

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК
Кафедра английского языка

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ
В ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ

и.о. заведующего кафедрой

канд. филол. наук

А.Н. Остапенко


13 июня 2019 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(магистерская диссертация)

СЕТЕВОЙ ДИСКУРС: САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕЗИДЕНТА
СОЕДИНЕННЫХ ШТАТОВ АМЕРИКИ ДОНАЛЬДА ТРАМПА

45.04.02 Лингвистика

Магистерская программа

«Теория и практика преподавания иностранных языков и культур»

Выполнила
студентка 2 курса
очной формы обучения



Клевцова Валерия Игоревна

Руководитель работы
канд. филол. наук



Антонова Светлана Николаевна

Рецензент
канд. филол. наук, доцент
кафедры английского языка
ТюмГУ



Пономарёва Елена Юрьевна

г. Тюмень, 2019

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	2
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО И СЕТЕВОГО ДИСКУРСОВ.....	6
1.1. Общее понятие дискурса.....	6
1.2. Понятие политического дискурса.....	11
1.3. Американский президентский политический дискурс.....	17
1.4. Методы анализа политического дискурса.....	23
1.5. Понятие сетевого дискурса.....	32
1.6. Персональный интернет-дискурс.....	41
1.7. Методы анализа сетевого дискурса.....	46
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1.....	49
ГЛАВА 2. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ДОНАЛЬДА ТРАМПА В СЕТЕВОМ ДИСКУРСЕ.....	52
2.1. Описание материала исследования.....	52
2.2. Структура твиттинга Дональда Трампа.....	53
2.3. Стратегии, суперстратегии и тактики самопрезентации Дональда Трампа в твиттинге.....	57
ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2.....	77
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	79
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	81

ВВЕДЕНИЕ

Диссертационное исследование посвящено изучению способов самопрезентации 45-го президента Соединенных штатов Америки, Дональда Трампа, посредством сетевого дискурса. Тема работы находится, с одной стороны, на стыке теории языка и теории дискурса, с другой – на перекрестке важнейших междисциплинарных областей (теории речевого воздействия, социолингвистики, прагмалингвистики, психолингвистики, политического и сетевого дискурса, политики) и обращена к рассмотрению явления самопрезентации в ее языковом выражении.

Актуальность настоящего исследования обусловливается потребностью дальнейшей разработки, верификации и апробации методов проявления самопрезентации политических деятелей современности в публичном политическом дискурсе. Эта задача согласуется с основными тенденциями проявления лингвистических подходов в современных способах отражения информации (социальные сети, СМИ, интернет). Определение самопрезентации в языковом выражении дает возможность обществу не только выявить достоверную оценку определенных фактов политической жизни, но даст возможность проанализировать данные факты и сформировать прогноз политических акций как на государственном, так и на мировом уровне.

Актуальным является также изучение статусно-институционального фактора в самопрезентации, в ориентации на которую речевое воздействие детерминирует потенциал аргументативных средств и экспрессивных техник в дискурсе. Сложность и многоплановость аргументативно-экспрессивного воздействия определяют значимость комплексного анализа этого феномена с позиций теории речевого воздействия, персуазивной риторики, прагмалингвистики, социолингвистики и общей аргументологии, которые позволяют охватить широкий спектр вопросов, касающихся исследования речевоздействующего дискурса.

Объектом исследования выступают речевоздействующие средства, выраженные в языке и оформляющие самопрезентационную составляющую политического и сетевого дискурса президента Соединенных штатов.

Предмет изучения – экспрессивные конструкции как одни из существенных аспектов, используемых современными политиками с целью создания имиджа в пространстве виртуальной коммуникации, а именно, в социальной сети Twitter. Выбор объекта обусловлен его доступностью, простотой проявления, массовой популярностью и актуальностью содержания конструкций. Доступ к данному объему информации имеет по меньшей мере 321 млн. человек, в соответствии с отчетом компании Twitter по итогам четвертого квартала 2018 года [В Twitter назвали количество активных пользователей, URL]. Причем доступ к чтению содержания микроблогов политиков имеют и те, кто не зарегистрирован в данной социальной сети.

Цель исследования заключается в выявлении и описании специфики убеждающих и воздействующих стратегий, методов, технологий и тактик как способов самопрезентации в пространстве политического и сетевого дискурсов. Параметры предлагаемых в диссертации методов анализа могут быть успешно использованы для исследования иных разновидностей экспрессивных конструкций, которыми оперируют представители политической среды с целью презентации своего имиджа.

Эта цель достигается решением следующих **задач**:

- 1) раскрыть понятия сетевого и политического дискурсов;
- 2) рассмотреть методы анализа сетевого и политического дискурсов;
- 3) раскрыть сущность понятия самопрезентации и ее речевоздействующего аспекта;
- 4) исследовать особенности речевого воздействия в разных типах дискурса;
- 5) выявить теоретические принципы анализа речевоздействующих элементов дискурса;

- 6) установить общие и особенные черты твиттинга президента Соединенных штатов, в которых реализуется самопрезентация;
- 7) выявить общекоммуникативные стратегии, методы, технологии и тактики как двигатели самопрезентации;
- 8) провести в самопрезентации анализ аргументативного речевого воздействия на основе разделения в последнем конвинсивного (обращенного к логосу) и персуазивного (обращенного к этосу и пафосу) ракурсов и установить способы такого воздействия.

Цель и задачи исследования определили применение соответствующих **методов**, к которым относятся прагмалингвистический анализ, методы логико-семантического, рационально-аргументативного, персуазивно-риторического и контекстуально-композиционного анализа, а также описательный метод (приемы наблюдения, сопоставления, дифференциации исследуемого материала) и элементы количественного анализа.

Теоретической основой диссертации являются исследования по релевантным для диссертации проблемам в области:

- прагмалингвистики (Буянова Л.Ю., Нечай Ю.П., Ван Дейк Т., Мейер М., Тичер С., Хазаргеров Г., Searle J. и др.);
- теории речевого воздействия (Баранов А.Н., Вайнрих Х., Жельви В.И., Черных А., Bolinger D., Bolter J.D., Grusin R., Fairclough N., Fiske, J. и др.)
- риторики и теории аргументации (А.Н. Баранов, Алексеев А.В., Шипилова Д.С., Winter D.G., Stewart A.J и др.).
- лингвистики текста и теории дискурса (Белозерова Н.Н., Макаров М.Л., Слышкин Г.Г., Чернявская В.Е., Шейгал Е.И., Feldman O., Van Belle H., Rutten K. и др.).

Материалом исследования послужил корпус текстов, включающий опубликованные в социальной сети микроблоггинга Twitter, твитты действующего президента Соединенных штатов Америки – Дональда Трампа. Учитывая тот факт, что президент США начал проявлять себя в

рамках социальной сети с 2009 года (задолго до того момента, как прошла инаугурация 20 января 2017 года) был выбран временной промежуток с 01.05.2018 по 01.05.2019 год. Данная редукция позволяет установить характерные черты самопрезентации президента в течение года.

Научная новизна исследования заключается в том, что в ней впервые самопрезентация рассматривается как фоновая стратегия социально-институционального плана и устанавливаются принципиальные параметры ее изучения; исследуются средства речевоздействующей реализации самопрезентации в постах социальной сети Twitter, выявляются и описываются лингвистические компоненты твиттинга как стратегические ракурсы проявления имиджа политического деятеля Америки.

Данная исследовательская работа состоит из: введения, двух глав – главы с теоретическим и практическим содержанием, выводов по каждой главе, заключения и библиографического списка литературы, используемой для составления теоретической основы работы.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО И СЕТЕВОГО ДИСКУРСОВ

1.1. Общее понятие дискурса

Категория дискурс, одна из основных в коммуникативной лингвистике и современных социальных науках, как и всякое широко употребляющееся понятие, допускает не только варианты произношения (с ударением на первом или втором слоге), но и множество научных интерпретаций, и поэтому требует уточнений, особенно в отношении к смежным терминам текст, речь и диалог [Макаров 2003, 84].

В основе термина «дискурс» заложено латинское слово *discursus*, что означало «бегание туда и сюда», откуда понятие круговорота, а позднее – значения «беседа», «разговор» и уточнение круговорота как круговорота речи. Итак, у истоков термина оказывается концепт речь, а поскольку и английское слово *discourse* и французское *discours* повторяют значения речи, беседы, а английский прибавляет к ним также значения лекции, проповеди, вполне мотивированным выступает развитие у термина значения форм общения, притом с явным акцентом на формы общения устного. Указания же на беседу, разговор (конверсацию) – это предтечи развития не столько значения обмена мнениями, сколько целеполагания, исходящего от отправителя речи и воздействия на его адресата. Нельзя не отметить тоже, что и беседа, и все прочие перечисленные формы общения имплицитно известную нейтральность термина по отношению к инициаторам общения: в их качестве могут выступать как группы людей, так и отдельно взятое лицо (лектор, проповедник), т. е. дискурс может объединять представления и о диалогической и о монологической речи [Кубрякова 2012, 115].

Термин «дискурс» используется все чаще в современных лингвистических работах, однако и в настоящий момент термин не имеет общепринятого определения. Термин «дискурс» определяется по-разному в зависимости от личного мнения ученого и, разумеется, от используемого

подхода, от научной школы. Самым распространенным определением является следующее: дискурс «как текст, взятый в его динамическом развитии, т.е. с учетом последовательности появления его фрагментов (речевых высказываний)» [Баранов 2012, 145].

С точки зрения Т.А. ван Дейка, дискурс «в широком смысле слова является сложным единством языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или коммуникативного акта» [Тен Ван Дейк 1989, 121]. Дискурс неразрывно связан с коммуникативным пространством, и особенно с говорящими, когда те погружаются в коммуникативную среду. Дискурс ранее относили исключительно к разговорной речи, однако на сегодняшний день дискурс включает в свое понятие также и письменную речь [Болотнова 2009, 22].

При характеристике дискурса отдельное внимание уделено всевозможным социальным, политическим, экономическим, культурным факторам, которые влияют на формирование того или иного дискурса (коммуникативные прямые или скрытые намерения говорящих, роль третьих лиц, формально не участвующих в коммуникации).

Важно рассмотреть иную трактовку термина «дискурс», которая связана с социокультурным аспектом коммуникации в обществе. Дискурс – это связный текст в совокупности с экстралингвистическим контекстом (социальным, культурным, психологическим, прагматическим и др.). Здесь речевые акты выступают в качестве лингвистических компонентов, участвующих во взаимодействии людей [Словарь социолингвистических терминов, URL]. К экстралингвистическим компонентам можно также отнести стиль одежды, манера общения, жесты, жестикуляция, тон и тембр голоса говорящего и др., однако данные параметры, как правило, не учитываются при дискурсном анализе.

При потере социокультурного контекста, в котором создавался и существовал тот или иной текст, нет возможности к такому тексту отнести

понятие «дискурс», так как значения, относимые к дискурсу, не вычлняются. Анализ дискурса относится к междисциплинарной области знаний: он находится на стыке психологии, этнографии, социологии и др. Сам дискурс представляет интерес в социолнгвистическом аспекте, поскольку дискурсная структура текста связана с социальными факторами. К примеру, изучение политического дискурса в работах французских лнгвистов (Ф. Брюно, А. Мейе, П. Лафарг, М. Козн) могут в известной степени быть отнесены к социолнгвистическим, поскольку все они включают в себя обращение к социальному контексту, к внеязыковой ситуации, в которой был произведен тот или иной текст. Именно учет социальной обусловленности дискурса сближает исследование этих текстов с социальной лнгвистикой. Важной стороной теории дискурса является исследование и апробация типовых ситуаций (фреймов) языкового общения.

Соотношение понятий дискурс, текст и речь дискутируется давно и с неизменным интересом. В начале 70-х годов была предпринята попытка дифференцировать понятия текст и дискурс, бывшие до этого в европейской лнгвистике почти взаимозаменяемыми, с помощью включения в данную пару категории ситуация. Так, дискурс предлагалось трактовать как «текст плюс ситуация», в то время как текст, соответственно, определялся как «дискурс минус ситуация». В этом нашла выражение общая тенденция к пониманию дискурс-анализа как широкого подхода к изучению языковой коммуникации, для которого характерны, с одной стороны, повышенный интерес к более продолжительным, чем предложение, отрезкам речи и, с другой стороны, чувствительность к контексту социальной ситуации. Термин дискурс, понимаемый как речь, «погруженная в жизнь», в отличие от текста, обычно не относится к древним текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно хотя в последнее время наметилась тенденция к применению методологии дискурс-анализа и самого термина дискурс к языковому материалу разной культурно-исторической отнесенности [Макаров 2003, 84].

Некоторые лингвисты (Алексеев А.В., Шипилова Д.С., Болотнова Н.С.) трактуют дискурс как подчеркнуто интерактивный способ речевого взаимодействия, в противовес тексту, обычно принадлежащему одному автору, что сближает данное противопоставление с традиционной оппозицией диалог vs. монолог. Само по себе последнее разграничение довольно условно, потому что наиболее естественным проявлением языковой активности следует считать диалог (даже монолог по-своему диалогичен – он всегда обращен к адресату, реальному или гипотетическому, *alter ego* говорящего).

Дискурс-анализ изучает социокультурные, интерактивные стороны языкового общения, но из этого не следует вывод об ограниченности его интересов только лишь устным диалогом: практически любой фрагмент языкового общения, включая самый банальный письменный текст, может быть рассмотрен под этим углом зрения.

Во многих функционально ориентированных исследованиях видна тенденция к противопоставлению дискурса и текста по ряду оппозитивных критериев: функциональность – структурность, процесс – продукт, динамичность – статичность и актуальность – виртуальность. Соответственно, различаются структурный *текст-как-продукт* и функциональный *дискурс-как-процесс*. Также, это отношение переносится на целый ряд категорий: грамматисты говорят об узусе, предложении, локуции, тексте, когезии; в то время как представители дискурс-анализа имеют дело с употреблением, высказыванием, иллокуцией, дискурсом, когеренцией (таблица 1).

Таблица 1

Категории грамматики и дискурс-анализа

Grammarians	Usage	Sentence	Locution	Text	Cohesion
Discourse analyst	Use	Utterance	Illocution	Discourse	Coherence

Семантико-тематический аспект дискурса представлен на субстанциональном уровне; следует отметить прозрачность и условность данных уровневых границ в рамках дискурса. На субстанциональном ярусе дискурса вычлняются языковые черты конкретность/абстрактность, дифференцирующиеся тем, что субъекты коммуникации отдают предпочтение выбору и употреблению языковых единиц с узкой или широкой сферой референции.

Наиболее ярко языковая личность эксплицирует свои характерные черты на интенциональном уровне. Он включает аспект отношения, стратифицирующийся на экзистенциональный, интеракциональный и эгоцентрический сегменты модальной рамки диалога. Измерение речевого поведения личности через ее отношение к теме диалога позволяет выделить такие черты, как юмористичность и буквальность, отражающие способность и диапазон коммуниканта в интерпретационном зигзаге пропозициональных фактов.

Направленность коммуникативной энергии «на» или «от» партнера выявляет признаки личностных особенностей ведения/поведения диалога. По отношению к теме диалога «конфликтность» (дисгармонизм) проявляется через реакцию отторжения, неприятия или только частичного принятия вводимой темы, через интенциональные способы реагирования на действия коммуникативного собеседника: упрек – упрек, просьба – отказ, констатация факта – негативная оценка факта. Как языковая черта «конфликтность» может репрезентироваться смещением акцента общения с предмета на отношения, что связано с эгоцентрической модальностью: отношение и ориентированность на коммуниканта (другого) зависит от отношения к самому себе, своему эго.

Коммуникативность дискурса как его онтологическое свойство связана с установкой на общение, то есть с интенцией говорящего передать определенную информацию и получить на нее соответствующий отклик, а

также интенцией слушающего эту информацию адекватно воспринять. Всеми возможными видами речевого общения – устное и письменное, прямое и косвенное, непосредственное и опосредованное временем, пространством, техническими средствами; цели общения и отвечающие им средства его осуществления, речевые стратегии и тактики, причины коммуникативных неудач – этими и многими другими проблемами занимаются исследователи коммуникативных свойств дискурса в рамках таких направлений современной лингвистики, как теория речевого общения, коммуникативистика, лингвоконцептология, текстология, риторика, когнитивная лингвистика.

При анализе эмоциональности и эмотивности дискурса необходимо учитывать механизмы и законы порождения речевых актов, мотивы, знания, ценностные ориентации, интенции участников коммуникации. Эта совокупность факторов вместе с социальными аспектами вмещается в рамку контекста (или «модель контекста» по ван Дейку). Таким образом, дискурс – это социальное событие, результат деления личности на «эго» и «социо», это динамизм речевой процессуальности, в то время как текст, условно говоря, статика, репрезентанта процессов речепорождения [Буянова, Нечай 2016, 42].

1.2. Понятие политического дискурса

Особой разновидностью дискурса с точки зрения его институциональной принадлежности является политический дискурс. Для понимания сути этого явления, остановимся на понятии «политика». Анализ подходов специалистов в области политологии и философии по данным Интернет-ресурсов и словарям показывает, что данный термин трактуется не совсем одинаково у разных авторов. Сравним определение, приведенное в Большом философском словаре, с одной стороны, и кратком Оксфордском политическом словаре [Oxford English Dictionary URL], с другой: «Политика – сфера деятельности, связанная с отношениями между классами, нациями и

другими социальными группами, ядром которой является проблема завоевания, удержания и использования государственной власти; участие в делах государства; определение форм, задач и содержания его деятельности». «Politics is a process by which group of people make decisions. The term is generally applied to behavior within civil governments, but politics has been observed in all human group interactions, including corporate, academic and religious institutions. It consists of social relations involving authority or power and refers to the regulation of a political unit, and to the methods and tactics used to formulate and apply policy» [Rhodes, Hart 2014, 37].

