обеспокоенность за жизнь и судьбу Пятой республики, желание показать народу свою вовлеченность в текущее состояние

дел, с другой стороны, чрезмерное использование личного местоимения является прямым свидетельством эгоцентризма, чрезмерных амбиций и самолюбия французского президента.

5. Использование военной метафоры также стало особенностью политической медиа коммуникации Э. Макрона с 24 февраля 2022 г.

Согласно зарубежным корпусным исследованиям 2024 г., наиболее частотной метафорой Э. Макрона и, в целом, французского политического медиадискурса стала военная метафора “le réarmement” (*первооружение*), взятая не только в контексте украинского кризиса, но и в контексте мирной жизни граждан Пятой республики. Рассмотрим подробнее примеры ее использования.

Отметим, что вокруг этой метафоры было построено новогоднее поздравление Э. Макрона на 2024 г.

«Nous serons déterminés à agir pour l'école, l'enfance et l'éducation, afin de rétablir le niveau de nos élèves, l'autorité de nos professeurs, la force de notre enseignement laïc et républicain. Après le réarmement économique, le réarmement de l'Etat et de nos services publics, il nous faudra ainsi engager notre réarmement civique. La France c'est une culture, une Histoire, une langue, des valeurs universelles qui s'apprennent dès le plus jeune âge. A chaque génération» – *Мы должны проявить непоколебимую решимость ради школы, детства и образования. Наша цель — вернуть прежний уровень знаний нашим ученикам, авторитет — учителям, а силу — светской и республиканской школе. После модернизации экономики и обновления государства и его институтов настал черед гражданского первооружения. Ибо Франция — это её культура, её история, её язык и её универсальные ценности, которые должны передаваться из поколения в поколение, с самого раннего возраста.*

Использование таких метафор, как «*le réarmement économique*», «*le réarmement de l'Etat et de nos services publics*» является отражением политического курса Пятой республики, направленного на защиту безопасности Франции, Европейского союза. Французские журналисты и политологи считают, что использование данного типа метафор формирует не только политическую повестку дня, но и повестку дня СМИ. Основная цель использования военной метафоры в контексте экономической,

социальной, культурной сфер жизнедеятельности общества состоит в том, чтобы придать нынешней ситуации исторический характер, показать неизбежность того, что украинский кризис влечет за собой последствия для всей Европы. Э. Макрон пытается создать новые условные обозначения для тех категорий, которые не относятся к военной сфере: экономическое перевооружение, гражданское, промышленное, перевооружение суверенитета, демографическое перевооружение и т.д.. Тем самым, президент не просто создает новые категории обозначений, которые впоследствии актуализируются в политических документах, программах, речах, а активно продвигает их, стараясь внедрить в сознание массового адресата при помощи медиаресурсов.

6. В ходе своих выступлений Э. Макрон использует историческую аллюзию, ссылаясь на исторические события, изменившие ход истории Пятой Республики, на исторические личности, которые внесли неоценимый вклад в прошлое, настоящее и будущее Франции.

«Aujourd'hui, la France et l'Europe sont bel et bien plongées dans l'histoire. Notre temps n'est pas celui de la quiétude et de l'insouciance. Il ne doit pas non plus être celui du cynisme ou du défaitisme. Nous devons nous confronter à aux défis qui sont les nôtres sans rien céder à la peur et nous devons le faire en sachant qui nous sommes et d'où nous venons. Car le passé, toujours, brûle notre époque et le présent est gros de ce qui a été. Et dans notre passé, il est des traces vibrantes qui doivent nous éclairer, nous aider à retrouver le fil de cette histoire millénaire qui tient notre peuple debout. Or, Jeanne d'Arc appartient à cette histoire, à notre histoire» – *Вместе со всей Европой Пятая республика по-настоящему погружены в историю. Сейчас не время для самоуспокоения и беспечности. Не время для цинизма и пораженчества. Мы должны противостоять стоящим перед нами вызовам, не поддаваясь страху, и мы должны делать это, зная, кто мы и откуда. Ведь прошлое все еще горит в нашем времени, а настоящее полно того, что было. И в нашем прошлом есть яркие следы, которые должны просветить нас, помочь нам заново открыть нить этой тысячелетней истории, которая поддерживает наш народ. И Жанна д'Арк принадлежит этой истории, нашей истории.*

