

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

**Гулькина Дарья Евгеньевна**

**ДИСКУРСИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ АМЕРИКАНСКОГО  
ПОЛИТИЧЕСКОГО КОММЕНТАТОРА – РАДИОВЕДУЩЕГО**

Специальность 10.02.04 – Германские языки

Диссертация на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Научный руководитель:  
доктор филологических  
наук, доцент  
И.В. Кононова

Санкт-Петербург  
2022

## Оглавление

Введение .....	3
Глава 1. Дискурсивная личность как объект лингвистического исследования .....	12
1.1. Понятие «дискурсивная личность»: история вопроса .....	12
1.2. Лингвистическая типология личности: подходы к изучению .....	21
Выводы к Главе 1 .....	28
Глава 2. Радиокомментарий как жанровая разновидность медиаполитического дискурса .....	30
2.1. Характеристики медиаполитического дискурса .....	30
2.2. Радиокомментарий в системе жанров медиаполитической коммуникации .....	41
Выводы к Главе 2 .....	56
Глава 3. Моделирование дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего .....	59
3.1. Радиоведущий авторской программы как медийная дискурсивная личность .....	59
3.2. Коммуникативно-прагматические характеристики дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего .....	64
3.2.1. Понятие стратагемно-тактической организации дискурса .....	65
3.2.2. Стратегия дискредитации как доминанта дискурсивной личности американского политического радиокomentатора .....	66
3.2.3. Стратегия самопрезентации в дискурсе американского политического комментатора – радиоведущего .....	78
3.2.4. Способы реализации манипулятивной стратегии в дискурсе политического комментатора – радиоведущего .....	90
3.3. Речевая агрессия как доминантная тональность дискурсивной личности американского политического радиокomentатора .....	114
3.4. Аксиологические ориентиры дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего .....	128
3.4.1. Методология исследования ценностных характеристик дискурсивной личности .....	128
3.4.2. Ценностные характеристики дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего .....	132
Выводы к Главе 3 .....	156
Заключение .....	159
Список использованной литературы .....	167
Приложение .....	193

## **Введение**

Данная работа основана на положениях теории медиаполитического дискурса, теории речевых жанров и дискурсивной персонологии. В фокусе исследования находится дискурсивная личность американского политического радиокomentатора. На материале текстов скриптов авторских радиопередач известных современных американских журналистов были выявлены коммуникативно-прагматические, аксиологические, лингвокультурные и языковые характеристики дискурсивной личности политического комментатора – радиоведущего.

**Актуальность исследования** обусловлена необходимостью научного описания отдельных типов языковой личности в зависимости от особенностей речевой деятельности человека в определенных дискурсивных формациях. Рассмотрение дискурсивной личности американского политического радиокomentатора является актуальным в связи с важностью дальнейшего изучения англоязычной политической медиакоммуникации как феномена современного дискурсивного пространства. Обращение к данному вопросу представляется своевременным в связи с ростом интереса лингвистов к вопросам изучения индивидуальной и типовой языковой личности в рамках теории речевого воздействия.

### **Степень разработанности научной проблемы.**

На современном этапе развития лингвистической науки накоплен значительный опыт в вопросе изучения форм актуализации языковой личности в различных видах коммуникации, что обусловило появление работ, в которых анализируется как сам феномен языковой личности, так и ее типы (диалектная, коллективная, индивидуальная, обобщенно-типовая и др.). Данная проблематика получила разработку в трудах В.В. Виноградова [1963], Г.И. Богина [1984], Ю.Н. Караулова [1987], В.И. Карасика [2014, 2016], И.А. Стернина [2010] и др. В настоящее время активно развивается дискурсивно ориентированный подход к описанию языковой личности, предполагающий обращение к процессуальной стороне ее проявления в