Политика – это многогранное слово. У него есть набор довольно специфических значений, которые носят описательный и непредвзятый характер (например, «искусство или наука о государственном управлении» и «политические принципы»), но он может и часто имеет негативное значение, тесно связанное с ними («политическая деятельность характеризуется коварными и зачастую нечестными практиками»). Английский является гибким языком, и слово нередко имеет несколько связанных значений, которые управляют коннотативной гаммой от хорошего к плохому. Некоторые из них были на удивление долгое время. Например, негативный смысл политики, как видно из фразы «игра в политику», используется по меньшей мере в 1853 году, когда аболиционист Уэнделл Филлипс заявил: «Мы не играем в политику; рабовладельчество не шутка для нас» [Merriam-Webster English Dictionary URL].

Но в приведенных определениях, несмотря на ряд различий, следует обратить внимание на используемые в них ключевые единицы: социальные группы и отношения между ними, власть, государство, тактики и методы деятельности. Поскольку они взаимосвязаны друг с другом, социокультурные отношения между ними реализуются посредством языка, который является «важнейшим хранилищем коллективного опыта», и в этом смысле культурой. Следовательно, поскольку содержание понятия «политика» влияет на объем отражающего его дискурса, политический

дискурс представляет собой процесс кодирования-декодирования информации, связанной с отстаиванием интересов определенного класса с использованием аппарата власти. Посредством языка политик навязывает свою точку зрения, свою речь он строит в соответствии с психологическими законами управления сознанием аудитории, организует и оформляет ее в зависимости от участников, целей, социальных норм и культурных традиций. Таким образом, политика и власть имеют лингвокультурологическое измерение, так как допускают интерпретацию в знаках культуры конкретного сообщества. [Генералова, URL].

В лингвистической литературе существует широкое и узкое понимание политического дискурса. Приведем высказывания ученых, придерживающихся широкого определения политического дискурса, под которым понимается «любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых относится к сфере политики» [Шейгал 2005, 23]; «совокупность дискурсивных практик, идентифицирующих участников политического дискурса как таковых или формирующих конкретную тематику политической коммуникации» [Баранов 2013, 246]. В качестве языкового материала могут быть использованы выступления политиков, политических обозревателей и комментаторов, публикации в СМИ, материалы специализированных изданий на различные темы, касающиеся аспектов политики. При таком подходе исследование политического дискурса включает в себя рассмотрение всех семиотических систем искусства [Гаврилова 2002, 22].

Политический дискурс расценивается лингвистами как предмет лингвокультурологического исследования, как видовая разновидность идеологического дискурса, как язык публичной области. Существует тезис, сформулированный исследователями в коллективном труде «Politically speaking: a worldwide examination of language used in the public sphere» утверждающем, что почти для всех публичных высказываний свойственна политическая функция [Fairclough 1989, 49].

Таким образом, из этого положения можно трактовать политический дискурс как современное употребление языка практически в любой области общения. Однако доминантным определением политического дискурса является функционирование текста политической направленности в пространстве политической коммуникации.

В понимании Тёна Ван Дейка, политический дискурс описывается как класс жанров, которые обусловлены социальной областью, а точнее политикой. В сферу политики входят следующие жанры: парламентские дебаты, выступления политиков, правительственные обсуждения и партийные программы. Из этого следует, что политический дискурс является дискурсом политиков. Также Тен Ван Дейк подчеркивает, что одновременно политический дискурс, заключенный в профессиональные границы и деятельность политических личностей, представляет собой вид институционального дискурса.

Из выше сказанного следует, что дискурс можно считать политическим при условии, что он сопровождается политическим актом при политических обстоятельствах и имеет базовой тематикой политическую направленность [Винник 2018, 48].

Политический дискурс, представленный как в письменной речи, так и в публичных выступлениях часто апеллирует к эмоциям реципиента, следовательно, включает в себя широкий набор экспрессивных языковых средств. Во-первых, к ним относятся такие семантико-синтаксические фигуры, как градации, повторы, антитезы и др. Во-вторых, акторы используют риторические приёмы (олицетворения, оксюморон, метафоры, эпитеты, метонимии, а также приемы риторической конвергенции). В-третьих, в процессе коммуникации применяют лексико-речевые фигуры, представленные оценочными номинативами, атрибутивами, отрицательными и положительными экспрессивами и экспрессивами в целом.

Стоит отметить такое свойство политического дискурса, как перформативность. Причем критерий истинности высказывания, как

определил Джон Остин, не является основным при вербальной перформативности. Эффект от действий, производимых высказываниями (словами), ничем не отличается от эффекта реальных событий: например, соотношение курса рубль/доллар/евро могло колебаться от высказываний президентов Барака Обамы, Франсуа Олланда, канцлера Ангелы Меркель и других первых лиц государств. Во время декабрьской пресс-конференции 2014 года Владимира Путина рубль сначала упал, затем резко вырос. Налицо воздействие высказываний первых лиц на игроков на бирже. Высказывания первых лиц, будучи нацеленными на исполнение, по определению являются перформативными, то есть имеют черту реального действия [Белозерова 2018, 144].

Политический дискурс в первую очередь детерминируется как политическая деятельность, дискуссия о том, какой курс действий следует соблюдать в соответствии с конкретными политическими целями.

Общественное предназначение политического дискурса состоит в том, чтобы внушать адресатам – гражданам общества – необходимость «политически правильных» действий и/или оценок. Иными словами, политик старается преподнести свои идеи аудитории так, чтобы она восприняла их как собственные, единственно правильные и разумные, что облегчает принятие ею курса, выгодного политическому лидеру. При успешном использовании определенных инструментов речевого воздействия адресат не подвергает информацию критике, а принимает ее как должное [Склярова, Хачересова 2017, 44].

В этой связи интересны и другие исследования политического дискурса США. Результаты исследований подтверждают гипотезу о том, что конкретное использование или отсутствие комиссивов и экспрессивов может быть стратегией политика для повышения доверия к их речам, и таким образом расшатывания общественного мнения в интересах политика. Напротив, установление взаимосвязи между использованием или отсутствием этих иллокутивных актов и приверженность политиков

действиям может стать методом выявления недоверия к политику. Данный вывод непосредственно связан с формированием имиджа политика, в положительном формировании которого заинтересованы все представители власти.

Экспрессивизация языка исследуемого дискурса делает процесс интериоризации политических объектов и ценностей более понятным. Призыв к эмоциям реализует «присвоение» референта высказывания. В связи с данным фактом в представленном дискурсе используют «мягкие» речевые акты, которые не прямо побуждают реципиентов к требуемым действиям, а устанавливают контекст, в котором адресат сам принимает решение о совершении того или иного вида действия. Согласно этому, вместо часто используемых в политическом дискурсе комиссивов и декларативов (наиболее ярко отражающих иерархию дискурса) часто используют репрезентативы и экспрессивы. Такие «манипулятивные» речевые акты ориентированы на закрепление определённой коммуникативной и, в целом, политической позиции за коммуникантами. Экспрессивы можно рассматривать как уникальный приём для достижения информационной функции в речи [Алексеев, Шипилова 2018, 7].

Согласно авторитетному мнению Е.И. Шейгал, политический дискурс имеет два измерения: реальное и виртуальное. Под реальным измерением автор понимает сиюминутность речевой деятельности и ее эмоционально-ценностную окрашенность, а также возникающие в результате данной деятельности речевые произведения (тексты), взятые во взаимодействии лингвистических, паралингвистических и экстралингвистических факторов. Виртуальное измерение дискурса, считает исследователь, представляет собой семиотическое пространство, включающее вербальные и невербальные знаки, совокупным денотатом которых является мир политики, тезаурус высказываний, набор моделей речевых действий и жанров, специфических для общения в данной сфере [Генералова, URL].

1.3. Американский президентский политический дискурс

Образ, или имидж, современного государства являет собой сложное многоуровневое наложение символов, метафор, персоналий и т.д. Одним из главных символов страны может выступать фигура президента. Многообразие жанров, в содержании текстов которых раскрывается образ президента, образует пространство президентского дискурса.

Эффективность любого вида речи зиждется на четырех качествах: правильности, ясности, уместности и красоте. Для риторики ключевым качеством является ясность. Именно она непосредственно связана с убедительностью.

Правильность лишь избавляет речь от неприятных черт. Низкая речевая культура производит плохое впечатление, в конечном счете, снижает и убедительность речи. Правильность, грамотность политической речи – одно из ее необходимых качеств. Разумеется, этого качества недостаточно для того, чтобы слово убеждало.

Уместность снижает вероятность коммуникативных неудач, избавляет говорящего от смешных положений, подобных объяснению в любви канцелярским языком. Неуместность политической речи – один из ее пороков, но одной уместности мало, чтобы убедить своего собеседника.

Красивая речь тоже сама по себе не убеждает. Скорее она доставляет удовольствие. Но красота речи, как считает Хазагеров Г.Г., вполне может рассматриваться как дополнительный, факультативный источник убедительности. К красивой речи прислушиваются, ее запоминают, к ней охотно возвращаются [Хазагеров 2002, 173].

Президентский дискурс, будучи особой разновидностью политической коммуникации, выступает в качестве вербальной формы проявления власти, средства воздействия на большую аудиторию не только в масштабе страны, но и на мировой арене, поэтому его изучение имеет огромное значение для определения хода развития внутривнутриполитических и международных

отношений. Исследователи выделяют такие характеристики президентского дискурса, как институциональность, идеологичность, прецедентность, риторичность, интертекстуальность, имплицитность [Склярова, Хачересова 2017, 44].

Известно, что политическим режимом в США является демократия, в основе которой лежат общеизвестные ценности. К демократическим ценностям относятся законность, плюрализм мнений, равенство, свобода слова и самоопределения.

Релевантны для исследования лингвистические составляющие имиджа президента США, микророли, с которыми тот или иной глава государства ассоциируется у аудитории, а также языковые средства с ценностной коннотацией, коммуникативные тактики, используемые американскими президентами для актуализации этих микроролей в рамках доминантной коммуникативной стратегии самопрезентации. Термин «микророль» использован в значении составной части социально-политической макророли президента.

Введенное понятие коммуникативные ценностно-личностные микророли самопрезентации представляет собой совокупность личностных черт и характеристик, в обладании которыми политики убеждают аудиторию. Следует отметить, что речь идет о создании имиджа политика, составляющими частями которого являются упомянутые коммуникативные ценностно-личностные микророли его самопрезентации. То есть политик, в частности, президент США, может и не обладать теми чертами характера и характеристиками, которые на коммуникативном уровне, как правило, латентно актуализируются в рамках его самопрезентации.

Рассмотрим подробнее ценностно-личностные коммуникативные микророли президентов США и языковые средства с ценностной коннотацией, коммуникативные стратегии и тактики, при помощи которых указанные микророли актуализируются.

- 1) Лидер (Leader). Вне сомнений, глава любой страны, а тем более президент США – страны, претендующий на очень многое в современном мире, должен всегда выглядеть достойным лидером, ввиду того что именно на это рассчитывали его избиратели, отдавая за него свои голоса.

Примером использования концепта-ценности to lead для актуализации коммуникативной ценностно-личностной микророли «Лидер» может служить следующий твит Президента Трампа: «Had very productive meetings and calls for our Country today. Meeting tonight with World Leaders!» [Д. Трамп, 11.11.2018, twitter].

- 2) Защитник (Defender). Поскольку одной из важнейших ценностей, как витальной, социальной, так и политической, является безопасность представляется рациональной коммуникативная самопрезентация президента в ценностно-личностной микророли «защитника» в выступлениях президентов США, по нашим наблюдениям, используются следующие языковые средства с положительной ценностной коннотацией в значении «защищать»: defend, protect, safe guard, stand up for, uphold, preserve, plead, support.

Ярким примером использования концепта «защищать» является следующее высказывание президента Джорджа Буша: «My most solemn duty as President is to protect the American people» / «Мой священный долг в должности президента – защищать американский народ».

- 3) Реформатор (reformer). Данная микророль необходима к созданию образа президента в современном обществе. Это обусловлено тем, что в любой стране большая часть населения ожидает перемен к лучшему и, избирая очередного президента, надеется на новый опыт, улучшения всех сфер жизни всей страны.
- 4) Борец (Fighter). Данная микророль отвечает ожиданиям избирателей, желающих видеться на посту президента, способного бороться как с социальной несправедливостью и недостатками в государственном

аппарате внутри государства, так и с угрозами во внешнеполитическом пространстве.

- 5) Набожный человек (Pietist). Актуализация данной микророли в американском президентском дискурсе характеризуется высокой частотностью и реализуется с помощью различных интертекстуальных ссылок в виде цитат из Библии, а также посредством всевозможных обращений к Всевышнему.
- 6) Избранник народа (Elected representative). Президенты такой декларативно и навязчиво демократической страны, как США, не могут периодически не упоминать, что они избраны своим народом.
- 7) Заботливый семьянин (Caring Family Man). По общепринятому мнению, президент должен служить примером для своих избирателей и в личной жизни, а именно в семейных отношениях. Стоит отметить, что весомую часть политической деятельности несет на себе Первая леди страны, супруга президента. Самыми яркими примерами успешного исполнения политико-социальных обязанностей были Элеонора Рузвельт, Жаклин Кеннеди и Мишель Обама.
- 8) Патриот (Patriot). Президент своей страны должен быть патриотом своей Родины, он также должен являться образом патриотизма своей страны. Для реализации этой микророли используются следующие выражения в речах политических деятелей США: beloved country, beloved land, devotion to country, the land we love, our nation.
- 9) Продолжатель традиций (Successor). Для американского политического портрета частотным является обращение к преемственности поколений.
- 10) Ответственное лицо (Responsible Person). В рамках коммуникативной стратегии восхваления своих положительных качеств и достижений американские президенты используют речевую тактику самоидентификации в роли «ответственного лица», при этом нередко

указывается на исключительную ответственность, которую несет президент.

- 11) Мудрый правитель (Solon). Президенты для реализации этой важной микророли используют следующие лексические средства с ценностной коннотацией, реализуемой в контексте высказываний: wise, reasonable, sensible, rational, discreet и другие.

Реализация в дискурсе американских президентов перечисленных выше коммуникативных ценностно-личностных микроролей самопрезентации обусловлена тем, что актуализация каждой из ролей направлена на удовлетворении ожиданий реципиентов – представителей различных возрастов, наций, рас, гендерных и социальных групп. В рамках доминантной коммуникативной самопрезентации выявлены следующие второстепенные коммуникативные стратегии: дискредитация предшественника на посту президента, восхваление своих достижений, интеграция, установления доверительных отношений с аудиторией.

Для успешной реализации перечисленных коммуникативных стратегий президенты США используют в своих выступлениях такие тактики, как семантический перенос, обещание, уверенная идентификация собственного мнения, апелляция к авторитету, повтор, консолидация, апелляция к родительским чувствам, ссылка на традиции, апелляция к эмоциям, интимизация, мининарратив, косвенное побуждение, *мы-дискурс*, самоирония [Дотдаева 2011, 94].

При анализе имиджа президента США стоило также рассмотреть 5 законов семантики, который раскрыл Вайнрих в своей работе «Лингвистика лжи»:

Первый закон семантики: всякое значение растянуто. Можно ли тогда ясно понимать друг друга, если каждое значение растянуто? Говорящий, возможно, хотел бы рассказать о пожаре, а слушающий подумал об огне в печи или о чем-нибудь совершенно ином. Точнее говоря, слушающий пока не знает, о чем он должен думать, его понимание приостанавливается в

ожидании дальнейшей информации. Пока она не поступит, значение (растянутое) слова-знака *огонь* по своему содержанию («интенционалу») остается для слушающего неопределенным.

Второй закон семантики: всякое значение неопределенно (*vage*). Все же говорящий доверяет звуковым волнам слова-знака *огонь* не совсем напрасно, поскольку этим он достигает языковой общности со слушающим. Ибо слово *огонь* имеет одинаковое (растянутое, неопределенное) значение для всех тех, кто принадлежит к одной языковой общности. Зная значение слова, они располагают немногим, но это немногое является общим для большой группы людей. Это означает: всей группе присущи одинаковые ожидания по отношению к дальнейшей информации, что делает значение слова социальным образованием.

Третий закон семантики: всякое значение слова социально. Теперь на короткое время допустим, будучи нейтральными зрителями, по каким-либо признакам сделали вывод, что говорящий сообщает о пожаре, свидетелем которого он стал. Этот пожар со всеми его особенностями подробно описывается как единственное событие. Изю всех этих признаков слушающий, которому дано лишь слово *огонь* и его значение, не узнает почти ничего. С помощью этого (растянутого, неопределенного, социального) значения он получает лишь скудную информацию, которая может быть грубо описана признаками «горячий» (*heiß*), «горящий» (*brennend*). Все прочие признаки этого огня он не узнает. Таким образом, с помощью слова-знака *огонь* проводится граница релевантности признаков конкретного огня; одни признаки (очень немногие) считаются релевантными, другие (очень многие, *ad libitum*) считаются нерелевантными и не. Совокупность признаков предмета, считающихся релевантными в некоторой языковой общности, называется значением. А процесс отбора признаков предмета с точки зрения их релевантности является актом абстрагирования. Значение слова, получаемое таким путем, есть абстракция. Это относится ко всем значениям,

а не только к таким словам, как *истина*, *демократия*, которые считаются абстрактными.