В контексте данного выступления Жанна д'Арк показана национальным героем Франции, чей пример учит современных французов, по мнению президента, трем основным вещам: борьбе с несправедливостью, усилению сплоченности народа и использованию единства Франции с целью победить врага и всевозможные вызовы в современном мире

7. Использование лексем в стиле *franglais* также отличает риторический портрет французского президента. В средствах массовой информации Э. Макрон фигурирует как «Macron, the Franglais president».

В своем Twitter-аккаунте французский президент опубликовал следующее сообщение: «Je crois dans l'autonomie et la souveraineté. La démocratie est le système le plus bottom up de la terre» – *Я верю в автономию и суверенитет. Демократия – это самая низкоуровневая система на земле».*

Э. Макрон не скрывает свое предпочтение использовать англицизмы в своих выступлениях, придавая им динамический, нестандартный характер.

Использование блендинга как французских, так и английских лексических единиц в одном медиаполитическом пространстве объясняется тем, что французский президент, с одной стороны, относится не только к политическим деятелям, но и к бизнес-элите, где английский язык занимает передовую позицию, с другой стороны, использование блендинга позволяет замаскировать «ненужную информацию» для массового адресата.

8. Говоря о политической медиакоммуникации Э. Макрона, также отметим использование стилистически сниженной лексики и лексических единиц разговорного регистра. Рассмотрим несколько примеров.

«Au lieu de foutre le bordel, ils feraient mieux d'aller regarder s'ils peuvent avoir des postes» – *«Некоторые, вместо того, чтобы бардак устраивать, лучше бы работу поискали».*

«On met un pognon de dingue dans les minima sociaux». – *«Мы тратим непомерные деньги на социальные пособия».*

«Une gare, c'est un lieu où l'on croise les gens qui réussissent et les gens qui ne sont rien» – *Вокзал – это место, где встречаются успешные люди и неудачники.*

Согласно французским журналистам, использование сниженной лексики может свидетельствовать о пренебрежительном отношении действующего президента к среднему классу французского общества.

9. Использование модальных глаголов, форм повелительного наклонения и безличных конструкций также является отличительной особенностью политической коммуникации Э. Макрона.

Персуазивный эффект находит свое отражение в таких фразах, как «il faut» (*необходимо*), «il vaut mieux» (*будет лучше*), «il est indispensable» (*важно, необходимо*), «il sera utile» (*будет полезно*) и т.д.

В ходе своего обращения к французским согражданам 5 марта 2025 г. Э. Макрон призывает к сплочению всех европейцев перед потенциальными внешними угрозами.

«Nous devons donc agir en étant unis en européens et déterminés à nous protéger. ... Pour cela, il faudra des réformes, des choix, du courage» – *Поэтому мы должны действовать единодушно как европейцы и быть решительными в защите своих интересов. ... Для этого потребуются необходимые реформы, правильный выбор, мужество.*

Говоря о пандемии Covid-19, адаптации жизни французского общества в новых реалиях, президент Пятой республики неоднократно использует формы повелительного наклонения, чтобы быть более убедительным.