динамической среде социокультурных интеракций [Карасик, 2016; Плотникова, 2005; Синельникова, 2011 и др.]. Объектом детального рассмотрения на материале разных языков становилась дискурсивная личность политика [Дайнеко, 2011; Даулетова, 2002; Домышева, 2011; Журавлева, 2012; Изюров, 2006; Цуциева, 2018 и др.]. В последнее десятилетие возрос интерес ученых-лингвистов к изучению языковой/дискурсивной личности в медиакommunikации, что нашло отражение в работах Галстян [2010], Акаевой [2011], Касимхановой [2015], Болотнова [2016], Филимоновой [2017], Пака [2018], Сюй [2019] и др. На материале русского языка исследовалась языковая личность радиоведущего [Айтенова, Балобанова, 2016; Ермоленкина, 2017; Волкова, 2018]. Тем не менее, в отечественной германистике до сих пор не было представлено целостного исследования, посвященного изучению дискурсивной личности англоязычного политического комментатора – радиоведущего.

**Основная цель** исследования заключается в выявлении коммуникативно-прагматических, аксиологических и языковых характеристик дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих **задач**:

1. определить место жанра «политического радиокomментария» в системе речевых жанров политического медиадискурса;
2. выявить основные коммуникативно-прагматические стратегии, используемые дискурсивной личностью американского политического комментатора – ведущего авторской радиoproграммы с целью достижения поставленных целей коммуникации;
3. выделить ведущие типы коммуникативной тональности, характерные для дискурсивной личности американского политического комментатора – ведущего радиoproграммы, и описать средства их языковой актуализации;

4. с использованием количественных и качественных методов исследования определить основные инструменты и средства языковой реализации манипулятивного воздействия в дискурсе американского политического комментатора – ведущего радиопрограммы;

5. выявить аксиологические характеристики дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего.

**Объектом** исследования является дискурсивная личность американского политического комментатора – ведущего авторской программы.

**Предмет** исследования – коммуникативно-прагматические, аксиологические и языковые характеристики дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего.

**Теоретическую базу исследования** составляют труды отечественных и зарубежных лингвистов в следующих областях:

– теории текста и дискурса (Т.А. ван Дейк, П. Серио, Н. Фэрклаф, В.И. Карасик, Е.И. Шейгал, Л.А. Кочетова, Е.Ю. Ильинова, О.Б. Сиротинина и др.);

– политической лингвистики (Е.И. Шейгал, А.П. Чудинов, В.Е. Чернявская, А.А. Тертычный, Т.А. Дедушкина, Ж.В. Зигманн и др.);

– медиалингвистики (Н. Фэрклаф, М.Р. Желтухина, Т.Г. Добросклонская, Т.В. Шмелева и др.);

– теории речевой агрессии (В.Ю. Апресян, Е.И. Шейгал, Т.А. Воронцова, К.Ф. Седов, А.П. Сковородников, Ю.В. Щербинина, А.В. Карякин, М.А. Фирсова и др.);

– лингвоперсонологии и теории языковой личности (В.В. Виноградов, Ю.Н. Караулов, Г.И. Богин, В.И. Карасик, С.Н. Плотникова, С.Г. Воркачев, О.В. Лутовина, Л.Н. Синельникова, С.А. Сухих, О.Н. Шевченко, М.Г. Цуциева и др.);

– лингвопрагматики (И.П. Сусов, О.С. Иссерс, С.Г. Кара-Мурза, А.А. Кибрик, К.Ф. Седов, Л.В. Цурикова, А.К. Михальская, Е.В. Омельченко, О.Н. Паршина, А.А. Распопова, Н.Б. Руженцева, В.М. Соковнин и др.);

– лингвокультурологии (В.И. Карасик, В.В. Красных, В.А. Маслова, И.А. Стернин, Ю.С. Степанов, И.В. Кононова и др.).

**Методическую основу исследования** составляют описательно-сопоставительный, функционально-семантический, контекстуальный и ситуативно-интерпретационный методы анализа текста и дискурса, которые в своем взаимодействии обеспечивают интегративный междисциплинарный подход к изучаемым коммуникативно-речевым процессам и явлениям. Для получения достоверных результатов использовался метод количественного анализа. Исследование аксиологических ориентиров дискурсивной личности американского политического радиокomentатора проводилось с использованием методов корпусной лингвистики. Корпусный анализ проводился с применением корпусного менеджера AntConc [Anthony, 2019] и системы семантической разметки исследовательского центра Ланкастерского университета, специализирующегося на автоматизированном анализе больших массивов естественного языка (UCREL Semantic analysis system) [<https://ucrel.lancs.ac.uk/usas/>].