Четвертый закон семантики: всякое значение абстрактно. Четыре закона семантики, естественно, взаимозависимы; это, собственно, четыре стороны одного явления. Поскольку значения «слов растянуты, они могут быть только неопределенными. (Объем и содержание значения, будучи противоположностями, находятся в соответствии друг с другом.) Но так как значения являются неопределенными, они используются в некоторой социальной группе.

Однако их можно использовать лишь постольку, поскольку они являются абстрактными. Таким образом, значение слова в одно и то же время и бедно, и богато. Какая скудость информации в слове *цветок*, какое богатство признаков в каждом отдельном цветке. Но верно и обратное: какая ограниченность у отдельной вещи, какая назывная сила у слова [Вайнрих 1987, 37].

1.4. Методы анализа политического дискурса

Термин «критический дискурс-анализ» в силу ряда очевидных причин считают методом дискурс-анализа. Однако, в соответствии с Т.А. ван Дейком, такого метода не существует. Критические дискурсивные исследования применяют любые методы, которые соотносятся с целями исследования, и эти методы используются для изучения дискурса. Дискурс-анализ сам не является методом, а, скорее, областью научной практики, междисциплинарным проектом, распространенным во всех гуманитарных и социальных науках.

Таким образом, выделены следующие способы изучения структур и стратегий дискурса, как:

- грамматический (фонологический, синтаксический, лексический и семантический) анализ;

- прагматический анализ речевых и коммуникативных актов;
- риторический анализ;
- стилистический анализ;
- анализ специфики (жанровой и т. д.) структур (историй, новостей, парламентских дебатов, лекций, рекламных текстов и т.д.);
- конверсационный анализ разговора;
- семиотический анализ звукового, визуального материала и других мультимодальных параметров дискурса и взаимодействия.

Все эти различные виды анализа (наблюдение, описание и т. д.) могут комбинироваться и пересекаться различным образом, так что исследование может быть направлено на изучение семантику нарративов, риторику политического дискурса, прагматику разговора, семиотику стиля [Walker 1983, 27]. В каждом виде исследования можно выделить множество альтернативных способов работы с информацией (которые часто обозначаются как «методы» или «подходы»), например, формальный или функциональный виды анализа, которые сами по себе имеют различные версии в различных теориях, научных направлениях или школах в рамках каждой научной дисциплины. Чаще всего эти виды анализа представляют собой качественные описания деталей структуры дискурса, но в тоже время, поскольку они зависят от эмпирических данных, они могут быть и количественными, что в большей мере справедливо в отношении лингвистики, вырабатывающей новые методы для критического дискурсивного исследования.

Помимо указанных аналитических подходов исследования в области дискурса прибегают также к привычным методам социальных наук, таким как:

- включенное наблюдение;
- этнографические методы;
- эксперименты.

Итак, и дискурсивные исследования, и критические дискурс-исследования используют разнообразные методы наблюдения, анализа и прочие стратегии сбора, обработки и интерпретации данных, проверки гипотез, развития теории и получения знания.

Мы можем заключить, что критический дискурсный анализ в целом фокусируется на таких системах и структурах дискурса, которые могут зависеть или изменяться как функция соответствующих социальных условий использования языка, или которые могут содействовать определенным социальным последствиям дискурса, например, влияние на социальные убеждения и действия реципиентов. В частности, критический дискурсный анализ фокусируется на таких характеристиках дискурса, которые чаще всего ассоциируются с выражением, подтверждением, воспроизводством или вызовом социальной власти адресантов как членов доминирующих групп.

Эти характеристики могут включать в себя специальную интонацию или визуальные и аудиальные особенности (цвет, шрифт, свойства изображения, музыка), синтаксические структуры (например, активный или пассивный залог), выбор лексики, семантику пресуппозиций или личные описания, риторические фигуры или аргументативные структуры, а также выбор определенных речевых актов, вежливых речевых оборотов, разговорных стратегий [Searle 1998, 51].

Когда мы проводим дискурс-анализ как социальный анализ, мы становимся вовлеченными в чрезвычайно сложные структуры организации, контроля и власти, а дискурс в них является лишь одной из многих социальных практик, которые необходимо осмыслить. Более того, подобное критическое исследование сложных властных организаций имеет ряд специфичных методологических проблем, связанных, например, с серьезными ограничениями доступа к данным. Так, мы можем критически анализировать публичный выпуск новостей или редакторскую статью, учебник или диалог в классе, политическую пропаганду партии или рекламу компании, однако мы редко можем получить доступ к своего рода

«вершинам» дискурсивного взаимодействия - «кабинетным» встречам, совещаниям с редактором газеты, собраниям лидеров политической партии или дискуссиям на уровне правления бизнес-компании [Ван Дейк 2013, 37].

Также одним из методов исследования дискурса является «когнитивный метод». В основе этого метода «лежит предположение о том, что человеческие когнитивные структуры (восприятие, язык, мышление, память, действие) неразрывно связаны между собой в рамках одной общей задачи – объяснение процессов усвоения, переработки и трансформации знания, которые, соответственно, и определяют сущность человеческого разума». Лингвокогнитивный анализ политического дискурса призван выяснить, как в лингвистических структурах проявляются структуры знаний человека о мире; политические представления, присущие человеку, социальной группе или обществу в целом. Техника когнитивного анализа позволяет реконструировать представления человека о внешнем мире, его симпатии/антипатии, ценностные воззрения, а также позволяет судить о политической ситуации, так как внутренние модели мира лидера оказываются частью объективной картины политической ситуации [Мейер, Тичер 2009, 237].

Когнитивный подход осуществляется через анализ фреймов, т.е. структур данных для отображения стереотипной ситуации, концептов и метафорических моделей.

Концептуальный анализ языка политики является одной из наиболее актуальных задач политической лингвистики. В настоящее время можно выделить несколько методологических направлений концептуального анализа, например, историко-этимологическое направление. В рамках этого анализа исследуются главным образом способы употребления в политических текстах ключевых понятий социальных теорий и вкладываемые в них содержательные различия. К числу таких понятий относятся свобода, демократия, революция, парламентаризм, классовая борьба, мир, нация, левый/правый, прогрессивный/реакционный и многие

другие. Данное направление связано с исследованием эволюции понятия, с рассмотрением контекстов употребляемых понятий. Оно предполагает фундаментальное изучение исторической среды, в которой развивается понятие, а также детальное исследование его семантического поля. Междисциплинарно это направление связано прежде всего с программой философской герменевтики.

Фактор совпадения/несовпадения отношения коммуникантов к актуализируемому тексту оказывается очень существенным для успеха коммуникации. Коммуникативная компетенция индивида состоит в способности выбрать в качестве средства убеждения концепт текста, отвечающий не столько его собственной системе ценностей, сколько ситуации общения и, особенно, ценностным установкам адресата [Слышкин 2000, 103].

Другое направление, основанное на когнитивных методах, направлено на восстановление иерархических структур смысла, представленных в рамках какого-либо из языков высокого уровня. Цель данного подхода – моделирование политической ситуации, реконструкция когнитивной схемы, т.е. «описание минимальных условий, при которых становится возможным употребление того или иного понятия». Среди работ этого направления можно отметить исследования Сергеева В.М., Сергеева К.В. [Сергеев В. М., Сергеев К. В, 2001].

Метафорическое моделирование также является одним из методов изучения политического дискурса. В когнитивной лингвистике метафора понимается как способ познания действительности. Метафоры играют особую роль в принятии политических решений, так как помогают выработке альтернатив, из которых далее осуществляется выбор. Необходимо отметить, что использование метафор в политике – признак кризисного мышления, мышления в сложной проблемной ситуации, разрешение которой требует значительных усилий от когнитивной системы человека по усвоению новых знаний и переработке их для построения множества вариантов и выбора

альтернативы. Периоды кризисного мышления, когда в обществе происходит смена парадигмы общественного сознания, привлекают внимание лингвистов.

Критерием частотности (F) является употребление метафоры на каждые 100 слов. Интенсивность (I) вычисляется по формуле:

$$I = \frac{1w+2n+3s}{t},$$

где w – количество «стертых» метафор, т.е. метафор, которые реализуют стандартные метафорические переносы значения; n – обычные конвенциональные метафоры, не фиксированные как словарные значения, s – новые, креативные метафоры, t – общее количество метафор. Коэффициенты 1,2,3 позволяют учесть «силу» метафоричности.

Сила воздействия метафоры связана не только с новизной, но и с типом самой метафорической модели. Ясно, что «военные» метафорические модели или модели «болезни» более конфликтны, чем строительные или транспортные метафорические модели. Для отражения конфликтности введена переменная содержания D, которая вычисляется по формуле:

$$D = \frac{1p+2n+3po+4d+5sp+6m}{t},$$

где p – стертые метафоры, n – метафоры природы, po – политические и интеллектуальные метафоры, d – метафоры, относящиеся к смерти и стихийным бедствиям, sp – спортивные и игровые метафоры, m – метафоры болезни, t – общее количество метафор [Гаврилова 2002, 20].

Ученые выяснили, что существует прямая зависимость между социально-экономическим положением в стране делегата и частотой употребления метафоры в его выступлениях. Чем напряженнее социально-экономическая ситуация в стране, тем чаще делегаты Европарламента от этой страны используют в своих выступлениях метафоры, причем, как правило, живые метафоры пессимистического или агрессивного содержания. Таким образом, метафорический коэффициент С увеличивается во время экономических кризисов и свидетельствует о «социальном стрессе».

Лингво-идеологический анализ политического дискурса. В рамках когнитивного метода исследуются стереотипы, лежащие в основе политических предрассудков, а также взаимосвязь языка и идеологии. Исследователи отмечают, что политический дискурс контролируется основными идеологиями (демократия, либерализм, социализм) посредством (общественных) социальных позиций, с одной стороны, и (личными) ментальными моделями конкретных событий и контекстуальными моделями коммуникативной ситуации, с другой стороны. В связи с этим идеологический анализ предполагает рассмотрение следующих аспектов политического дискурса:

- уровни, структуры, стратегии или шаги, в которых идеологические убеждения выражают себя в дискурсе;
- дискурсивные доказательства взаимодействия различных идеологий.

Лингво-идеологический анализ политического дискурса обычно проводится на материале индивидуального дискурса, поэтому совершенно очевидно, что в дискурсе политика можно обнаружить влияние различных идеологий. Задача лингвиста состоит в том, чтобы выявить идеологии, с которыми идентифицирует себя политик (как член консервативной партии, как расист, как антифеминист и т.п.), и выяснить, как эти идеологии эксплицитно формулируются или остаются имплицитно выраженными в дискурсе политика.

Описательный метод. В рамках данного метода наиболее ярко и полно представлен риторический подход к изучению политического дискурса, что, вероятно, объясняется основной функцией политического текста – функцией речевого воздействия. Лингвистов интересует, какие языковые средства используются автором для навязывания тех или иных политических представлений. Предметом их изучения становятся все те языковые средства, которые могут быть использованы для осуществления контроля за сознанием собеседника. Очевидно, что широкая представленность лингвистических

направлений данного метода объясняется разнообразием языковых средств альтернативного представления действительности [Гаврилова 2002, 20].

Проводя лингвистические исследования выступлений политических лидеров в рамках лингвопрагматики, ученые описывают речевое поведение политика, изучают риторические стратегии в политической деятельности, реконструируют языковую личность политика.

Лингвостилистическое направление изучает стилистически маркированные элементы языковой системы (просторечные слова; узкоспециальные термины науки, техники, ремесла, искусства; слова, которые могут быть употреблены лишь в определенном стиле литературного речи) и свойственные им эмоциональные и экспрессивные компоненты содержания, коннотации и ассоциации с точки зрения их соотношения с симпатиями и антипатиями пользующегося ими лица и тем самым с его системой ценностей.

Семантическое направление ориентировано на выяснение того, как проявляются политические представления в самых обыденных, нейтральных языковых средствах. Создание новых слов и выражений объясняется, с одной стороны, появлением новых реалий в общественно-политической жизни страны с другой стороны, появлением причин для изменения имени уже существующего явления. Выбор последовательности слов при перечислении также влияет на осмысление ситуации получателем информации. Изменив порядок следования характеристик, можно изменить производимое впечатление.

Количественный метод. Рассмотрим методику контент-анализа с лингвистической точки зрения. Рациональность такого подхода объясняется тем, что по сути контент-анализ использует чисто лингвистическую информацию о характеристиках текста и пытается выявить его семантические особенности. Сущность контент-анализа заключается в том, чтобы по внешним – количественным – характеристикам текста на уровне слов и словосочетаний сделать правдоподобные предположения о его плане

содержания и, как следствие, сделать выводы об особенностях мышления и сознания автора текста – его намерениях, установках, желаниях, ценностных ориентациях.

Важнейшей категорией контент-анализа является концептуальная переменная (к-переменная) – понятие, которое стоит в центре статистического исследования. Например, к-переменной могут быть такие категории, как «политическая культура», «демократия», «права человека», «национальная идея» и т.п. В конкретном тексте к-переменная представлена своими значениями – языковыми представителями. Например, к-переменная «местное самоуправление» может быть представлена в тестах следующими языковыми коррелятами: самоуправление, муниципальное управление, коммунальное управление, самоуправляющиеся сообщества, управление местными сообществами, местные представительные органы, местное представительное управление, местная демократия, муниципалитет.

Абсолютная частота к-переменной определяется как совокупность абсолютных частот ее значений (языковых репрезентаций). Отсюда следует, что для точности контент-анализа важно определить весь список значений, иначе будут пропущены некоторые вхождения к-переменной.

Завершая обзор основных лингвистически ориентированных методов изучения политического дискурса, можно сделать вывод о том, что эти методы направлены на выявление содержательной связи между политикой и языком и демонстрируют тенденцию к междисциплинарному исследованию политического дискурса [Гаврилова 2002, 20]. В настоящее время перед языкознанием стоит социальная задача: необходимо выработать нормы русского политического дискурса и описать риторический идеал политического деятеля.

1.5. Понятие сетевого дискурса

История интернета берёт начало в 1957 году, когда Министерство обороны США начало разрабатывать компьютерные сети. Но днём рождения Интернета считают 29 октября 1969 года, в этот день первая информация была передана между компьютерами, находящимися на расстоянии в 640 километров друг от друга. Естественно, в тот момент выделить виртуальный дискурс из других видов дискурса не представлялось возможным.

Можно считать, что коммуникация и дискурс в Интернете стала идти по своему собственному пути развития, обретая свои уникальные особенности в 1971 году, когда была разработана первая программа для отправки электронной почты, первый новый технологичный способ коммуникаций, положивший начало глобальной перестройке всей системы взаимосвязи людей.

В 1973 году к сети были подключены международные организации, что дало огромный толчок развитию интернет-коммуникации и дискурсу, связанному с ней.

В настоящее время для определения этого явления существует ряд понятий, которые дифференцированы объектом исследования и сферой употребления. Наиболее распространенными из них являются «компьютерно-опосредованная коммуникация» (англ. computer-mediated communication), «компьютерный дискурс», «электронный дискурс», «виртуальный дискурс», «интернет-дискурс» и «сетевой дискурс».

Исследование особенностей русскоязычного Интернет-дискурса гораздо менее обширно развито, чем исследование англоязычного Интернет-дискурса, в силу того, что сам Интернет появился в России со значительным опозданием и начал развиваться сравнительно медленными темпами в девяностых годах в связи с политическим, экономическим и социальным кризисами.

По данным Internet World Stats сегодня в мире насчитывается примерно 3 млрд пользователей Интернета. Самым распространённым языком Интернета является английский (им владеют примерно 28,6 % пользователей), следом за ним идёт китайский (23,2 % пользователей). Русский же занимает лишь седьмое место с 3 % пользователей. Эти показатели зависят не только от количества носителей языка в принципе, но и от степени культурного и технического развития определённой страны. В России 61,4 % жителей имеют доступ в Интернет, в то время как, например, в Германии этот показатель достигает 86 %.

И, соответственно, чем меньше проникновение Интернета в общество, тем меньше пользователей этой сети, а, чем меньше пользователей, тем меньше производится контента, тем менее развита виртуальная коммуникация, дискурс складывается не такой обширный, как в более развитых с этой точки зрения странах, а, значит, поле для исследования менее представительно [Байчибаев URL].

Киберпространство как новая коммуникативная среда не могло не оказаться в центре внимания дискурсивных исследований, и текст, погруженный в ситуацию общения в киберпространстве, стал рассматриваться как новый, не существовавший ранее тип дискурса, называемый компьютерным, электронным, сетевым, виртуальным и интернет-дискурсом. Поскольку киберпространство является тесно связанным с виртуальной реальностью и глобальной компьютерной сетью Интернет, данные названия кажутся синонимичными, обозначающими один и тот же дискурс, который можно было бы обобщенно назвать как «дискурс киберпространства». Однако при более пристальном рассмотрении становится понятно, что речь идет о совершенно разных видах дискурса, хотя и имеющих точки взаимопересечения [Лутовинова 2009, 20].