«Ne nous laissons pas impressionner. Agissons avec force mais retenons cela : le jour d'après, quand nous aurons gagné, ce ne sera pas un retour au jour d'avant» – *Не будем поддаваться эмоциям! Действуем решительно, но помним: следующий день, когда мы победим, уже не будет возвратом к прошлому.*

«En restant chez vous, occupez-vous des proches qui sont dans votre appartement, dans votre maison. Donnez des nouvelles, prenez des nouvelles. Lisez, retrouvez aussi ce sens de l'essentiel. Je pense que c'est important dans les moments que nous vivons. La culture, l'éducation, le sens des choses est important. Et évitez l'esprit de panique, de croire dans toutes les fausses rumeurs, les demi-experts ou les faux-sachants» – *Оставаясь дома, заботьтесь о близких, которые находятся в вашей квартире, в вашем доме. Сообщайте новости, узнавайте*

новости. Читайте, верните себе чувство того, что действительно важно. Я думаю, что это важно в такие моменты, как сейчас. Культура, образование, смысл вещей важны. И избегайте паники, не верьте ложным слухам, полужурналистам или самозванцам.

10. Малопонятная лексика для массового адресата, устаревшие термины и архаизмы также являются неотъемлемой частью медиариторического портрета президента Пятой республики. Согласно В.А. Масловой, речь политика должна «уметь затронуть нужную струну в массовом сознании, а его высказывания должны укладываться во «вселенную» мнений и оценок его адресатов, «потребителей» политического дискурса» (Маслова, 2008).

Мы считаем, что использование лексических единиц такого вида выполняет следующие функции: эстетическую, персуазивную и коммуникативную.

Рассмотрим наиболее яркие примеры, взятые из предвыборных президентских дебатов 2017 г., где главным оппонентом Э.Макрона стала М. Ле Пен.

«La fermeture des frontières, ça ne sert à rien. Il y a des pays, nombreux malheureusement, qui ne sont pas dans Schengen et qui ont été frappés par le terrorisme. Depuis novembre 2015, nous avons rétabli des contrôles aux frontières pour lutter contre les terroristes. Ce que vous proposez, comme d'habitude, c'est de la poudre de perlimpinpin» – Утверждать, что закрытие границ остановит терроризм, — ошибочно. Взгляните на страны вне Шенгена — они тоже стали его мишенями. Мы уже ответили на эту угрозу восстановлением пограничного контроля. Ваше предложение — это не решение, а популистский лозунг, оторванный от реальности.

По определению словаря французского языка издательства Larousse, «poudre prétendument douée de vertus merveilleuses; médicament inefficace, chose sans valeur» – порошок, обладающий чудодейственными свойствами, неэффективное лекарство, бесполезная вещь.

«La grande spécialité des socialistes à donner des leçons de morale à la terre entière». Là, vous répondez sur Monsieur Trump et Monsieur Routine? C'est vraiment un galimatias» – Великая особенность социалистов — давать уроки морали всему миру». Вы отвечаете

на вопросы о господине Трампе и господине Путине? Это действительно настоящая тарабарщина.

Согласно определению словаря, «un galimatias» представляет собой неразборчивую речь или письмо и может переводиться как тарабарщина, ахинея, чепуха, бессмыслица.

«J'ai un projet sérieux, qui n'est pas *du saut de cabri*. Madame Le Pen lutte contre le terrorisme sur les plateaux, quand le contribuable la paye pour aller au Parlement européen, elle n'y va pas pour voter les réformes contre le terrorisme» – *Я предлагаю не поверхностные лозунги, а комплексный проект. В отличие от госпожи Ле Пен, которая ведёт лишь показную борьбу, настоящая работа требует участия в европейских институтах. Тот факт, что её сторонники не голосуют за антитеррористические законы в Европарламенте, красноречиво говорит о сути её позиции.*

«Un saut de cabri» представляет собой зооморфную метафору, которая обозначает совершение необдуманных, поверхностных поступков. В данном контексте Э. Макрон стремится всеми возможными способами показать, что меры, предложенные М. Ле Пен, крайне неэффективны.