**Материалом исследования** послужил корпус текстов, включающий в себя скрипты 13 полных радиопередач («The Glenn Beck Program», «The Savage Nation», «The Mark Levin Show») известных американских политических комментаторов (Гленна Бека, Майкла Алана Вайнера и Марка Левина) общим объемом 115792 слова. Радиопередачи были посвящены предвыборной агитации (в период президентской предвыборной кампании в США, октябрь – ноябрь 2016 г.) и послевыборной полемики (январь – март 2017 г.).

**Обоснованность и достоверность результатов** исследования обеспечивается его теоретической базой, складывающейся из научных работ ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области теории

коммуникации, лингвопрагматики, лингвистики текста и дискурса, функциональной стилистики, медиалингвистики; использованием адекватных задачам исследования методов анализа рассматриваемого эмпирического материала; репрезентативным и актуальным материалом исследования.

### **Соответствие диссертации Паспорту научной специальности.**

В соответствии с паспортом научной специальности 10.02.04 – «Германские языки» в диссертации исследуется англоязычная дискурсивная личность. Полученные научные результаты соответствуют следующим пунктам паспорта специальности: слово, как основа единства языка, типы лексических единиц германских языков, структура словарного состава, функционирование лексических единиц; особенности стилистического воздействия и экспрессивных средств германских языков; лексика и внеязыковая действительность; корпусные исследования германских языков.

**Научная новизна** результатов исследования заключается в том, что в нем впервые выделена дискурсивная личность американского политического комментатора – радиоведущего; установлены её коммуникативные, аксиологические и языковые характеристики.

**Наиболее значимые результаты исследования, обладающие научной новизной и полученные лично соискателем:**

1. Анализ дискурсивной личности сводим к следующим процедурам: выявлению ведущих коммуникативно-прагматических стратегий и тактик, используемых дискурсивной личностью с целью достижения целей коммуникации, и описанию средств их языковой реализации; выделению типов коммуникативной тональности, выбираемых дискурсивной личностью; определению её аксиологических характеристик.

2. Доминантными коммуникативными стратегиями дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего являются: стратегия дискредитации оппонента, стратегия самопрезентации и манипулятивная стратегия. Стратегия дискредитации в дискурсе

политического комментария на американском радио поддерживается системой коммуникативных тактик, основными из которых являются: тактика компрометации оппонента, тактика вербальной дискриминации и тактика вербальной инсинуации. Стратегия самопрезентации реализуется тактиками самовосхваления, эпатирования адресата, фасцинативного воздействия на адресата и демонстрации профессионального успеха.

3. Основными типами манипулирования в дискурсе американского политического комментатора – радиоведущего являются референциальное и аргументативное. Референциальное манипулирование представлено двумя разновидностями: фактологической и фокусной. К наиболее частотным приёмам, реализующим тактику *фактологического манипулирования*, относятся: спекуляции о будущем, высказывания с гипостазированием, квазиколичественные высказывания, квазиструктурные высказывания, квазиточные высказывания. Ведущими тактиками *аргументативного манипулирования*, используемыми дискурсивной личностью американского радиокомментатора, являются: тактика формулирования точки зрения в неопровержимой форме и тактика маскировки интенции коммуникативных ходов.

4. Речевая агрессия является доминантной тональностью дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего. Основными коммуникативными актами агрессии в жанре политического радиокомментария являются: оскорбление, возмущение, обвинение, насмешка, констатация некомпетентности и опосредованное прерывание коммуникативного контакта.