Действительно, первые два термина, «компьютерный дискурс» и «электронный дискурс», являются синонимичными и обозначают текст, погруженный в ситуацию общения посредством электронных средств связи,

а точнее, посредством компьютера, что доказывается рядом исследований по данной проблеме. «Интернет-дискурс», как и следует из названия, подразумевает исследование текста при общении в Интернете, или Глобальной сети. «Сетевой дискурс» трактуется шире, чем «интернет-дискурс», поскольку представляет собой текст, погруженный в ситуацию общения как в Интернете, так и других сетях, например, локальных. Кроме того, «интернет-дискурс» и «сетевой дискурс» входят в понятие компьютерного дискурса как частное в общем. Таким образом, рассмотренные виды дискурса в качестве отличительной особенности содержат указание на то или иное средство связи, которое обуславливает создаваемую коммуникативную среду [Лутовинова 2009, 20].

Виртуальный дискурс, представляющий собой текст, погруженный в ситуацию общения в виртуальной реальности, в значительной степени отличается от вышеперечисленных видов, поскольку при его определении следует принимать во внимание не только текст в ситуации общения, отличающегося от непосредственного контакта специфическим каналом связи, но и учитывать характеристики, заложенные в понятие виртуальной реальности.

Учитывая внешние и внутренние характеристики речи, при выделении и рубрикации категорий дискурса, используем следующую классификацию категорий дискурса:

- 1) конститутивные, позволяющие отличить текст от нетекста;
- 2) формально-структурные, характеризующие способ организации текста;
- 3) жанрово-стилистические, характеризующие тексты в плане их соответствия функциональным разновидностям речи;
- 4) содержательные (семантико-прагматические), раскрывающие смысл текста [Лутовинова 2009, 21].

Конститутивные категории дискурса включают в себя цели, ценности и стратегии соответствующего вида дискурса, прецедентные (культурогенные) феномены.

Виртуальный дискурс обладает всем разнообразием функциональных целей, присущих дискурсу реальному: коммуникативные, игровые, учебные, психотерапевтические, социализирующие, манипуляционные и т.п. Однако в качестве основных целей, на наш взгляд, следует выделить третичную социализацию, саморепрезентацию и развлечение (игру). Третичная социализация как цель реализуется на начальном этапе погружения, вхождения языковой личности в виртуальный мир, в новую, неизвестную ей ранее, социокультурную среду, в рамках которой она должна уметь адекватно взаимодействовать с другими пользователями. Саморепрезентативная цель заключается в реализации языковой личностью своего стремления к публичности, к признанию другими. Развлекательная цель проявляется в том, что большая часть взаимодействия пользователей Сети носит игровой характер, направленный на получение удовольствия от процесса общения.

Согласно основным целям виртуального дискурса, можно говорить о выделении следующих его коммуникативных стратегий: организующей, поисковой, позиционирующей, объясняющей, оценивающей, содействующей, дискредитирующей. Наиболее ярко, по сравнению с реальным дискурсом, проявляются позиционирующая и дискредитирующая стратегии, поскольку в процессе виртуального взаимодействия, где пользователи являются анонимными, языковая личность не думает о сохранении собственного лица и может проявлять те черты своего характера, которые вынуждена скрывать в процессе реального общения в силу тех или иных конвенций [Лутовинова 2009, 21].

Ценностями виртуального дискурса являются анонимность, демократичность общения (проявляющаяся в негласно утвержденной форме общения на «ты» и, как следствие этого, в легкости установления контактов

и завязывания знакомств без учета возрастных, социальных, расовых, половых и т.п. характеристик коммуникантов), неограниченная доступность получения информации и завязывания контактов (возможность общения с большим количеством людей), скорость получения информации и завязывания знакомств, отсутствие пространственных границ, размывание расстояний и стирание роли временного фактора, свобода самовыражения (порой граничащая с вседозволенностью).

С позиции коммуникативного поведения языковой личности в виртуальном дискурсе релевантными будут являться, во-первых, способы саморепрезентации виртуальной языковой личности, в качестве которых можно назвать выбор ника (сетевого имени), ориджина (своеобразной подписи, сопровождающей сообщения пользователя на том или сетевом ресурсе), домашнюю страницу и способы ее оформления, название блога (сайта с возможностью комментирования или сетевого дневника), а также сам блог, речевое поведение коммуникантов. Саморепрезентативная цель в виртуальном дискурсе является следствием деформирования структуры взаимодействия в виртуальном пространстве, по сравнению с реальным, а именно, вытеснением ориентации на другого – ориентацией на самого себя [Лутовинова 2009, 22].

Здесь можно говорить о попытке языковой личности освободиться от определенных черт, скрытых в ее реальной повседневной жизни теми или иными психологическими или социальными комплексами. В течение всего процесса виртуального взаимодействия с другими пользователями сети, виртуальная языковая личность так или иначе стремится показать себя с лучшей, по ее мнению, стороны, предстать в выгодном свете, акцентируя внимание партнеров по коммуникации именно на тех своих чертах, качествах и т.п., которые считает или хочет считать своими достоинствами. Здесь следует говорить о понятии коммуникативной компетенции, в рамках которой особое значение приобретают проблемы сетевого этикета, жанровой компетенции, невербальных компонентов виртуальной коммуникации,

компьютерный сленг и жаргон, языковая игра, языковая мода [Лутовинова 2009, 28].

Цели интернет-коммуникации без сомнения пересекаются с целями коммуникации вообще, но существуют также и достаточно значительные различия. А.А. Селютин говорит о разной вовлечённости пользователя в Интернет-коммуникацию. Она может быть пассивной (просмотр новостных сайтов, чтение различной текстовой информации, посещение различных других веб-ресурсов, скачивание файлов и т. д.) или активной (участие в общении, ведение дневника, комментирование статей, использование социальных сетей и т. д.) [Селютин 2009, 139].

Под пассивностью понимается такая ситуация общения, когда пользователь только получает информацию, ничего не предоставляя взамен. У такого пользователя только одна цель в интернет-коммуникации – получение информации. Такие коммуниканты остаются невидимыми для остальных пользователей Интернета, их образ не зафиксирован в Интернет-коммуникации, в то время как след активного коммуниканта заметен, является видимым для других пользователей и создаёт определённый коммуникативный образ.

Активный пользователь может преследовать четыре цели в процессе интернет-коммуникации:

- обмен информацией (не только вербализованной, но также обмен аудио- и видеофайлами, изображениями и прочими компьютерными данными различного характера);
- создание и укрепление контактов (коммуникант в зависимости от своей интенции может искать контакты, связанные с его биографией, профессиональной деятельностью, сферой интересов и наклонностями, религиозными и нравственными ценностями);
- самореализация (А.А. Селютин описывает эту цель так: «Повышение личного рейтинга благодаря своим знаниями или

поступкам, а также как следствие степени пользы данного коммуниканта для сетевого сообщества»);

- развлечение посредством общения, являющееся одной из основных целей интернет-коммуникации.

Являясь искусственно созданным, виртуальный дискурс служит не просто техническим каналом связи, вроде телефона, а является, по сути, новой средой общения, в которой коммуниканты не встречаются лицом к лицу, но, тем не менее, происходит прямое и разноплановое коммуникативное воздействие. Именно поэтому виртуальный дискурс приобретает множество отличительных особенностей, сохраняя при этом свойства, характерные для дискурса в целом [Селютин 2009, 139].

Интернет-дискурс представляет собой процесс создания текста в совокупности с прагматическими, социокультурными, психологическими факторами, целенаправленное социальное действие, включающее взаимодействие людей и механизмы их сознания – когнитивные процессы.

Для виртуального дискурса также характерно отсутствие видимой социальной, гендерной и возрастной градации (чего невозможно избежать в подавляющем большинстве видов дискурса). Эта градация заменяется определённой разработанной моделью поведения.

Например, на уровне интернет-форума присутствует градация «Модераторы-посетители», в которой модераторы отличаются от пользователей тем, что наделены некоторыми регулируемыми правами на данном форуме, занимающиеся установлением правил и политики этого ресурса.

Виртуальный дискурс ограничен техническими возможностями (наличие у коммуниканта компьютера, доступа в Интернет) и человеческим фактором (нахождение собеседника в данный момент в сети и его нахождение на определённом ресурсе в данный момент). Но, являясь искусственно созданной коммуникативной средой, интернет-дискурс, по сути, условен и не имеет временных и пространственных границ, он

позволяет взаимодействовать друг с другом пользователям, вне зависимости от их географического положения и временной зоны.

В интернет-дискурсе функционируют собственные жанры, в которых реализуются как общие, так и индивидуальные свойства, характерные исключительно для данного типа дискурса. Лексика Интернета обладает чертами как письменной, так и устной разновидности языка; сохраняет в себе некоторые черты технического жаргона, но также наполнена общеупотребительной лексикой, формируется по принципам образования неформальной лексики. Это в некоторой мере обусловлено спецификой использования данной лексики, а также социокультурными факторами ее возникновения и распространения.

Из-за такого особого статуса лексики в сети Интернет, неоспоримой важности её исследования и представляемого им огромного интереса для учёных необходим комплексный подход к её исследованию, включающий в себя элементы разных научных подходов: лингвистического, литературоведческого, культурологического, этнографического и других.

Одним из таких комплексных подходов может служить подход, методологически принятый в лингвокультурологии.

Выделяют шесть жанров Интернет-коммуникации (электронная почта, чат, форум, электронная доска, домашняя страница, развлекательные проекты), которые могут быть разделены на исконно сетевые и заимствованные из других сфер общения. Основными особенностями данных жанров принято считать презентацию языковой личности виртуального коммуниканта через «речевую маску», а также атмосферу «виртуального карнавала», который является взаимодействием речевых масок и выражается в создании особого игрового импровизационного стиля общения. данными положениями можно согласиться относительно форума.

Рассматривая когнитивную природу и функции жанра, можно сделать вывод, что «жанры концептуализируются при соотнесённости с особыми видами ментальных схем – структурно и функционально целостных

устойчивых комплексов, хранящихся в долговременной памяти, знание которых обеспечивает активизацию соответствующих схем действий, т.е. позволяет интерпретировать ситуацию и поведение других людей», а также выстраивать своё собственное поведение так, чтобы быть правильно понятым другими.

Всё поведение пользователя Интернета, прежде всего речевое, вербальное, позволяющее, однако, передачу или восприятие экстралингвистических элементов в виде графических изображений, аудио- или видеоматериалов. Следовательно, успешность, результативность и удовлетворённость от пользования сетью Интернет в большой степени зависит, с одной стороны, от степени чёткости речевой формулировки своих потребностей и определения стратегий и тактик своего поведения и, с другой стороны, от чёткости представления возможностей той или иной сферы Интернета. В соответствии с целями и функциями компьютерного Интернет-дискурса, а также стратегиями и технологиями речевого поведения, формируемыми им, все его сферы можно разделить на жанры:

- 1) Информационный (веб-сайт, Интернет-документ, вики-проект, поисковая система и др.). Информационный жанр формирует у пользователя технологии и стратегии получения информации разного характера (познавательной, развлекательной и т.д.). Информационный жанр имеет такую особенность: для получения информации пользователь вступает в языковой контакт не с себе подобным, а с информационным пространством Интернет, что осуществляется посредством компьютера.
- 2) Коммуникативный (электронное письмо, системы мгновенного обмена сообщениями, социальные сети). Коммуникативный жанр ответственен за стратегии обмена информацией и опытом, а также за стратегии «создания консенсуальной области взаимодействия организмов». Консенсуальной областью при этом называется общая для коммуникантов область взаимодействия, оказывающая на

каждого из них ориентирующее воздействие, т.е. имеющая целью коммуникации не передать информацию, а изменить состояние той среды, в которой находится «адресат», вызвать у него поведенческую реакцию.

- 3) Развивающий (игровые миры и игры он-лайн). Особенностью этого жанра является то, что на первый план здесь выходит развивающая функция, осуществление которой может производиться практически без речевого взаимодействия участников игры друг с другом, поэтому стратегии и технологии речевого поведения участников игры друг с другом или с игрой видятся очень ограниченными, хотя, несомненно, существуют.
- 4) Замещающий (Интернет-магазин, платёжные системы и др.). Этот жанр можно назвать сервисным, так как он предполагает технологические способы выполнения определённых речевых операций для использования тех или иных сервисов, услуг [Распопина 2010, 131].

Деление услуг Интернета на жанры условно и необходимо для определения основных потребностей пользователя и более полноценного анализа стратегий и технологий их речевого поведения в Интернет-пространстве.

1.6. Персональный интернет-дискурс

Интернет вынуждает переосмыслить классические определения и категории коммуникативистики и когнитивной лингвистики. Когда мы говорим, что Интернет является средством массовой коммуникации, становится ясно, что ни слову массовый, ни слову средство нельзя дать точного определения; определение зависит от ситуации. Исследователи в той или иной степени «схватывают» наличную ситуацию, фиксируя возникающие вопросы, однако ответов (предлагаемых объяснений) столько,

сколько пишущих на эту тему. Естественно, что одна из основных проблем является роль канала (channel) как средства передачи данных и его воздействие на саму информацию и ее восприятие – приобретает в случае сетевых взаимодействий особое значение. На деле носитель информации не идентичен сообщению, но определяет его характер [Bolter, Grusin 1999, 246].

Изменчивый, гибкий статус индивида в Интернете ведет к переменам в природе такого важного социального феномена, как авторитет, прежде всего политический. Если в Средние века авторитет был наследственным, в эпоху модерна базировался на мандате народа, основанном на голосовании, то сам термин «демократия» говорит о суверенитете телесно воплощенных индивидов, определяющих путем голосования, кто ими должен руководить. В настоящее время, в условиях киберпространства и мобильной идентичности, вероятно, потребуется некое новое понятие, фиксирующее отличные от прежних отношения между лидерами и толпой [Черных 2007, 199].

Персональный интернет-дискурс может рассматриваться как континуум личностно-ориентированного общения человека в Сети, ориентированный на канал коммуникации, выражение личностной позиции, самоидентификацию, самовыражение и самопрезентацию и реализуемый в следующих интернет-жанрах: персональный сайт, личный блог, социальная сеть и интернет-комментарий.

Структура гипертекстового пространства жанров персонального интернет-дискурса зависит от лингвопрагматических характеристик персональной интернет-коммуникации – композиционные единицы гипертекстов помогают упорядочить размещаемую информацию в Интернете в том виде, в котором, по мнению авторов, эта информация должна быть представлена читателям: для персональных сайтов характерна информация биографического типа; для жанра социальных сетей также значима информация о фактах из биографии авторов аккаунтов, которая носит анкетный характер и позволяет создавать свой собственный, индивидуальный

круг общения; блогосфера ориентирована на презентацию внутренних переживаний человека.

Жанровое разнообразие персонального интернет-дискурса напрямую зависит от прагматики коммуникационных интеракций, от структуры и внутренней организации представленных в этих жанрах текстов, а также коммуникативного действия пользователя, поэтому предлагаем считать, что жанрообразующими параметрами личностно-ориентированной коммуникации в Интернете являются следующие типы эксплицируемого коммуникативного действия интернет-пользователя:

- самопрезентация – ценностно-ориентированное коммуникативное действие личности, которое рассматривается самим адресантом как самодостаточная и независимая презентация «себя» как единицы интернет-общения;
- самоидентификация – коммуникативное действие языковой личности, как правило, обусловленное существующими рамками традиционных коммуникативных правил общения в интернет-сообществах, совершаемое в «автоматическом режиме»;
- позиционирование – целерациональное/аффективное коммуникативное действие языковой личности, детерминированное чётким осознанием цели интернет-общения и эмоциональным состоянием адресанта, направленного на его публичную и всеобщую демонстрацию, которое вербализуется в различных средствах выражения объективной и субъективной оценки;
- самовыражение – ценностно-ориентированное/аффективное коммуникативное действие языковой личности, основанное на спонтанном и эмоциональном состоянии адресанта с безусловной верой в «правильность» суждений и результатов.

Данные типы коммуникативного действия являются жанрообразующими признаками следующих жанров персонального интернет-дискурса.

Жанр социальная сеть предполагает коммуникативную экспликацию языковой личности, самоидентификация которой определяется преимущественно в рамках действий, устанавливаемых правилами общения в заданных социальных интернет-сообществах. Прагматическая ценность общения в социальной сети – возможность дистанционного взаимодействия коммуникантов, которое отличается простотой и массовостью включения любого пользователя Интернета. Социальные сети предлагают пользователям уже готовые универсальные веб-страницы с навигацией и информационными блоками, с готовым дизайном и простым набором правил для регистрации аккаунта, заполнения структурных полей и обновления информации [Митягина, Сидорова 2016, 108].

Поскольку просторы интернете заключают в себе огромный массив информации, в рамках данной исследовательской работы необходимо дать характеристику особому киберпространству – социальной сети Twitter. В рамках данной формы коммуникации четко прослеживается специфика персонального интернет-дискурса.

К особенностям формы коммуникации в Twitter-среде можно отнести обусловленные спецификой канала связи и новыми информационными технологиями:

- 1) поликодовость (использование не только языкового, но и других кодов, которые включены в понятие семиотический код и рассчитаны на слуховое и зрительное восприятие);
- 2) полидискурсивность (жанровое и стилистическое многообразие различных дискурсивных практик в медиасфере одной языковой личности и различных сообществ);
- 3) интертекстуальность и гипертекстуальность благодаря ссылкам, формирующим цельность и связность информационного медийного

континуума, обусловленные открытостью, массовостью, интерактивностью общения;

- 4) возможность быстрого распространения информации среди огромного количества пользователей и их быстрого реагирования на информационный повод.