Медиаариторический портрет президента Франции ярко иллюстрируется использованием двух специфических лексем: психологического термина «*idiosynchrosie*» (указывающего на характерную гиперчувствительность) и культурологического понятия «*palimpseste*» («палимпсест»). Палимпсест представляет собой «рукопись, написанную на пергаменте, уже бывшем в подобном употреблении». Французский политический лидер использует данную лексему в метафорическом смысле для обозначения синергии цивилизации и культуры. «*L'islam est né de ce palimpseste de cultures et de civilisations*» – *Возникновение ислама стало результатом наложения и взаимодействия множества культурных и цивилизационных слоёв. Его становление можно представить как палимпсест, где различные традиции (арабская, иудейская, христианская, эллинистическая, персидская) оставили свои следы, создав новую синтетическую целостность.*

Среди малоупотребительных лексем отметим следующие: «*ubuesque*» – «гротескный», «*oligarchie*» – олигархия, «*croquignolesque*» – щелчкообразный, невероятный». С одной стороны, использование подобных выражений и лексем

подчеркивает авторитарность, высокопарность его стиля, с другой стороны, данные средства, входящие в инструментарий лидера общественного мнения, психологически отдаляют его от большей части населения, для которых понимание и интерпретация вышеупомянутых выражений представляет особую сложность.

Следовательно, медиариторический портрет политического актора является амбивалентным. С одной стороны, для его выступлений характерны интеллектуализм, высокая философская содержательность, интертекстуальность, с другой стороны, использование фамильярной лексики, просторечий, лексических инноваций выделяет его среди других политических предшественников. Французские эксперты отмечают, что философская содержательность его речей, интертекстуальность, следование правилам грамматики свидетельствуют о его высоком интеллектуальном уровне, а использование лексических инноваций является свидетельством его амбициозности и желания войти в историю.

Заключение

Резюмируя все вышесказанное, можно сформулировать следующие выводы:

Во-первых, медиасредства в современном мире являются не только источником информации среди массового адресата, а являются центральной силой, которая формирует восприятие реальности и общественное мнение. Особое значение медиасредства имеют для политической коммуникации, которая пронизывает все общественные сферы деятельности, а активное использование медиа средств политическими деятелями позволяет мгновенно распространять необходимую информацию, охватывая все слои населения.

Во-вторых, особая роль в настоящее время отводится политической медиариторике, объектом изучения которой являются риторико-стилистические особенности языка политической медиакommunikации. Отметим, что изучение вышеупомянутых стратегий позволяет создать не только медиапортрет того или иного политического деятеля, но и проследить эволюцию риторических особенностей на примере исследования особенностей медиариторики французских

президентов, выделяя общие и отличительные черты речевого поведения.

В третьих, в рамках данной статьи мы выделяем следующие ключевые этапы эволюции политической медиариторики Пятой республики:

- 1950-1960 - эпоха Ш. де Голля, или становление телевизионной риторики;

-1980 - эпоха Ф. Миттерана, или первый медиатизированный президентский стиль;

-2000 - «гиперпрезидентство» Н. Саркози, или использование социальных сетей для общения с массовым адресатом;

- 2017 – по настоящее время: эпоха Э. Макрона, или использование мультимодальных платформ.

В-четвертых, общей чертой для вышеперечисленных политических акторов стало использование таких риторических средств, как анафора, идентичная форма обращения в выступлениях, использование риторических вопросов, апелляция к истории и авторитету известных государственных и общественных деятелей, что является связующим звеном для нескольких поколений президентов Пятой республики.

Литература

1. Вартанова Е.Л. «Человек медийный» – новая ступень эволюции или приложение к гаджету? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.nkj.ru/open/27523/> (дата обращения: 04.12.2025).
2. Грибовод Е.Г. Дискурс Soft power и медиатизация политики как коммуникативные стратегии ШОС // Soft power: теория, ресурсы, дискурс / Под ред. О.Ф. Русаковой. Екатеринбург: Издат. Дом «Дискурс-Пи», 2015. С. 263–276.
3. Коломиец В.П. Медиатизация медиа. М.: 2020. 239 с.
4. Логинова П.Г. Политическая медиариторика: новый подход к анализу языка политической медиакommunikации (на примере Франции) / П. Г. Логинова. Москва: Директ-Медиа, 2025. 236 с.
5. Маслова В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? / В.А. Маслова // Политическая лингвистика. Екатеринбург, 2008. Вып. (1) 24. С. 43–47.