5. Доминантными аксиологическими ориентирами дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего являются ценности «*patriotism*», «*welfare*», «*security*», «*freedom*», «*social justice*», «*family*», «*religion*», относящиеся к числу национально-специфичных лингвокультурных аксиологических доминант. Дискурсивно-специфичными являются концепты «*power*», «*fight*» и «*fear*», поддерживающие агональный



характер коммуникации, а также ценность «*truth*», способствующая реализации тактик манипулирования, основанных на искажении истинностного аспекта высказывания. Апелляция к данным ценностям представляет собой важный инструмент воздействия в дискурсе политического комментария на американском радио.

**Теоретическая значимость** диссертации обеспечивается тем, что она вносит вклад в развитие таких направлений языкознания, как:

– лингвоперсонология и теория языковой личности, что обеспечивается исследованием коммуникативно-прагматических, аксиологических и языковых характеристик дискурсивной личности американского политического радиоведущего;

– теория дискурса, что достигается комплексным подходом к интерпретации дискурса, реализация которого осуществляется посредством исследования медиаполитических текстов с привлечением социокультурной ситуации;

– стилистика английского языка, что осуществляется посредством исследования лингвостилистических средств реализации коммуникативно-прагматических стратегий и тактик, используемых дискурсивной личностью американского политического радиокомментатора – ведущего авторской программы с целью достижения поставленных целей коммуникации;

– лингвокультурология, что обусловлено выявлением ценностных доминант исследуемой дискурсивной личности и установлением зависимости выбора языковых структур от национальной культуры.

**Практическая значимость** полученных результатов и выводов диссертации определяется тем, что её основные положения могут быть использованы в преподавании вузовских курсов лексикологии и стилистики английского языка, теории дискурса, а также спецкурсов по прагмалингвистике, политической лингвистике, медиалингвистике и теории речевого воздействия.

### **Апробация теоретических положений и результатов исследования.**

Основные положения и результаты исследования докладывались автором на международной научно-практической конференции «6th International Conference on Meaning and Knowledge Representation» (Санкт-Петербург, 2017), XXV Международной научной конференции «Новые парадигмы и новые решения в современной лингвистике: русский язык как фактор культурно-образовательной интеграции общества» (Санкт-Петербург, Институт иностранных языков, 2017), III Международной научно-практической конференции «Магия ИННО: Новые измерения в лингвистике и лингводидактике» (Москва, МГИМО, 2017), международной научно-практической конференции «Академическая наука – проблемы и достижения» (North Charleston, USA, 2017), I Всероссийской (национальной) конференции с международным участием «Гуманитарные науки и вызовы нашего времени» (Санкт-Петербург, СПбГЭУ, 2018), IV Международной научно-практической конференции «Магия ИННО: Новые измерения в лингвистике и лингводидактике» (Москва, МГИМО, 2019), IX Международной научно-методической конференции «Англистика XXI века» (Санкт-Петербург, СПбГУ, 2018), Международной научной конференции «Герценовские чтения. Иностранные языки» (Санкт-Петербург, РГПУ им. А.И. Герцена, 2018), на VIII Международном конгрессе по когнитивной лингвистике «Cognitio и communicatio в современном глобальном мире» (Москва, МГУ им. Ломоносова, 2018), на весенней международной научной школе «Когнитивная лингвистика и концептуальные исследования» (Санкт-Петербург, 2017) и X Международном конгрессе по когнитивной лингвистике (Екатеринбург, УГПУ, 2020).

Основные положения диссертации изложены в 9 публикациях общим объемом 4,3 п.л. (авторский вклад – 3,25 п.л.), 3 из которых – в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ.

**Объем и структура диссертации.** Диссертация объемом 200 страниц состоит из введения, трех глав, сопровождаемых выводами, заключения, списка использованной литературы и приложения.

Во **введении** аргументируются выбор и актуальность темы диссертации, определяются объект и предмет исследования, цели и задачи, раскрываются научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, формулируются гипотеза и положения, выносимые на защиту.

**Первая глава** диссертации «Дискурсивная личность как объект лингвистического исследования» посвящена описанию процесса становления подходов к изучению и описанию дискурсивной личности в лингвистике; изложению основных положений существующих подходов к лингвистической типологизации личности; обоснованию алгоритма описания дискурсивной личности.