К специфике содержания коммуникации в Twitter относятся:

- 1) политематичность (с доминированием тем: политика, экономика, культура, повседневность);
- 2) социальная оценочность (эта особенность, связанная с жизнью социума в целом, определяет главный интерес массового адресата к контенту в масс-медиа);
- 3) идеологическая ориентация (имеется в виду отражение интересов не только государства, власти, но и отдельных социальных групп, профессиональных и прочих сообществ).

Среди основных функций коммуникации в Twitter можно выделить:

- 1) информативную, связанную с передачей и интерпретацией информации, актуальной для общества и отдельных личностей;
- 2) воздействующую, т. е. оказывающую влияние на ум и сердце массового адресата;
- 3) манипулятивную, т. е. влияющую на общественное сознание и трансформирующую его в соответствии с определенными целями и задачами;
- 4) оценочную, формирующую оценку, общественное мнение по поводу различных персоналий, событий, прогнозов и т. д.;
- 5) характеризующую, т. е. актуализирующую качества, свойства и признаки различных информационных поводов (событий, происшествий, персоналий);
- 6) фатическую, т. е. контактоустанавливающую, позволяющую адресату ощущать себя частью социальной группы или общества в целом;

- 7) гедонистическую, т. е. развлекательную, связанную с получением удовольствия от медиаресурсов и общения в медиасреде;
- 8) функцию самопрезентации, отражающую усиление личностного начала в масс-медиа, роста самосознания членов общества;
- 9) экспрессивную, связанную с желанием участников медиакommunikации достичь воздействия и взаимопонимания, реализуя свои творческие возможности;
- 10) образовательно-воспитательную, отражающую возможность в процессе медиаобщения совершенствовать себя и повышать свой профессиональный и образовательный уровень.

Обобщая данные особенности интернет-коммуникации и учитывая наблюдения над различными интернет-текстов разных жанров, принадлежащими информационно-медийным личностям разных типов, можно выделить медийные коммуникативные универсалии (законы и реализующие их принципы). Они имеют свою специфику в зависимости от форматов, жанров, целей, условий интернет-общения и своеобразия стиля адресанта и адресата [Болотнова 2015, 21].

Происходит двойной процесс сближения: технологический и политический. Все политические деятели присутствуют как в средствах массовой информации, так и в киберпространстве, и все они стремятся найти мосты между двумя системами СМИ, чтобы максимизировать их влияние на общественное мнение [Castells 2007, 258].

1.7. Методы анализа сетевого дискурса

Развитие электронной коммуникации приобретает настолько всеобъемлющий характер, что требует теоретического осмысления. Функционально-технологические возможности электронного текста по сравнению с текстом на бумажном носителе значительно шире. Сюда можно отнести такие преимущества, как возможность обеспечить компактное

хранение больших объемов текстовой информации; осуществить практически мгновенное тиражирование и обеспечить большую скорость распространения; производить членение текста на более мелкие отрезки или слияние нескольких текстов в один, создавать версии, вносить изменения; обеспечить одновременную работу с текстом огромного числа независимых пользователей; осуществить интеграцию текста с другими семиотическими системами (прежде всего звуком и изображением).

Электронный дискурс и электронную коммуникацию рассматривают с различных позиций: как форму общественного взаимодействия и реализации социальных ролей; как одну из форм речевого общения (диалог или полилог), а также как отдельную новую форму речи или как разновидность письменной речи [Рязанцева 2007, 204].

Стоит отдельно рассмотреть аспекты сетевого дискурса. Аспекты данного вида дискурса представлены в таблице 2.

Выделенные макро- и микроуровни часто рассматриваются при изучении сетевого дискурс-анализа. Фонетический уровень отследить невозможно в рамках сетевого дискурс-анализа, однако настроение говорящего прослеживается в вопросительных, восклицательных предложениях, а также в предложениях с использованием многоточия или же в выделенных заглавными буквами словах и фразах актора.

Таблица 2

Уровни сетевого дискурс-анализа.

Анализ сетевого дискурса	
Текстуальный	Контекстуальный
Макро- и микроуровни	<ul style="list-style-type: none"> • время • место • участники
<ul style="list-style-type: none"> • графический уровень 	
<ul style="list-style-type: none"> • семантический и лексический 	

<p>уровень</p> <ul style="list-style-type: none"> • синтаксический уровень • риторический уровень 	<ul style="list-style-type: none"> • результат и цель общения • тональность общения • канал передачи информации • нормы интеракции • жанры
---	---

Макаров М.Л. классифицировал следующие контекстуальные параметры, присущие сетевому дискурсу:

- **Setting** – объединяет две переменные: «обстановку» (время и место коммуникативного процесса, внешнее окружение, среда с её физическими параметрами) и «сцену» (культурное определение акта коммуникации, культурное место в коммуникативном общении);
- **Participants** – участники коммуникации, к которым направлено сообщение «говорящего», «адресат» намеренно выбранный говорящим, объект коммуникативного общения, или же «слушатель» как наблюдающий за коммуникативным процессом говорящего и адресата;
- **Ends** – содержит два неразрывных понятия: ожидаемый «результат» и заранее установленные «цели» коммуникантов;
- **Key** – «ключ» – психологическая, эмоциональная тональность коммуникативного события в определенном культурном акте;
- **Instrumentalities** – «каналы» передачи информации и «формы речи», т.е. системообразующие компоненты самой языковой коммуникации;
- **Norms** – «нормы», принадлежащие самой интеракции и её интерпретации;
- **Genres** – речевые «жанры» – отношение к определенными культурными нормами коммуникации структурно организованного лингвистического материала [Макаров 2003, 205].

Кроме того, если выделить отдельно экспрессивы в изучении сетевого дискурса, то стоит отметить, что речевые акты группы экспрессивов

включают понятие ответной реакции получателя на сообщение отправителя, эмоциональной оценки совершаемого действия, выражение психологического состояния, что является важным элементом общения в сфере виртуальной коммуникации [Алексеев, Шипилова 2018, 7].

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

В первой главе рассмотрены теоретические основы понятия «дискурс», выявлены особенности дискурса в диалогической и монологической речах; выявлены связи с коммуникативным пространством, и особенно с говорящими, когда те погружаются в коммуникативную среду. Рассмотрено понятие «дискурс» в отношении разговорной речи, и письменной. В данной главе обнаружено, что понятие «дискурс» не синонимично понятию «текст», так как термин дискурс определен как речь, «погруженная в жизнь». Подробно рассмотрено онтологическое свойство дискурса, связанное с установкой на общение, то есть с интенцией говорящего передать определенную информацию и получить на нее соответствующий отклик, а также интенцией слушающего эту информацию адекватно воспринять.

Также был рассмотрен отдельный вид дискурса – политический дискурс. Он представлен как процесс кодирования-декодирования информации, связанной с отстаиванием интересов определенного класса с использованием аппарата власти. В главе продемонстрировано, что посредством языка политик навязывает свою точку зрения, что свою речь он строит в соответствии с психологическими законами управления сознанием аудитории, организует и оформляет ее в зависимости от участников, целей, социальных норм и культурных традиций.

Выявлено, что для всех публичных высказываний свойственна политическая функция. Доминантным определением политического дискурса показано функционирование текста политической направленности в пространстве политической коммуникации. При анализе политического

дискурса, как рассмотрено в главе, часто используют репрезентативы и экспрессивы. Такие «манипулятивные» речевые акты ориентированы на закрепление определённой коммуникативной и, в целом, политической позиции за коммуникантами. Экспрессивы рассмотрены как уникальный приём для достижения информационной функции в речи.

Также уделено внимание президентскому дискурсу и американскому президентскому дискурсу. Президентский дискурс, будучи особой разновидностью политической коммуникации, выделен в качестве вербальной формы проявления власти, средства воздействия на большую аудиторию не только в масштабе страны, но и на мировой арене, поэтому его изучение имеет огромное значение для определения хода развития внутривнутриполитических и международных отношений. В рамках исследования президентского дискурса выявлены микророли президентов США, которые в дальнейшем помогли объяснить те или иные экспрессивы, которые президенты употребляли в своих высказываниях.

Выделены следующие способы изучения структур и стратегий дискурса, как: грамматический, прагматический анализ речевых и коммуникативных актов, риторический анализ и др. Рассмотрены методы исследования дискурса (когнитивный метод, метафорическое моделирование, описательный метод, количественный метод и др.)

Рассмотрено понятие сетевого дискурса как текст, погруженный в ситуацию общения в киберпространстве. Согласно основным целям виртуального дискурса, раскрыты следующие его коммуникативные стратегии: организующая, поисковая, позиционирующая, объясняющая, оценивающая, содействующая, дискредитирующая.

Ценностями виртуального дискурса определены анонимность, демократичность общения, неограниченная доступность получения информации и др. Также раскрыты уровни вовлеченности пользователя в Интернет-коммуникацию (пассивный и активный). Выделена понятие персонального интернет-дискурса, который рассмотрен как континуум

лично-ориентированного общения человека в Сети, ориентированный на канал коммуникации, выражение личной позиции, самоидентификацию, самовыражение и самопрезентацию. Выявлены типы коммуникативного действия посредством жанрообразующих признаков описанных жанров персонального интернет-дискурса. Раскрыты также формы коммуникации в Twitter-среде, и их специфика.

ГЛАВА 2. САМОПРЕЗЕНТАЦИЯ ДОНАЛЬДА ТРАМПА В СЕТЕВОМ ДИСКУРСЕ

2.1. Описание материала исследования

В основу проведённой исследовательской работы положено исследование экспрессивных конструкций как одного из существенных аспектов, используемых современными политиками с целью создания имиджа в пространстве виртуальной коммуникации, а именно, в социальной сети Twitter. Данный эксперимент позволил выделить наиболее частые группы лексических единиц. Все исследуемые лексемы в процессе виртуальной коммуникации на основе Twitter, представленные экспрессивами, способствуют конструированию имиджа политика в семиотическом пространстве сети Интернет. Выбор материала для поиска был обусловлен вследствие его доступности, актуальности, широкого спектра используемых лексических единиц, прозрачности анализа материала.

Контент, который выпускает любой пользователь Twitter, действительно является общедоступным и прозрачным. Эти свойства легко могут быть доказаны на примере судебного дела «Twitter Joke Trial» [Bowcott URL]. Пользователь данной социальной сети, который в дальнейшем был вынужден защищать свои права в суде, выразился весьма резко в отношении аэропорта (при этом не ссылаясь прямо на сам аэропорт), потому как аэропорт отменил важный для пользователя рейс. Этим пользователем был Пол Чэмберз (Paul Chambers), гражданин Великобритании. Он был признан виновным в суде и оштрафован в £2,600, а также был уволен со своей работы. Данный пример показывает всю силу речи индивида в социальной сети Twitter [Bennet, Kelsey 2014, 4].

Twitter – это сервис микроблоггинга, который предназначен для публикации и обмена короткими сообщениями объемом в 140 символов. Совмещая в себе несколько преимуществ – скорость распространения сообщения, отсутствие различного рода границ (пространственных,

временных), информирование массовой аудитории, налаживание контакта с ней, социальная сеть Twitter способствует успешной самопрезентации политика. В отличие от самопрезентации, осуществляемой в ходе живого общения, самопрезентация в виртуальном пространстве становится более сложной, поскольку обычных социальных навыков может быть недостаточно, поэтому следует придерживаться коммуникативных тактик реализации данной стратегии [Сергеева 2017, 93].

Материалом исследования была выбрана именно социальная виртуальная площадка Twitter, так как создатели Twitter изначально планировали ее в качестве личного микроблоггинга пользователей. Основная функция данной социальной сети заключается в том, что пользователь делится своей личной информацией (мнением, взглядами на происходящие социальные, культурные, экономические и политические проблемы) со множеством других пользователей. Посредством функции «ретвит» пользователь имеет возможность обратить внимание других на тот твит (сообщение/информацию от другого выбранного пользователя), который кажется ему важным.

Методом сплошной выборки были отобраны твитты 45-го президента Соединенных штатов Америки – Дональда Трампа, опубликованные в период 01.05.2018-01.05.2019. Был выбран один календарный год ввиду большого объема выпущенных Дональдом Трампом твиттов.

2.2. Структура твиттинга Дональда Трампа

Дональд Трамп был активным пользователем социальной платформы Твиттер еще задолго до того, как политик начал бороться за «титул» Президента Соединенных штатов Америки. Трамп зарегистрировал свой твиттер-аккаунт в марте 2009 года. Помимо официальной страницы Дональда Трампа, у него также активно ведется страница в Твиттере с описанием политических событий, происходящих во время его управления страной.

Аккаунт носит следующее имя регистрации @realDonaldTrump и слоган: Donald J. Trump, 45th President of the United States of America. Помимо основного личного аккаунта в Твиттер, Президент Трамп ведет также дополнительный аккаунт, присваивающийся каждому новому президенту – @POTUS («President of the United States»).

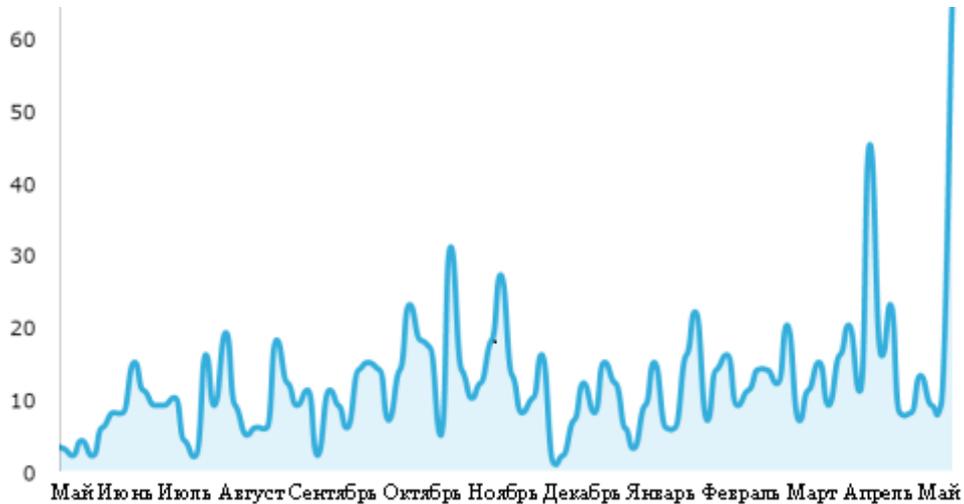
Тема управления аккаунтами уже не раз поднималась самыми известными издательствами мира (NY Times, The Guardians, Euronews, РИА Новости). Однако нет точного списка ответственных лиц, которые занимаются подбором материала для твиттов Трампа. Президент Трамп же заявляет со своей стороны СМИ, что он лично занимается выпуском твиттов, вне его редакции твитты не могут быть опубликованы.

Дональд Трамп всегда отличался большим количеством подписчиков на странице в Твиттер. На момент инаугурации, которая прошла 20 января 2017 года, Президент имел 24 млн. читателей. В настоящий момент (на дату 1 июня 2019 года) количество подписчиков увеличилось на 36,5 млн. человек, что составляет 60,5 млн. человек.

Приведем некоторые статистические данные по твиттеру Дональда Трампа. Количество публикаций за отчетный период составляет 2601 публикация. Ежемесячно Президенту удавалось выпускать примерно 216 публикаций. Ниже приведена диаграмма, которая характеризует количество публикаций за период 01.05.2018-01.05.2019 (см. диаграмму 1).

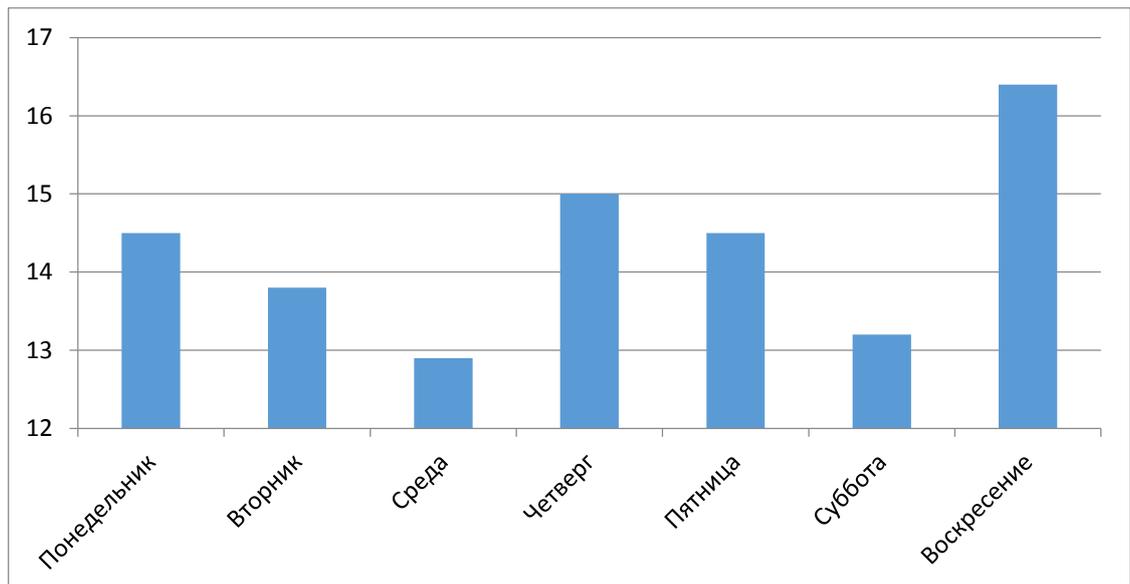
Диаграмма показывает увеличение количества публикаций к концу исследуемого периода, это можно объяснить несколькими факторами: во-первых, Дональд Трамп провел немало реформ для преобразования внутри- и внешнеэкономических показателей страны. Эти реформы дали результат именно в настоящий момент, поэтому политик не забывает напоминать об общем успехе страны. Во-вторых, Дональд Трамп уже начинает готовиться к выборам 2020 года. Предвыборная гонка набирает свои обороты. Партии Демократов и Республиканцев не дремлют.