6. Распопова С.С. Человек в российских медиа: этический аспект. // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2022. № 3 (45). С. 175-183.
7. Appel 8 juin 1940. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ccop.fr/wp-content/uploads/Texte-de-lappel-du-18-juin-1940-1.pdf> (дата обращения 01.11.2025).
8. Appel du 22juin 1940 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.charles-de-gaulle.org/wp-content/uploads/2017/03/Appel-a-continuer-le-combat.pdf> (дата обращения 01.11.2025).
9. BFMTV.com. [Электронный ресурс]. URL: https://www.bfmtv.com/politique/elections/presidentielle/peirlimpinpin-galimatias-le-petit-lexique-du-debat-macron-le-pen_AV-201705040026.html (дата обращения: 17.11.2025).
10. Conseil constitutionnel. [Электронный ресурс]. URL: https://www.conseil-constitutionnel.fr/sites/default/files/as/root/bank_mm/dossiers_thematiques/presidentielle_2007/disc-investiture-16-05-07.pdf (дата обращения: 03.12.2025).
11. Discours de Vaueux. [Электронный ресурс]. URL: <https://mjp.univ-perp.fr/textes/degaulle16061946.htm> (дата обращения 03.11.2025)
12. Elysée.fr. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elysee.fr/francois-mitterrand/1990/06/20/allocution-de-m-francois-mitterrand-president-de-la-republique-sur-la-situation-economique-de-lafrique-les-possibilites-daide-des-pays-les-plus-riches-et-la-position-francaise-en-matiere-de-cooperation-et-daide-financiere-la-baule-le-20-juin-1990> (дата обращения: 03.12.2025)
13. Elysée.fr. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elysee.fr/francois-mitterrand/1991/01/16/message-de-m-francois-mitterrand-president-de-la-republique-adresse-a-la-nation-a-la-suite-de-lexpiration-de-lultimatum-contre-lirak-paris-le-16-janvier-1991> (дата обращения: 03.12.2025).
14. Elysée.fr. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elysee.fr/francois-mitterrand/1993/10/25/interview-de-m-francois-mitterrand->

- president-de-la-republique-accordee-a-france-2-lors-de-
lemission-lheure-de-verite-le-25-octobre-1993-notamment-sur-
la-greve-dair (дата обращения: 05.11.2025).
15. Elysée.fr. [Электронный ресурс].
URL: <https://www.elysee.fr/nicolas-sarkozy/2009/01/16/declaration-de-m-nicolas-sarkozy-president-de-la-republique-sur-les-priorites-et-defis-de-la-politique-etrangere-de-la-france-a-paris-le-16-janvier-2009> (дата обращения 02.12.2025).
 16. Elysée.fr. [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.elysee.fr/nicolas-sarkozy/2009/01/16/declaration-de-m-nicolas-sarkozy-president-de-la-republique-sur-les-priorites-et-defis-de-la-politique-etrangere-de-la-france-a-paris-le-16-janvier-2009> (дата обращения: 01.12.2025).
 17. Elysée.fr. [Электронный ресурс].
URL: <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2025/03/05/adresse-aux-francais-6> (дата обращения: 30.11.2025).
 18. Elysée.fr. [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/03/16/adresse-aux-francais-covid19> (дата обращения: 30.11.2025).
 19. France 24. [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.france24.com/en/20180402-french-english-macron-franglais-francophonie-language-academie-francaise> (дата обращения: 02.12.2025).
 20. Ina.fr. [Электронный ресурс]. URL: <https://fresques.ina.fr/de-gaulle/liste#sort/Type.Nom/direction/DESC/page/1/size/10> (дата обращения 01.11.2025).
 21. Institut François Mitterrand. [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.mitterrand.org/> (дата обращения: 03.12.2025)
 22. Leparisien.fr. [Электронный ресурс]. URL:
<https://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/debat-poudre-de-perlimpinpin-et-galimatias-les-expressions-desuetes-de-macron-04-05-2017-6916131.php> (дата обращения: 02.11.2025).
 23. Leparisien.fr. [Электронный ресурс].
URL: <https://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/debat-poudre-de-perlimpinpin-et-galimatias-les-expressions-desuetes->