Во **второй главе** диссертации «Радиокомментарий как жанровая разновидность медиаполитического дискурса» обсуждается проблематика выделения жанров политической коммуникации; описываются основные характеристики медиаполитического дискурса; освещаются основные коммуникативные стратегии медиаполитического дискурса; определяется место политического радиокомментария в системе жанров медиаполитического дискурса.

В **третьей главе** «Моделирование дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего» исследуются коммуникативно-прагматические характеристики дискурсивной личности политического комментатора – радиоведущего; рассматривается речевая агрессия как доминантная коммуникативная тональность жанра политического радиокомментария; с применением методов корпусной лингвистики описываются основные ценностные ориентиры дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего.

В **Заключении** подводятся итоги проделанной работы.

## **Глава 1. Дискурсивная личность как объект лингвистического исследования**

### **1.1. Понятие «дискурсивная личность»: история вопроса**

Проблема исследования дискурсивной личности в современной лингвистике обусловлена помещением понятия «языковая личность» в рамки дискурсивной парадигмы исследования [см.: Седов, 2003; Плотникова, 2005; Карасик, 2014а, 2016 и др.].

Феномен языковой личности (ЯЛ) является одним из центральных в современной лингвистике. С 90-х гг. XX в. понятие «языковая личность» «...становится стержневым системообразующим филологическим понятием. Большинство исследователей в настоящее время оно оценивается как интегративное, послужившее началом нового этапа в развитии языкознания – антрополингвистики» [Бороденко, 2001, с. 15].

Получившее развитие в конце XX в. понятие языковой личности было заложено еще неогумбольтианской традицией, в рамках которой оно трактовалось как собирательный образ носителя определенного языка и культуры [Вайсгербер, 2009]. Если обратиться к истокам осмысления этого понятия, то становится очевидным, что почти одновременно этот термин появляется в 30-е гг. XX в. в работах Й.Л. Вайсгербера [2009] и В.В. Виноградова [1963]. В.В. Виноградов, рассматривая личность в языке, сузил фокус от обобщенного образа менталитета народа до индивидуальной вербализации картины мира и акцентировал внимание на личности автора, реализующей себя в языке посредством языка, вследствие чего языковая личность рассматривалась ученым в продуцируемых ей текстах с учетом включенности в различные коллективные субъекты [Виноградов, 1980, с. 57]. Развитие идей феномена языковой личности привело к углубленному осмыслению и выработке концепций восприятия данного понятия через лингводидактическую модель Г.И. Богина [Богин, 1984] и лингвистическую – Ю.Н. Караулова [Караулов, 1989].

Основное внимание при описании языковой личности Г.И. Богиним уделялось воспринимаемому или продуцируемому тексту как «претензия на дальнейшее развитие языковой личности в интеллектуальном поле ее деятельности» [Богин, 1984, с. 15]. Автор также указывал на социальную составляющую языковой личности как языковую рефлексию объективной картины мира: «...модель языковой личности первоначально должна абстрагироваться не только от индивидуальных различий людей, но и от различия известных им языков, она должна обладать высокой мерой упрощения и инвариантности» [Богин, 1984, с. 3].

Согласно Ю.Н. Караулову, языковая личность представляет собой «совокупность способностей и характеристик человека, обуславливающих создание и восприятие им речевых произведений (текстов), которые различаются по степени структурно-языковой сложности, глубине и точности отражения действительности, а также по степени определенной целевой направленности» [Караулов, 1989, с. 3]. Автор утверждает, что языковая личность – это не только узкий аспект многогранного понимания человеческой личности в такой науке, как психология, не одна из особенностей человеческой личности вообще – как, например, этическая или юридическая личность – но полноценная личность со своей спецификой, разнообразными составляющими, рассмотренная через язык как явление. То есть, само изучение языковой личности требует комплексного подхода к этому понятию, изучения философских, психологических, национальных и социокультурных черт и предпосылок [Караулов, 1989]. Ю.Н. Караулов предложил рассматривать языковую личность как совокупность трёх уровней:

- вербально-семантического;
- лингвокогнитивного;
- мотивационного [Караулов, 2010, с. 54-62].