Количество публикаций за период 01.05.2018-01.05.2019.



Также, изучая систему твиттинга Трампа, можно сделать вывод, что свое основное количество твиттов Президент выпускает именно в выходной день – воскресенье. Данные представлены в диаграмме 2.

Количество твиттов Дональда Трампа по дням неделям.

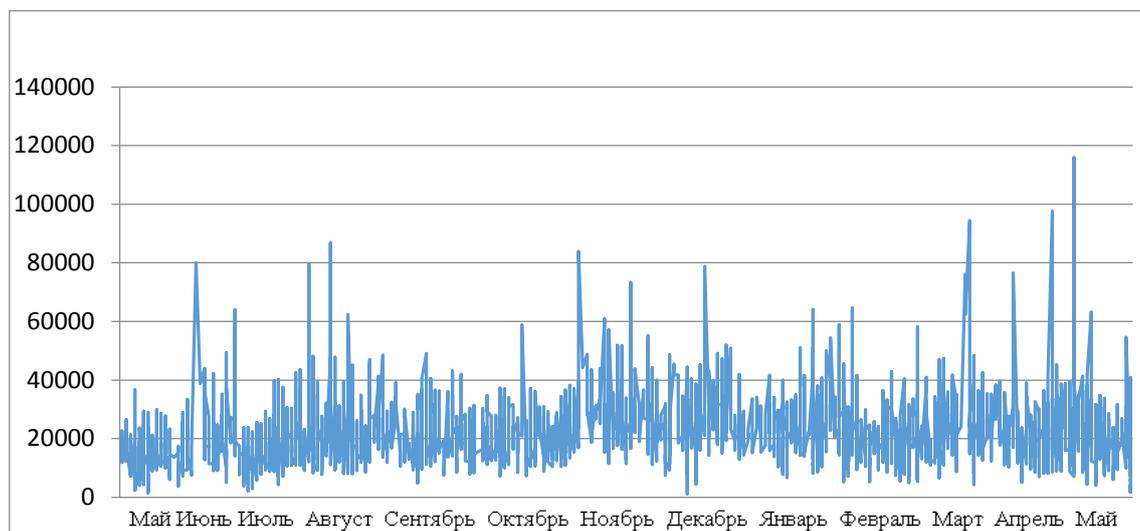


Рассмотрев данную диаграмму, снова можно сделать вывод о дальновидности Президента. Как можно заметить, основное количество твитов выпускается именно в выходной день – воскресенье. Можно предположить, что Президент подозревает, что некоторые могут отметить тот факт, что он выпускает весомое количества контента в социальные сети. Именно поэтому дает понять людям, которые исследуют его поведение в социальных сетях, что даже в выходные дни он готов уделить время и внимание социальным, культурным, экономическим и политическим проблемам страны.

Если говорить о популярности Президента в данной социальной сети, то лучшим свидетельством будут являться не количество подписчиков, а именно количество ретвитов контента (диаграмма 3). Если информация была ретвитнута пользователем, это означает, что пользователь ознакомился с ней, с ней согласен или не согласен и хотел бы, чтобы на нее обратили внимание свои читатели. Таким образом, слово распространяется еще дальше, чем просторы страниц подписчиков Дональда Трампа.

Диаграмма 3

Репосты твитов Дональда Трампа.



Исследуя аккаунт твиттера Президента США, можно сделать вывод о том, что его страница активна, новый контент выпускается на ежедневной основе. Доступ к данному контенту может получить любой пользователь социальной сети Твиттер. Есть возможность задать Президенту вопрос на прямую, и есть вероятность, что Президент обратит внимание на этот вопрос и ответит на него. Возможно также просмотреть подписки Президента (людей, на которых подписан сам Президент Соединенных штатов Америки). Также в основном окне аккаунта отражена информация о ссылках на другие социальные сети, в которых зарегистрирован Президент. Стоит отметить, что на странице расположены сохраненные фотографии и видео со знаменательных событий в период президентства Дональда Трампа.

2.3. Стратегии, суперстратегии и тактики самопрезентации Дональда Трампа в твиттинге

Конструирование имиджа политика является важной частью современного политического дискурса. Именно вербальный аспект наиболее полно раскрывает картину личности в социуме. Немалая роль при этом отводится речевым актам, которые использует политик в процессе своего становления, развития и предоставления информации о наиболее актуальных вопросах современного общества.

Как отмечалось ранее, в качестве материала исследования, проанализированы твитты представителя американского президентского дискурса – исключительно твитты Дональда Трампа в общем объеме более 2000 твиттов на каждого и выявлены функции экспрессивов в твитах политика, а также установлено их процентное соотношение. Проведённый анализ позволил установить влияние экспрессивов на конструируемый имидж.

Анализ твиттов показал, что возможно выделить несколько функций экспрессивов, а именно, выражение благодарности, радости, поздравления,

соболезнования, извинения и восхищения. Наиболее предпочтительными в виртуальной коммуникации являются экспрессивы-благодарности, состоящие из глагольных лексем “to thank”, “to be grateful”.

Было установлено, что использование политиками экспрессивных речевых актов способствует созданию положительного имиджа, так как помогает политикам выразить свои чувства и эмоции, тем самым представляя перед широкой аудиторией учтивыми, внимательными и открытыми [Алексеев, Шипилова, 2018, 7].

Для сближения с аудиторией и установления дружеского контакта с ней, а также в целях создания благоприятного имиджа, политик стремится поделиться всем спектром эмоций [Van Belle, Rutten 2014, 101]. Так, были выделены экспрессивные функции, выражающие:

- благодарность, которая выражается глаголами “to thank”, “to be grateful”:

Beautiful MAKE AMERICA GREAT AGAIN rally in Lebanon, Ohio. **Thank** you! #ICYMI [D. Trump, 13.10.2018, twitter].

I am **grateful** to be here today w/ Members of the House & Senate who have poured their time, heart and energy into the crucial issue of Prison Reform. Working together w/ my Admin over the last two years, these members have reached a bipartisan agreement... [D. Trump, 15.11.2018, twitter].

- восхищение, которое реализуется глаголами, называющими чувства как таковые – “to love”, “to like”, “to admire”, “to adore”:

Just arrived in Vietnam. Thank you to all of the people for the great reception in Hanoi. Tremendous crowds, and so much **love**! [D. Trump, 26.02.2019, twitter].

....There is nothing to **admire** about them, they will always try to show a glimmer of vicious hope, but they are losers and barely breathing. Think about that before you destroy your lives and the lives of your family! [D. Trump, 22.03.2019, twitter].

- извинение, выражающееся глаголом “to be sorry”:

Republican Approval Rating just hit 93%. **Sorry** Haters! MAKE AMERICA GREAT AGAIN! [D. Trump, 05.03.2019, twitter].

Sorry Chief Justice John Roberts, but you do indeed have “Obama judges,” and they have a much different point of view than the people who are charged with the safety of our country. It would be great if the 9th Circuit was indeed an “independent judiciary,” but if it is why... [D. Trump, 22.11.2018, twitter].

- поздравление, которое требует экспрессивных глаголов “to wish”, “to congratulate”, “to have a good ...-day”:

Wishing a Happy Passover to all those celebrating in America, Israel, and around the world! [D. Trump, 20.04.2019, twitter].

Congratulations to Mexico and Canada! [D. Trump, 01.10.2018, twitter].

- радость, которая передаётся экспрессивными глаголами “to be happy”, “to be excited”, “to have fun”, “to be pleased”:

I am extremely **happy** and proud of the job being done by @USTreasury Secretary @StevenMnuchin1. The FAKE NEWS likes to write stories to the contrary, quoting phony sources or jealous people, but they aren’t true. They never like to ask me for a quote b/c it would kill their story. [D. Trump, 24.11.2018, twitter].

- соболезнование, которое политики выражают по отношению к трагичным событиям и жертвам этих событий при помощи глагольных конструкций “to pray”, “to condole”, “to regret”:

My thoughts and **prayers** are with Pastor Brunson, and we hope to have him safely back home soon! [D. Trump, 12.10.2018, twitter].

Great job by law enforcement in Aurora, Illinois. Heartfelt **condolences** to all of the victims and their families. America is with you! [D. Trump, 16.02.2018, twitter].

Очевидно, что вышеперечисленные экспрессивные речевые акты способствуют созданию положительного имиджа политика. Они способны не только информировать адресата, устанавливать контакт с собеседником, связывать данное высказывание с предыдущим, сравнивая и/или оценивая его, а также выражать конкретные чувства или их комплекс, оказывая тем самым воздействие на реципиента.

Высказанные эмоции позволяют политику предстать перед аудиторией сочувствующим, внимательным к общественности и событиям, происходящим в стране, благодарным за участие в политическом процессе, радостным и, порой, испытывающим чувство вины за свои действия или бездействие. Все эти эмоции позволяют политическому актору быть ближе к народу, казаться его представителем [Остин, 1986].

Частая ссылка на положительные эмоции апеллирует к сознанию народа и в дальнейшем вызывает ассоциации этих эмоций с политиками. Выбор определённого вида экспрессива влияет на тип имиджа. В таблице «Экспрессивные речевые акты в твитах американских политиков» представлено соотношение типов экспрессивов от общей выборки с целью установления типа имиджа исследуемого политика.

Таблица 3

Экспрессивные речевые акты в твитах Дональда Трампа (отношение экспрессивов к общему количеству твитов за период 01.05.2018-01.02.2019)

Тип речевого акта	Использование экспрессивов, %
Благодарность	6.57
Восхищение	3.58
Извинение	0.15
Поздравление	0.77
Радость	2.46
Соболезнование	0.62

Однако следует отметить, что речевой акт экспрессивов обнаруживается лишь в 13.53% от общего числа твитов у Д. Трампа. Данные показатели подчёркивают лишь небольшую приверженность политика к использованию экспрессивов в качестве инструмента для создания имиджа. Но наиболее предпочтительным типом экспрессива является экспрессив-благодарность, что позволяет политическому деятелю создать видимость активного взаимодействия с аудиторией и важности её участия в электоральном процессе. Слова благодарности характеризуют политиков как признательных, вежливых и почтительных. Так, создаётся имидж внимательного человека, который стремится быть ближе к народу, слышать его проблемы и решать их. Экспрессив-восхищение выражает чувства гордости за свою страну, народ и его заслуги и помогает сформировать имидж патриота. Подкрепляет данный тип имиджа и создаёт оптимистичный настрой экспрессив-радость, что способствует смягчению напряженности в ходе предвыборного процесса. Данный экспрессив также указывает на полное удовлетворение политиков, их заинтересованность и вовлеченность в политический процесс.

В ходе настоящего исследования было установлено:

- 1) Для политической коммуникации Президента Дональда Трампа использование экспрессивов с целью представления себя в выгодном свете не является распространённым.
- 2) Использование различных функций экспрессивов (выражение сожаления, восхищения, извинения и т.д.) влияет на конструирование необходимого имиджа.
- 3) Экспрессивы-благодарности встречаются наиболее часто в американском предвыборном дискурсе, что способствует созданию такого имиджа политика, как человек-душа.

Таким образом, проявление положительных эмоций хотя и не частое явление в политическом предвыборном дискурсе, однако в виртуальной

коммуникации были обнаружены примеры экспрессивных конструкций радости, сожаления, благодарности, восхищения, поздравления и соболезнования. Несмотря на резкое поведение Дональда Трампа, ему принадлежит большой процент использования экспрессива-благодарности (6.57%), что добавляет к его бунтарскому имиджу положительной окраски [Алексеев, Шипилова, 2018, 7].

Также, в качестве одного из проявлений лидерства и влиятельности своей персоны Дональд Трамп не раз создавал со своей командой новые слова, т.е. активно использовал неологизмы. В лингвистике неологизм традиционно понимается как новое слово, морфема или выражение, какое-либо новое значение существующего слова, морфемы или выражения, которое появилось в языке, при этом форма может быть представлена абсолютно новыми словами, словосочетаниями или идиоматическими фразами, либо приобретать новое значение в процессе развития языка. Для лексиколога признаком неологизма является отсутствие единицы в словарях, в то время как основаниями для включения нового слова являются: потребность в данном слове, удобство в применении, долговечность описываемого предмета или явления, его возможные ассоциации и распространение.

Подразделяет неологизмы на три вида в зависимости от способа образования:

- 1) неологизмы, образованные с помощью добавления и комбинирования элементов (словосложение, аффиксация, блендинг (лексическая контаминация, слово-гибрид), аббревиация, сращения);
- 2) неологизмы, образованные путем сокращения элементов слова (сокращение слова, обратное словообразование или регрессивная деривация, усечение);

3) неологизмы, образованные независимо от добавлений и сокращений элементов слова (семантические изменения, заимствования, изменение части речи или конверсия, новообразования).

Однако не все способы образования новых слов используются в одинаковой мере. Неологизмы, которые представляют социальные, политические, экономические и другие понятия, виды деятельности или объекты, специфичны для конкретного сообщества [Гейко 2018, 66].

Основное количество неологизмов представлены именно в хэштегах к твитам Дональда Трампа. Хэштег – это некая ссылка, которую пользователь придумывает самостоятельно для определения названия обсуждаемого контента. Удобство в использовании хэштегам заключается в том, что пользователи социальных сетей с легкостью могут найти нужную обсуждаемую тему; чем больше людей используют эту ссылку, тем еще большее количество людей заметят ее на просторах социальных сетей.

Getting ready to leave for the Great State of Texas! #MAGA [D. Trump, 10.01.2019, twitter].

Хэштег #MAGA расшифровывается как «Make America Great Again», что переводится как: «сделаем Америку великой вновь». Это фраза являлась слоганом к политической Кампании Дональда Трампа, и она сохранилась и во время его управления аппаратом власти. Данная аббревиатура цитируется не только на главных телеканалах Америки, но и на международной арене. К этому хэштегу добавились такие хэштеги как #MAGAus, #MAGA2020, #MAGARally и многие другие.

Как было рассмотрено ранее, все политики прибегают к речевому воздействию на аудиторию. В твитах Дональда Трампа также можно отметить следы речевого воздействия на его подписчиков и людей, читающих его твиты. Представление о речевом воздействии как однонаправленном и неравноправном действии сближает его с понятием речевой манипуляции – «псевдофилософии жизни, направленной на то, чтобы эксплуатировать и контролировать как себя, так и других».

Анализируя политический дискурс, Двойнина Е.В. раскрыла три стратегии речевой манипуляции: стратегию на понижение, стратегию на повышение, стратегию театральности (цель – воздействовать на наблюдателя, который «воспринимает политические события как разыгрываемое для него театральное действие») [Двойнина 2017, 67].

Описывая политическую и экономическую ситуацию в стране Дональд Трамп использует следующие тактики стратегии на понижение:

- 1) Анализ – «минус»: «Why didn't President Obama do something about Russia in September (before November Election) when told by the FBI?» [D. Trump, 01.05.2019, twitter]/ «Почему Президент Обама ничего не предпринял в адрес России (перед ноябрьскими выборами), когда об этом сообщили ФБР». «I didn't call Bob Costa of the Washington Post, he called me (Returned his call)! Just more Fake News.» [D. Trump, 24.04.2019, twitter] / «Я не пытался связаться с Бобом Коста из Газеты Вашингтон, он сам позвонил мне (я ответил на его звонок)! Еще больше фейк новостей.» и т.д.

Дональд Трамп очень часто прибегает к анализу «минус». Президент использует его в качестве своей защиты от информационных нападений со стороны его оппонентов. Причем делает это, не стесняясь в выражениях, показав тем самым свои непоколебимость, направленность на результат, уверенность в своих действиях. Также Президент нередко обращается в ретвитах, содержащим ту же стратегию.

- 2) Тактика обличения: «Isn't it amazing that the people who were closest to me, by far, and knew the Campaign better than anyone, were never even called to testify before Mueller. The reason is that the 18 Angry Democrats knew they would all say 'NO COLLUSION' and only very good things!» [D. Trump, 23.04.2019, twitter]/ «Вас не удивляет тот факт, что люди, которые были самыми близкими ко мне, и знали Кампанию лучше, чем кто-либо, никогда даже не вызывались для дачи показаний перед Мюллером. Причина в том, что 18 злых демократов знали, что они все скажут: «СГОВОРА НЕ БЫЛО» и только очень хорошие вещи! «According to

polling, few people seem to care about the Russian Collusion Hoax, but some Democrats are fighting hard to keep the Witch Hunt alive. They should focus on legislation or, even better, an investigation of how the ridiculous Collusion Delusion got started – so illegal!» [D. Trump, 04.04.2019, twitter] / «Согласно опросу, мало кто, похоже, заботится о мистификации российского сговора, но некоторые демократы прилагают все усилия, чтобы сохранить охоту на ведьм. Они должны сосредоточиться на законодательстве или, что еще лучше, на расследовании того, как началось нелепое заблуждение сговором – настолько незаконно!».