- de-macron-04-05-2017-6916131.php (дата обращения: 02.11.2025).
24. Leparisien.fr. [Электронный ресурс]. URL: Schuck N. Parlez-vous le Macron? <https://www.leparisien.fr/politique/do-you-speak-macron-02-02-2018-7538088.ph> (дата обращения: 01.12.2025).
 25. Ouest-France. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ouest-france.fr/politique/emmanuel-macron/de-foutre-le-bordel-ceux-qui-ne-sont-rien-6-phrases-polemiques-d-emmanuel-macron-5293359> (дата обращения: 01.12.2025).
 26. Rouquette S. Aux marges de l'espace public médiatique. Politique de communication. 2016 / 1(№6). PP. 81 -111. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cairn.info/revuepolitiques-de-communication-2016-1-page-81.htm?ref=doi> (дата обращения: 01.12.2025).
 27. RT français. [Электронный ресурс]. URL: <https://francais.rt.com/france/49375-democratie-systeme-plus-bottom-up-terre-que-veut-dire-emmanuel-macron?ysclid=min74imjxs206980912> (дата обращения: 11.11.2025).
 28. Texte de l'appel 18 juin 1940. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.ccop.fr/wp-content/uploads/Texte-de-lappel-du-18-juin-1940-1.pdf> (дата обращения 01.12.2025).
 29. UN News. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.un.org/ru/story/2023/05/1441387> (дата обращения 01.11.2025).
 30. Vie-publique.fr. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vie-publique.fr/discours/132262-discours-de-m-francois-mitterrand-president-de-la-republique-sur-la-l> (дата обращения: 09.11.2025).
 31. Vie-publique.fr. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.vie-publique.fr/discours/199353-declaration-de-m-emmanuel-macron-ministre-de-de-leconomie-de-lindus> (дата обращения: 12.11.2025).
 32. Wikipedia.org. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Палимпсест> (дата обращения: 01.12.2025).