Следует отметить тот факт, что Дональд Трамп использовал тактики стратегии на понижение только в части защиты своей репутации и репутации страны. Кроме того, из трех тактик, использованных в твиттинге, широко представлена тактика анализ – «плюс», самая «безличная», то есть описывающая ситуацию, нагнетающая темные тона, но лишь создающая необходимый фон. Это можно объяснить несколькими причинами.

Во-первых, подобные тактики чаще встречаются в пылу политической полемики. Их основная цель – в первую очередь лишить политических противников уверенности в себе, заставить их извиняться, оправдываться, занять позицию виновного, выпустить из рук инициативу. Они используются для непосредственного словесного нападения на оппонента во время прямого диалога.

Стратегия на повышение представлена следующим набором тактик:

- 3) Тактика анализ – «плюс» используется в речи для описания достоверных новостей: “ Great interview by Jared. Nice to have extraordinarily smart people serving our Country! » [D. Trump, 24.04.2019, twitter]/ «Отличная статья, подготовленное Джаредом. Приятно, что необычайно умные люди служат нашей стране!».

Тактики стратегии на повышение в обращении президента также немногочисленны. Это можно объяснить несколькими обстоятельствами. Во-первых, в ситуации политических дебатов, когда противопоставляются

главным образом достоинства разных политических программ и реципиент может их сравнивать, упоминание о личных достоинствах кандидатов вполне уместно. Ввиду отсутствия непосредственного оппонента привлечение внимания к личным достоинствам, тем более их преувеличение, недопустимо и неоправданно. Профессионалы, задействованные в его команде, прекрасно понимают разницу между похвалой и похвальбой и знают, как умело использовать похвалу для повышения имиджа. Поэтому похвала в адрес политика звучит из уст различных уважаемых и известных представителей американского общества. Президент не комментирует, как правило, данные твиты, но часто ретвитит их для того, чтобы они были отражены на личной странице твиттера Президента.

Стратегия театральности представлена в этой речи президента самым многочисленным набором тактик: Тактика кооперации призвана подчеркнуть, что восстановление страны – дело каждого: «So many records being set with respect to our Economy. Unemployment numbers among BEST EVER. A beautiful thing to watch!» [D. Trump, 13.03.2019, twitter]/ «Так много рекордов в отношении нашей экономики. Численность безработных среди ЛУЧШИХ. Красивая вещь, чтобы смотреть!». Для президента важно не только подчеркнуть единство страны, но и показать, что заслуги страны – результат работы действующего тандема «президент-жители США».

Именно поэтому главенствующим местоимением в речи Д. Трампа является “we” – «мы». Тактика побуждения используется неприкрыто: «We are apprehending record numbers of illegal immigrants - but we need the Wall to help our great Border Patrol Agents!» [D. Trump, 08.03.2019, twitter]/ «Мы задерживаем рекордное количество нелегальных иммигрантов, но нам нужна Стена, чтобы помочь нашим великим агентам пограничного патруля!». После того, как Президент отметил, что сложная ситуация с пограничным вопросом у него под контролем, он показывает своим подписчикам, что есть еще один путь, который поможет истребить эту проблему вовсе.

Тактика предостережения обращена, как может показаться, к политическим оппонентам Д. Трампа: «“It’s the Democrats keeping everything closed.” @JimInhofe So true!» [D. Trump, 18.01.2019, twitter]/ «Это демократы, кто держат все в оковах». @JimInhofe Чистая правда!». Однако эти слова можно воспринимать и как обещание президента, обращенное к избирателям, начать действовать немедленно на восстановление страны.

Обещание, подкрепленное словами (тактика прогнозирования): «I will not be going to Florida because of the Shutdown – Staying in the White House! #MAGA» [D. Trump, 23.12.2018, twitter] / «Я не поеду в Калифорнию только из-за нынешней ситуации – Остаюсь в Белом Доме». Дональд Трамп, таким образом, пытается завоевать расположение народа. Президент не прячет голову в песок, а показывает, что готов столкнуться с реальной опасностью ради защиты духа американцев.

Таким образом, исследованный материал позволяет сделать вывод о том, что в своих твитах Дональд Трамп отдает особое предпочтение стратегии театральности. Тактики этой стратегии более многочисленны, чем тактики стратегий на повышение и понижение. Это можно объяснить в первую очередь тем фактом, что исследованное количество твитов не было направлено на конкретного политического оппонента. Эта речь не произносилась в пылу политической полемики, и автор не ставил перед собой задачу дискредитировать политического оппонента, ему не нужно было обвинять, угрожать и т.д. Примеры использования стратегии на повышение набирают обороты под конец рассмотренного периода, поскольку Президент уже может предоставить результатов своей работы, его политическая деятельность на посту президента уже не раз подвергалась критике. Поскольку демонстрация единения с народом имеет по-прежнему важное значение, Д. Трамп в обращении отдает предпочтение местоимениям «we» – «мы» и «you» – «вы», хотя твиттер считается личным блогом.

Стоит обратить внимание, также, на выявленные дискурсивные маркеры, которые в наибольшей степени характеризуют политический

дискурс, и какую роль они играют в персуазивной стороне политического дискурса [Winter, Stewart 1977, 89].

Самым распространенным маркером является соединительный маркер “and”, который не только связывает однородные члены предложения, но и отвечает за ввод новой информации. В русском примере аналог этого маркера – союз «и», остается в большинстве случаев, при этом, сохраняя такую же функциональность, как и в оригинале. Соединительный маркер «and» встречается за весь год в 998 твитах, что в процентном выражении составляет к общему числу твитов Президента – 38%. Содержание выявленных дискурсивных маркеров к общему количеству твитов Дональда Трампа представлено в таблице 4.

Таблица 4

Дискурсивные маркеры в твитах Дональда Трампа.

Дискурсивный маркер	Содержание маркеров в твитах Д. Трампа за период 01.05.2018-01.05.2019, %
“and”	38%
“so”	20%
“but”	3%
“now”	7%

Подводя итог, следует отметить, что соединительный маркер “and” является наиболее распространенным в политическом дискурсе. Помимо связующей функции данный союз играет важную роль при конкретизации уже имеющейся информации, а также при вводе новых данных. Его персуазивная сторона заключается в том, что он помогает в формировании постоянного неразрывного потока информации, тем самым воздействуя на адресата и его вовлеченность в процесс коммуникации [Голубева 2015, 54].

Целью проведенного тактико-стратегического исследования сетевого дискурса Дональда Трампа является описание своеобразия набора стратегий

и тактик, входящих в основу суперстратегии самопрезентации, которая считается основополагающей для описания языковой личности политика.

Рассмотрим две методики анализа предвыборного дискурса – тактико-стратегический и персуазивно-риторический. Теоретической основой анализа общекоммуникативных стратегий и тактик послужила классификация, в рамках которой «речевая стратегия определяет семантический, стилистический и прагматический выбор говорящего».

Основными коммуникативными стратегиями, согласно Жижиной А.Е., являются стратегия уговаривания, в рамках которой реализуются тактики уговора, просьбы и убеждения, стратегия дискредитации, к которой относятся тактики оскорбления, издевки и обвинения, эмоционально настраивающие стратегии и тактики, которые находят свое отражение в тактиках комплимента и похвалы, стратегия самопрезентации [Жижина 2018, 132].

Таким образом, тактико-стратегическая модель анализа твиттинга Дональда Трампа базируется на суперстратегии самопрезентации, которая соотносится нами со стратегией позиционирования собственного образа, согласно классификации О. Н. Мищук, и включает в себя стратегию формирования положительного образа себя (тактика самовосхваления, оправдания и оспаривания), стратегию позиционирования интегрированного образа с избирателями (тактика признания существования проблем, тактики единения, тактика лестии), стратегию оппозиционирования «свой – чужой» (тактики оскорбления, обвинения, издевки).

Суперстратегия самопрезентации включает в себя следующие составляющие. Стратегия положительного образа себя: «Hope you are enjoying your President's Day, our Country is making unprecedented progress!» [D. Trump, 19.02.2019, twitter] / «Надеюсь, вы хорошо отпразднуете День Президента США, наша страна делает беспрецедентный прогресс!».

В приведенном отрывке Дональд Трамп довольно-таки открыто характеризует свою работу на президентском посту. Он уверен в своих

«победах»: падение безработицы, улучшение показателей по уровню криминальности, уменьшение количества нелегальных жителей США, рост экономических показателей страны. Поэтому открыто заявляет всем своим читателям о том, что действительно стоит отметить этот праздник. Также Президент использует притяжательное местоимение «наша» в отношении страны. Этим жестом он говорит о том, что победа состоит не только в его предпринятых мерах, но и в действиях всех граждан США. Трамп как будто разделяет титул президента с каждым из членов американского общества.

В рамках стратегии позиционирования собственного образа также стоит выделить тактику самовосхваления, к которой президент прибегает наиболее часто, а также тактики оправдания и оспаривания.

Обратимся к примеру тактики самовосхваления:

«No president ever worked harder than me (cleaning up the mess I inherited)! » [D. Trump, 11.02.2019, twitter] / «Ни один президент никогда не работал усерднее меня (убирая беспорядок, который я унаследовал)!».

В данном твите тактика самовосхваления выражается эксплицитно и заключается в том, что Дональд Трамп уверенно заявляет, что является самым трудолюбивым президентом Соединенных штатов. На лексическом уровне тактика характеризуется местоимением 1 лица единственного числа “I” и интенсификатором “inherited”. Грамматические средства отражены морфологически в использовании перфектной формы “ever worked harder”, с помощью которой семантически подчеркивается совершенство действия, его результативность, и параллелизмом простых односоставных предложений.

Тактика оправдания находит свое представление в следующем микротексте: «I never said anything bad about Andrew McCabe’s wife other than she (they) should not have taken large amounts of campaign money from a Crooked Hillary source when Clinton was under investigation by the FBI. I never called his wife a loser to him (another McCabe made up lie)!» [D. Trump, 19.02.2019, twitter] / «Я никогда не говорил ничего плохого о жене Эндрю

МакКейба, кроме того, что она (они) не должна была брать большие суммы денег на кампанию из источника «Нечестной Хиллари» в то время, когда Клинтон находилась под следствием ФБР. Я никогда не называл его жену неудачницей (еще одна ложь в исполнении МакКейба)!»

Данный фрагмент повествует о несогласии Дональда Трампа с тем образом, который выстраивают СМИ и представители демократической партии. Из-за того, что СМИ приводят неверные данные, автор оправдывается перед подписчиками в том, что они сознательно искажают информацию, чтобы выставить его в плохом свете. Лексико-синтаксические средства реализации данной тактики выражены в употреблении таких речевых единств, как “ I never called”, “ another McCabe made up lie ”, “ Crooked Hillary ”.

Обратимся к рассмотрению тактики оспаривания:

«Why should I be defending a fraudulent Russian Witch Hunt. It’s about time the perpetrators of this fraud on me and the American People start defending their dishonest and treasonous acts. How and why did this terrible event begin? Never Forget!» [D. Trump, 07.04.2019, twitter] / «Почему я должен защищать мошенническую русскую охоту на ведьм. Пришло время для тех, кто совершил мошенничество по отношению ко мне и американскому народу, начать защищать свои нечестные и предательские поступки. Как и почему началось это ужасное событие? Никогда не забуду!"

Тематикой данного отрывка является отрицание Дональдом Трампом знакомства с президентом РФ Путиным в ответ на критику общества, основанную на ложной, по мнению автора, информации. Лексико-грамматический уровень данной тактики основывается на приведении фактической информации “ defending a fraudulent Russian Witch Hunt”, которая оспаривается в следующем высказывании “ this fraud on me”, “Never Forget”. На лексическом уровне данного микротекста прослеживается также оппозиция «свой – чужой» в следующих примерах: “perpetrators”, “their dishonest and treasonous acts”, “me”, “I”.

К стратегии позиционирования интегрированного образа мы относим тактики единения, лести (по отношению к избирателям) и признания существования проблем. Тактика единения представлена в следующем фрагменте: «We are a great Sovereign Nation. We have Strong Borders and will never accept people coming into our Country illegally! » [D. Trump, 24.10.2019, twitter] / «Мы великая суверенная нация. У нас сильные границы, и мы никогда не примем людей, приезжающих в нашу страну нелегально!».

Приведенный выше микротекст является призывом к сплочению американской нации, который прослеживается на лексическом уровне в использовании Дональдом Трампом языковых единиц, объединенных тематикой интеграции, например “great”, “nation”, “we have”, “our country”; наличие модальных глаголов в отрывке также указывает на призыв к сплочению.

Рассмотрим пример тактики лести:

«Thank you to brilliant and highly respected attorney Alan Dershowitz for destroying the very dumb legal argument of “Judge” Andrew Napolitano....» [D. Trump, 28.04.2019, twitter] / «Спасибо блестящему и очень уважаемому адвокату Алану Дершовицу за то, что он разрушил очень тупой юридический аргумент «судьи» Эндрю Наполитано»

В приведенном отрывке Президент благодарит адвоката Алана Дершовица за защиту своих интересов. Трамп не раз выражал личную признательность тем людям, которые вступали на защиту президента. Также было выявлено огромное количество ретвитов твитов своих сторонников.

На лексическом уровне данная тактика выражается в повторном употреблении лексических языковых средств “brilliant”, “highly respected”.

Тактика признания существования проблем находит свою реализацию в данном микротексте:

«Another very bad terror attack in France. We are going to strengthen our borders even more. Chuck and Nancy must give us the votes to get additional Border Security! » [D. Trump, 12.12.2018, twitter] / «Очередной очень страшный

теракт во Франции. Мы будем укреплять наши границы еще больше. Чак и Нэнси должны дать нам голоса, чтобы получить дополнительную безопасность границ!»

Тематикой данного микротекста является борьба с террористической организацией, политиком приводятся фактические данные, в которых говорится об очередной атаке террористов во Франции сочетанием лексем “very bad terror attack”.

Стратегия оппозиционирования «свой – чужой» базируется на выстраивании контраста между образом продуцента политического дискурса и образом его оппонентов, а также в тактиках нападения на оппонента с целью последующей дискредитации, что находит свое отражение в тактиках оскорбления, обвинения и издевки. «If the Democrats don't give us the votes to change our weak, ineffective and dangerous Immigration Laws, we must fight hard for these votes in the 2020 Election!» [D. Trump, 30.04.2019, twitter] / «Если демократы не дают нам голоса, чтобы изменить наши слабые, неэффективные и опасные иммиграционные законы, мы должны бороться за эти голоса на выборах 2020 года!»

В данном микротексте Д. Трамп называет различия между своей избирательной программой и программой демократов, используя параллельные синтаксические конструкции. Выступающий строит свою речь на стилистических приемах под названием антитеза и анафора. Грамматический уровень характеризуется формами the Present Simple Tense, которые указывают на определенность и точность намерений говорящего об исполнении заявленных им действий.

Тактика оскорбления и издевки ярко отражена в речи Дональда Трампа в следующем фрагменте: «“General” McChrystal got fired like a dog by Obama. Last assignment a total bust. Known for big, dumb mouth. Hillary lover!» [D. Trump, 01.01.2019, twitter]. «Генерал» Маккристал был уволен Обамой как собака. Последнее назначение тотальная халтура. Известен большим, тупым ртом. Любитель Хиллари!»

В данном отрывке политик обращается к подписчикам, критикуя деятельность бывшего судьи Маккрисчала, который был уволен во время правления Барака Обамы. В микротексте встречаются лексические языковые средства “ fired like a dog”, “ total bust”, “ big, dumb mouth”, “ Hillary lover”, обвиняя правительство в использовании средств для достижения собственных интересов. Под данной трактовкой понимается выбор продуцентом стилистических средств, таких как фигуры и тропы, осуществляемый для того, чтобы говорящий смог максимально близко эксплицировать интенцию с целью манипуляции адресантом. Так как самопрезентация является одной из важных стратегий речевого воздействия, отметим, что рассматриваемая суперстратегия самопрезентации находит прямое выражение в речевом портрете политического деятеля, а учет типичных риторических приемов и языковых средств, используемых для ее реализации, важен как для определения речевого портрета политика, так и для осуществления речевоздействующей функции в целом.