References

- Appel 8 juin 1940. Retrieved from: <https://www.ccop.fr/wp-content/uploads/Texte-de-lappel-du-18-juin-1940-1.pdf> (accessed: 01.11.2025).
- Appel du 22 juin 1940. Retrieved from: <https://www.charles-de-gaulle.org/wp-content/uploads/2017/03/Appel-a-continuer-le-combat.pdf> (accessed: 01.11.2025).
- BFMTV.com. Retrieved from: https://www.bfmtv.com/politique/elections/presidentielle/per-limpinpin-galimatias-le-petit-lexique-du-debat-macron-le-pen_AV-201705040026.html (accessed: 17.11.2025).
- Conseil constitutionnel. Retrieved from: https://www.conseil-constitutionnel.fr/sites/default/files/as/root/bank_mm/dossiers_the_matiques/presidentielle_2007/disc-investiture-16-05-07.pdf (accessed: 03.12.2025).
- Discours de Bayeux. Retrieved from: <https://mjp.univ-perp.fr/textes/degaulle16061946.htm> (accessed: 03.11.2025)
- Elysée.fr. Retrieved from: <https://www.elysee.fr/francois-mitterrand/1990/06/20/allocution-de-m-francois-mitterrand-president-de-la-republique-sur-la-situation-economique-de-lafrique-les-possibilites-daide-des-pays-les-plus-riches-et-la-position-francaise-en-matiere-de-cooperation-et-daide-financiere-la-baule-le-20-juin-1990> (accessed: 03.12.2025)
- Elysée.fr. Retrieved from: <https://www.elysee.fr/francois-mitterrand/1991/01/16/message-de-m-francois-mitterrand-president-de-la-republique-adresse-a-la-nation-a-la-suite-de-lexpiration-de-lultimum-contre-lirak-paris-le-16-janvier-1991> (accessed: 03.12.2025).
- Elysée.fr. Retrieved from: <https://www.elysee.fr/francois-mitterrand/1993/10/25/interview-de-m-francois-mitterrand-president-de-la-republique-accordee-a-france-2-lors-de-lemission-lheure-de-verite-le-25-octobre-1993-notamment-sur-la-greve-dair> (accessed: 05.11.2025).
- Elysée.fr. Retrieved from: <https://www.elysee.fr/nicolas-sarkozy/2009/01/16/declaration-de-m-nicolas-sarkozy-president-de-la-republique-sur-les-priorites-et-defis-de-la-politique-etrangere-de-la-france-a-paris-le-16-janvier-2009> (accessed: 02.12.2025).

- Elysée.fr. Retrieved from: <https://www.elysee.fr/nicolas-sarkozy/2009/01/16/declaration-de-m-nicolas-sarkozy-president-de-la-republique-sur-les-priorites-et-defis-de-la-politique-etrangere-de-la-france-a-paris-le-16-janvier-2009> (accessed: 01.12.2025).
- Elysée.fr. Retrieved from: <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2025/03/05/adresse-aux-francais-6> (accessed: 30.11.2025).
- Elysée.fr. Retrieved from: <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/2020/03/16/adresse-aux-francais-covid19> (accessed: 30.11.2025).
- France 24. Retrieved from: <https://www.france24.com/en/20180402-french-english-macron-franglais-francophonie-language-academie-francaise> (accessed: 02.12.2025).
- Gribov, E.G. (2015). *Diskurs Soft power i mediatizaciya politiki kak kommunikativnye strategii SHOS [Soft power discourse and mediatization of politics as communication strategies of the SCO]*. Ekaterinburg: Izdat. Dom «Diskurs-Pi». (in Russian).
- Ina.fr. Retrieved from: <https://fresques.ina.fr/de-gaulle/liste#sort/Type.Nom/direction/DESC/page/1/size/10> (accessed: 01.11.2025).
- Institut François Mitterrand. Retrieved from: <https://www.mitterrand.org/> (accessed: 03.12.2025)
- Kolomiec, V.P. (2020). *Mediatizaciya media [Mediatization of media]*. Moscow.
- Leparisien.fr. Retrieved from: <https://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/debat-poudre-de-perlimpinpin-et-galimatias-les-expressions-desuetes-de-macron-04-05-2017-6916131.php> (accessed: 02.11.2025).
- Leparisien.fr. Retrieved from: <https://www.leparisien.fr/elections/presidentielle/debat-poudre-de-perlimpinpin-et-galimatias-les-expressions-desuetes-de-macron-04-05-2017-6916131.php> (дата обращения: 02.11.2025).
- Leparisien.fr. Retrieved from: Schuck N. Parlez-vous le Macron? <https://www.leparisien.fr/politique/do-you-speak-macron-02-02-2018-7538088.ph> (accessed: 01.12.2025).
- Loginova, P.G. (2025). *Politicheskaya mediaritorika: novyj podhod k analizu yazyka politicheskoy mediakommunikacii (na primere Francii) [Political Media Rhetoric: A New Approach to Analyzing*

- the Language of Political Media Communication (Based on the Case of France)*. Moscow: Direkt-Media. (in Russian).
- Maslova, V. A. (2008). Politicheskij diskurs: yazykovye igry ili igry v slova? [Political discourse: language games or word games?]. *Politicheskaya lingvistika*, (1) 24, 43–47. (in Russian).
- Ouest-France. Retrieved from: <https://www.ouest-france.fr/politique/emmanuel-macron/de-foutre-le-bordel-ceux-qui-ne-sont-rien-6-phrases-polemiques-d-emmanuel-macron-5293359> (accessed: 01.12.2025).
- Raspopova, S.S. (2022). Chelovek v rossijskih media: eticheskij aspect [The Human in Russian Media: The Ethical Aspect]. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniya*, 3 (45), 175-183. (in Russian).
- Rouquette S. (2016). Aux marges de l'espace public médiatique. *Politique de communication*. Vol. 1(№6). PP. 81-111. Retrieved from: <https://www.cairn.info/revuepolitiques-de-communication-2016-1-page-81.htm?ref=doi> (accessed: 01.12.2025).
- RT français. Retrieved from: <https://francais.rt.com/france/49375-democratie-systeme-plus-bottom-up-terre-que-veut-dire-emmanuel-macron?ysclid=min74imjxs206980912> (accessed: 11.11.2025).
- Texte de l'appel 18 juin 1940. Retrieved from: <https://www.ccop.fr/wp-content/uploads/Texte-de-lappel-du-18-juin-1940-1.pdf> (accessed: 01.12.2025).
- UN News. Retrieved from: <https://news.un.org/ru/story/2023/05/1441387> (accessed: 01.11.2025).
- Vartanova, E.L. «Chelovek medijnyj» – novaya stupen' evolyucii ili prilozhenie k gadzhetu? ["Media Man" – a new stage of evolution or an appendix to a gadget?] Retrieved from: <https://www.nkj.ru/open/27523/> (accessed: 04.12.2025). (in Russian).
- Vie-publique.fr. Retrieved from: <https://www.vie-publique.fr/discours/132262-discours-de-m-francois-mitterrand-president-de-la-republique-sur-la-l> (accessed: 09.11.2025).
- Vie-publique.fr. Retrieved from: <https://www.vie-publique.fr/discours/199353-declaration-de-m-emmanuel-macron-ministre-de-de-leconomie-de-lindus> (accessed: 12.11.2025).

Wikipedia.org. Retrieved from:
<https://ru.wikipedia.org/wiki/Палимпсест> (accessed: 01.12.2025).

УДК 811.111

<https://doi.org/10.25076/vpl.60.06>

Т.А. Светоносова⁶

Московский государственный институт
международных отношений (университет) МИД России

ИНАУГУРАЦИОННЫЕ ОБРАЩЕНИЯ АМЕРИКАНСКИХ ПРЕЗИДЕНТОВ: ТОПОСЫ

В настоящем исследовании проведен анализ текстов инаугурационных обращений американских президентов с целью определения топосов, которые являются общими темами для этих текстов. Инаугурационные обращения имеют долгую историю и являются традиционными в президентской риторике американских президентов, и поэтому имеют высокий потенциал для лингвистических исследований. Тексты инаугурационных обращений содержат общие темы, которые сформулированы президентами страны, регулярно повторяются в инаугурационных обращениях и становятся частью политической культуры страны. В данном исследовании определены общие темы, топосы, характерные для текстов инаугурационных обращений американских президентов: обращение к подлинным идеалам и истинам страны, установление ответственности перед будущими поколениями, восхваление американского народа, укрепление единства внутри страны, проведение обновления в стране. Результаты исследования топосов позволяют, во-первых, понять, как устроены тексты инаугурационных обращений, во-вторых, уяснить, как можно структурировать содержание текстов инаугурационных обращений, в-третьих, осознать, как

⁶ © Светоносова Т.А. 2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution
4.0 International License <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>