Наиболее частотными персуазивными приемами Дональда Трампа являются:

- повторы: “It is time for a change. We need a change. A real change, not an Obama change” [D. Trump, 20.06.2018, twitter]/ Пришла пора изменений. Нам нужны изменения. Настоящие изменения, а не изменения, проведенные президентом Обамой;
- гипербола: «The crowds at my Rallies are far bigger than they have ever been before, including the 2016 election. Never an empty seat in these large venues, many thousands of people watching screens outside. Enthusiasm & Spirit is through the roof. SOMETHING BIG IS HAPPENING - WATCH! » [D. Trump, 15.10.2018, twitter]/ «Толпы на моих митингах намного больше, чем когда-либо прежде, включая выборы 2016 года. В этих больших залах никогда не будет свободного места, многие тысячи людей

смотрят на экраны снаружи. Энтузиазм и Дух через крышу. ЧТО-ТО БОЛЬШОЕ ПРОИСХОДИТ - СМОТРИТЕ!»;

- градация: “The United States has a great economic story to tell. Number one in the World, by far!” [D. Trump, 22.01.2019, twitter]/ «У Соединенных Штатов есть отличная экономическая история, которую следует рассказать. Номер один в мире, безусловно! »
- ирония/сарказм: «Democrats are kidding themselves (they don't really believe it!) if they say you can stop Crime, Drugs, Human Trafficking and Caravans without a Wall or Steel Barrier. Stop playing games and give America the Security it deserves. A Humanitarian Crisis!» [D. Trump, 22.01.2019, twitter]/ «Демократы обманывают себя (они на самом деле не верят в это!), если говорят, что можно остановить преступность, наркотики, торговлю людьми и караваны без стены или стального барьера. Прекратите играть в игры и дайте Америке безопасность, которой она заслуживает. Гуманитарный кризис!»;
- эллипсис: «MAKE AMERICA GREAT AGAIN!» [D. Trump, 24.03.2019, twitter] / «Сделаем Америку вновь великой!»;
- аллюзия: «Most of the politicians, almost all of them don't even know where they are, where they are being put, they know nothing about these people. This could be the great Trojan Horse of all time” [D. Trump, 24.08.2018, twitter]. / «Большинство политиков, почти все, не разбираются в текущей ситуации, в том, куда их назначают, они ничего не знают о конкретных людях. Думаю, это самая серьезная мина замедленного действия»;
- сравнение: «...up like a rocket if we did some lowering of rates, like one point, and some quantitative easing. Yes, we are doing very well at 3.2% GDP, but with our wonderfully low inflation, we could be setting major records &, at the same time, make our National Debt start to look small!» [D. Trump, 30.04.2019, twitter]/ «... как ракета

взлетела вверх, мы сделали некоторое снижение ставок, например, одно очко, и некоторое количественное смягчение. Да, у нас очень хорошо получается при 3,2% ВВП, но с нашей удивительно низкой инфляцией мы могли бы установить основные рекорды и, в то же время, заставить наш государственный долг начать выглядеть мизерным!»;

- метафора: “Arm in arm, we will rescue the nation from the Obama-Clinton disaster, which is exactly what it is, that has bled our country dry and spread terrorism unabated across the world” [D. Trump, 11.05.2018, twitter]/ «Сплотившись, мы спасем нацию от бедствия Обамы-Клинтон, которое иссушило кровь нашей страны и распространило терроризм по всему миру»;
- литота: «Ronald Reagan, great man, great guy» [D. Trump, 06.02.2019, twitter]. / «Рональд Рейган – великий человек, отличный парень.»

Таким образом, суперстратегия самопрезентации Дональда Трампа имеет следующую модель, состоящую из трех базовых стратегий, которым соответствует определенный набор тактик:

- 1) стратегия положительного образа себя, к которой относятся тактики самовосхваления, оправдания и оспаривания;
- 2) стратегия позиционирования интегрированного образа (президент + нация), которая представлена тактиками единения, лести к избирателям и признания существования проблем;
- 3) стратегия оппозиционирования «свой–чужой», которая манифестируется с помощью тактик оскорбления, обвинения и издевки.

Исходя из проведенного анализа, наиболее частотными оказались тактики самовосхваления, единения, оскорбления и обвинения. Риторические приемы трактуются как вспомогательные, или фасилитирующие средства, используемые политиком для реализации приведенных выше стратегий и тактик.

Суперстратегия самопрезентации Д. Трампа отражается напрямую не только в речевом поведении политика, но и в твитах Президента, манифестируясь в отборе языковых средств и наиболее частотных риторических приемов [Жижина 2018, 132].

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 2

Данная глава содержит описание материала исследования, структуру твиттов Дональда Трампа и стратегии, которые использует Президент Соединенных штатов Америки в своем микроблоггинге. Во второй части исследовательской работы раскрыты экспрессивные речевые акты, которые способствуют созданию положительного имиджа политика. Выявленные экспрессивы способны не только информировать адресата, но и выразить конкретные чувства или их комплекс, оказывая тем самым воздействие на реципиента.

В ходе настоящего исследования также установлено, что для политической коммуникации использование экспрессивов с целью представления себя в выгодном свете не является распространённым. Использование различных функций экспрессивов (выражение сожаления, восхищения, извинения и т.д.) влияет на конструирование необходимого имиджа. Экспрессивы-благодарности встречаются наиболее часто в американском дискурсе, что способствует созданию такого положительного имиджа политика.

Также, были рассмотрены три стратегии речевой манипуляции: стратегия на понижение, стратегия на повышение, стратегия театральности. Рассмотрен набор тактик стратегии театральности: тактика кооперации, тактика предостережения и др.

Выявлена задача лингвистического анализа, а именно, какие дискурсивные маркеры в наибольшей степени характеризуют политический дискурс и какую роль они играют в персуазивной стороне данного дискурса.

Детально были рассмотрены стратегия формирования положительного образа себя (тактика самовосхваления, оправдания и оспаривания), стратегия позиционирования интегрированного образа с избирателями (тактика признания существования проблем, тактики единения, тактика лести), стратегия оппозиционирования «свой – чужой» (тактики оскорбления, обвинения, издевки).

Рассмотрены стилистические приёмы такие, как повторы, гипербола, градация, ирония, сарказм, эллипсис, аллюзия, сравнения, метафора, литота.

Таким образом, суперстратегия самопрезентации Дональда Трампа отражается напрямую не только в речевом поведении политика, но и в твитах Президента, проявляясь в отборе языковых средств и наиболее частотных риторических приемов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной исследовательской работе раскрыто понятие и методы анализа сетевого и политического дискурсов, произведена оценка сущности понятия самопрезентации и ее речевоздействующего аспекта на основе микроблоггинга действующего Президента США Дональда Трампа. Исследованы особенности речевого воздействия в разных типах дискурса, выявлены теоретические принципы анализа речевоздействующих дискурсных элементов.

Также, в рамках исследовательской работы, установлены общие и особенные черты твиттинга Президента Соединенных штатов, в которых реализуется самопрезентация, выявлены общекоммуникативные стратегии, методы, технологии и тактики как двигатели самопрезентации. Проведен анализ аргументативного речевого воздействия на основе разделения в последнем конвинсивного и персуазивного ракурсов и установлены способы такого воздействия.

Стратегия общения занимает важное в процессе коммуникации и выступает связующим звеном докоммуникативной фазы и собственно языковой реализации говорящего. В ходе данной работы выяснилось, что каждая коммуникативная стратегия, в свою очередь, характеризуется определенным набором тактик и подходов.

Коммуникативные стратегии являются гибкими и зависят от прагматических факторов: возраста коммуникантов, их пола, социальных ролей и даже геополитического расположения и предусматривают набор определенных коммуникативных тактик и ходов. Совершались попытки сформировать и найти единое представление и понятие коммуникативной стратегии, структуры и типологии, но, к сожалению, к общему мнению так и не пришли, но тем не менее теоретической базы оказалось достаточно для анализа коммуникативных стратегий в политическом дискурсе.

При анализе сетевого политического дискурса следует фокусировать внимание на языковые техники, которые призваны оказать наибольшее влияние на адресата сообщения. Можно констатировать широкий спектр речевых воздействий в социальных сетях. В век компьютерных технологий, все же, социальным сетям отведена решающая роль в формировании имиджа сильного и успешного политика. Именно этим инструментом и пользуется американский президент Дональд Трамп.

Целенаправленная работа по формированию имиджа предполагает коммуникативное планирование организации имиджевого текста в электронных источниках информации как на экстралингвистическом, так и на языковом уровне. Репертуар коммуникативных стратегий определяется глобальной коммуникативной задачей: поддержкой позитивного имиджа президента. Выбор же реализующих стратегии тактик и коммуникативных подходов обусловлен необходимостью коррекции имиджа политического лидера в зависимости от динамичных социальных, политических и культурных процессов в масштабах определенной страны.

Освещение деятельности президента в электронных социальных площадках, Твиттер, способствует созданию целостной, содержательной личности президента Америки. Анализ Твиттера Дональда Трампа за 2018-2019 годы позволил выделить наиболее показательные стратегии формирования имиджа успешного политического лидера и реализующие их тактики. Одной из основных стратегий при формировании имиджа успешного политического лидера Дональда Трампа является самопрезентация.

Данная тема актуальна в наши дни, так как общая политическая ситуация и непрекращающаяся борьба за власть определяют и требуют дальнейшего подробное погружение в проблему и изучение этого вопроса.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексеев А.В., Шипилова Д.С. Роль экспрессивных речевых актов в конструировании политического имиджа (на материале твитов американских политиков) // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2018. №1(29). с. 7-14.
2. Байчибаев А.Ф. Интернет-дискурс как особая разновидность дискурса // Молодежный научный форум: Гуманитарные науки: электр. сб. ст. по мат. XXV междунар. студ. науч.-практ. конф. № 6(24). URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/6\(24\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/6(24).pdf) (дата обращения: 17.03.2019).
3. Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста: теоретические основания и практика. М.: ФЛИНТА, 2013. 592 с.
4. Белозерова Н.Н. Мир реальный и мир виртуальный: две экологические системы. Монография. – Тюмень: Издательство Тюменского государственного университета, 2018. 252 с.
5. Болотнова Н.С. Коммуникативная стилистика текста: медийные коммуникативные универсалии // Вестник ТГПУ. Т., 2015. №9 (162) с. 23
6. Болотнова Н.С. Коммуникативная стилистика текста: словарь-тезаурус. М.: ФЛИНТА, 2009. 384 с.
7. Буянова Л.Ю., Нечай Ю.П. Эмотивность и эмоциогенность языка: механизмы экспликации и концептуализации: монография. М.: ФЛИНТА, 2016. 232 с.
8. В Twitter назвали количество активных пользователей [Электронный ресурс] / ИА REGNUM. 09.02.2019. URL: <https://regnum.ru/news/2569501.html> (01.05.2019).
9. Вайнрих Х. Лингвистика лжи: Язык и моделирование социального взаимодействия. М., 1987, 464 с.
10. Ван Дейк Т. А. Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: URSS, 2015. 352 с.

11. Винник Ю.В. Политический дискурс в системе лингвистических исследований // Ежеквартальный рецензируемый, реферируемый научный журнал «Вестник АГУ». А., 2018. №212. с. 46-49.
12. Гаврилова М.В. Лингвистический анализ политического текста // Политический анализ. Доклады эмпирических политических исследований СПбГУ. СПб: СПбГУ, 2002. №3. с.88-108.
13. Гейко Н.Р. Неологизмы в общественно-политической лексике (переводческий аспект) // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2018. №3 (20). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmy-v-obschestvenno-politicheskoy-leksike-perevodcheskiy-aspekt> (дата обращения: 19.02.2019).
14. Генералова С.Н. Понятие "политический дискурс" в лингвокультурологической парадигме // Вестник ЛГУ им. А.С. Пушкина. 2010. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-politicheskoy-diskurs-v-lingvokulturologicheskoy-paradigme> (дата обращения: 25.02.2019).
15. Голубева И.С. Дискурсивный маркер в политическом дискурсе // Научный форум: Гуманитарные науки М., 2015. №6 (24). с. 48-55.
16. Двойнина Е. В. Стратегии и тактики речевой манипуляции в инаугурационной речи Д. Трампа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. М., 2017. №12-4 (78). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-i-taktiki-rechevoy-manipulyatsii-v-inauguratsionnoy-rechi-d-trampa> (дата обращения: 19.02.2019).
17. Дотдаева Ф. И. Самопрезентация президентов США (на материале американского президентского дискурса) // Политическая лингвистика. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/samoprezentatsiya-prezidentov-ssha-na-materiale-amerikanskogo-prezidentskogo-diskursa> (дата обращения: 19.02.2019).
18. Жижина А. Е. Тактико-стратегическое своеобразие предвыборного дискурса Д. Трампа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. №7-1 (85). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/taktiko-strategicheskoye-svoebrazie-predvybornogo-diskursa-d-trampa>

strategicheskoe-svoeobrazie-predvybornogo-diskursa-d-trampa (дата обращения: 19.02.2019).

- 19.Кубрякова Е.С., В поисках сущности языка: Когнитивные исследования / Ин-т. языкознания РАН. М.: Знак, 2012. 208 с.
- 20.Лутовинова О.В. Виртуальный дискурс как одно из направлений в исследовании киберпространства // Вестник Волгоградского гос. университета., М.: 2009. №. с.26-32.
- 21.Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
- 22.Мейер М., Тичер С. Методы анализа текста и дискурса. М.: Гуманитарный Центр, 2009. 356 с.
- 23.Митягина В.А., Сидорова И.Г. Жанры персонального интернет-дискурса: коммуникативные экспликации личности // Жанры речи. 2016. №2. с. 105-115.
- 24.Мишук О.Н. Речевое воздействие и самопрезентация. Т.:Тульский Государственный Университет, 2007. 229 с.
- 25.Остин Дж. Л. Слово как действие // Новое в зарубежной лингвистике. Теория речевых актов. Вып. XVII. М., 1986. с. 22-129.
- 26.Распопина Е.Ю. Дифференциальные и жанровые особенности компьютерного интернет-дискурса // Вестник ИГЛУ. М.: 2010. с. 125-132.
- 27.Рязанцева Т. И. Некоторые особенности реализации коммуникативных принципов и стратегий в условиях компьютерно-опосредованного общения // Вестник МГУ. Серия Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2007. №1. С.202-211.
- 28.Селютин А.А. Жанры как форма коммуникативного выражения онлайн-личности // Вестник Челябинского государственного университета. Челябинск, 2009. № 35 (173). с. 138-141.
- 29.Сергеев В. М., Сергеев К. В. Некоторые подходы к анализу языка политики (На примере понятий “хаос”, “лидер”, свобода”). Полис. Политические исследования. 2001. № 5. С. 107-115.

- 30.Сергеева Д. С. Языковые модели стратегии самопрезентации в виртуальном пространстве (на материале анализа твитов Хилари Клинтон) // Верхневолжский филологический вестник. 2017. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovye-modeli-strategii-samoprezentatsii-v-virtualnom-prostranstve-na-materiale-analiza-tvitov-hilari-klinton> (дата обращения: 19.02.2019).
- 31.Склярова Н. Г., Хачересова Л. М. Альтернативность в американском президентском дискурсе // Вестник Томского гос. университета. 2017. №418. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/alternativnost-v-amerikanskom-prezidentskom-diskurse> (дата обращения: 19.02.2019).
- 32.Слышкин Г.Г. Лингвокультурные концепты прецедентных текстов. – М.: Academia, 2000. 139 с.
- 33.Хазагеров Г. Г. Политическая риторика. М.: Никколо-Медиа, 2002. 185 с.
- 34.Черных А. Мир современных медиа. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2007. 312 с.
- 35.Чернявская В.Е. Дискурс и дискурсивный анализ: традиции, цели, направления // Стереотипность и творчество в тексте. Пермь: 2002. С. 122-135.
- 36.Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. М., 2006. 136 с.
- 37.Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса [Электронный ресурс]: Диссертация д-ра филол. наук. М.: РГБ, 2005. 434 с.
- 38.Bennett L., Kelsey D. Discipline and resistance on social media: Discourse, power and context // Elsevier. NY., 2018. № 31. С. 37-45.
- 39.Bolinger D. Language - the loaded weapon: The use and abuse of language today. London; New York. 1980. 124 с.
- 40.Bolter J.D., Grusin R. Remediation. Understanding the New Media. Cambridge, 1999. 282 с.
- 41.Bowcott O. Twitter joke trial: Paul Chambers wins high court appeal against conviction. [Электронный ресурс] // The Guardian, 2012.

- <http://www.guardian.co.uk/law/2012/jul/27/twitter-joke-trial-high-court>
(12.02.2019).
- 42.Castells M. Communication, Power and Counter-Power in the Network Society
// International Journal of Communication, США. №1. с. 239.
- 43.Fairclough N. Language and Power. Великобритания: Longman, 1989. с. 270.
- 44.Feldman O. Politically Speaking: a Worldwide Examination of Language Used
in the Public Sphere. NY.: PBY, 1998. 137 с.
- 45.Rhodes R. A. W., Hart P. The Oxford Handbook of Political Leadership. UK.:
The Several Contributors,2014. 800 с.
- 46.Searle J. Mind, Language and Society: Philosophy in the Real World. NY.:
Basic Books, A Member of the Perseus Books Group, 1998.134 с.
47. Twitter page of Donald J. Trump, [Электронный ресурс]
URL:<https://twitter.com/realDonaldTrump>.
- 48.Van Belle H., Rutten K. Let's talk politics: New essays on deliberative rhetoric.
PH.: John Benjamins Publishing Co, 2014. 205 с.
- 49.Walker S.G. The motivational foundations of political belief systems: a re-
analysis of the operational code construct//International Studies Quarterly.
1983. Vol.27. с.180.
- 50.Winter D.G., Stewart A.J. Content analysis as a technique for assessing political
leaders //Psychological examination of political leaders. New York, 1977. 178
с.

Используемые словари:

51. Большой философский словарь [Электронный ресурс] URL:
<https://www.e-reading.club/book.php?book=149350>
- 52.Словарь социолнгвистических терминов онлайн [Электронный ресурс]
URL:http://sociolinguistics.academic.ru/165/Дискурсивный_%28дискурсивный_%29_маркер (дата обращения: 05.01.19).

53. Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus [Электронный ресурс] URL: <http://dictionary.cambridge.org/>.
54. Merriam-Webster English Dictionary [Электронный ресурс] URL: <http://www.merriam-webster.com/>.
55. Oxford English Dictionary [Электронный ресурс] URL: <http://www.oed.com/>.