Г.И. Богин выделял пять уровней языковой личности, отражающих не только ее структуру, но и процесс формирования:

- уровень правильности;
- уровень интериоризации;
- уровень насыщенности;
- уровень адекватного выбора;
- уровень адекватного синтеза целого текста [Богин, 1984, с. 22 – 28].

Современное поле исследований, посвященных языковой личности, расширяется за счет комплекса лингвистических наук, каждая из которых вносит свой вклад в изучение различных аспектов рассматриваемого феномена. Так, *лингвокультурология* сосредоточена на изучении триединства язык – культура – языковая личность [Карасик, 2002, 2014 (Б); Красных, 1998; Степанов, 1998; Тхорик, 2000]. Ценные теоретические и эмпирические сведения относительно разнообразия типов языковой личности дает *лингвоперсонология*. В работах Е.Н. Ивановой [2008], Е.И. Базалук [2010], Н.С. Котовой [2008], С.В. Оленёва [2006] и других авторов не только предлагаются различные варианты моделей языковой личности, но и осуществляется анализ их содержательного наполнения на основе изучения конкретных ЯЛ. В сфере интересов *лингвопрагматики* – «живой язык в действии, во всем многообразии его функций и социально-функциональных вариантов» [Сусов, 2006]. В работах И.П. Сусова [2006], В.В. Богданова [1996], Н.Д. Арутюновой [1999], Ю.Д. Апресяна [2006], В.Г. Гака [1998] процесс речевой коммуникации рассматривается с позиций антропоцентризма и даже, как подчеркивает И.П. Сусов, эгоцентризма, то есть «не абстрактного идеального говорящего, а конкретного, реального носителя языка в процессе речевой деятельности» [Сусов, 2006].

Описания понятия языковой личности объединены идеей представления языковой способности как набора характерных для личности черт. С.М. Фролова объясняет данный феномен онтологическим статусом языка, который, в свою очередь, «является системообразующим компонентом социокультурного мира, через него определяется и структурируется наше восприятие, учреждаются границы важности

значений, воспроизводятся конститутивные установки повседневной жизнедеятельности, предопределяются поведение и принятие социальных норм» [Фролова, 2014, с. 116]. В качестве задач языковой личности выделяется «концептуализация значимого аспекта социокультурного бытия человека – способность порождать дискурсы и обмениваться ими – и использование данный концепт для описания и объяснения процессов социальной интеракции» [Сахарова, 2017, с. 30]. Следовательно, при рассмотрении языковой личности требуется также учет коммуникативных и когнитивных факторов, обуславливающих дальнейшее разграничение концептов «языковая личность» и «коммуникативная или речевая личность». Л.Н. Синельникова утверждает, что понятие языковая личность, подразумевающее под собой носителя языка или группу носителей языка с точки зрения использования средств языка для отражения действительности картины мира, потеряло свой эвристический потенциал и, на данный момент, объектом изучения становится «речевая личность», так как исследуется не язык и функционирование языка, а речь, где личность себя проявляет [Синельникова, 2011]. *Коммуникативная личность* трактуется учеными с трех позиций: (1) как более узкое понятие, чем языковая личность [Воркачев, 2001; Соколова, 2002; Галстян, 2010]; (2) равноценное понятие [Карасик, 2000]; (3) более широкое, чем языковая личность, понятие [Конецкая, 1997].

Одной из важнейших проблем, рассматриваемых в рамках теории ЯЛ, является вопрос разграничения индивидуальной и обобщенно-типовой языковых личностей. Представления о языковой личности как типовом представителе данной языковой общности можно найти в работах Ю.Н. Караулова. В процессе изучения языковой личности ученый предлагает выделять три уровня абстракции: 1) языковая личность как индивидуум и автор текстов со своим характером, интересами, социальными и психологическими предпочтениями и установками; 2) языковая личность как типовой представитель данной языковой общности, совокупный или усредненный носитель данного языка; 3) языковая личность как

представитель *homo sapiens* (человек разумный), неотъемлемым свойством которого является использование знаковых систем и прежде всего естественного языка [Караулов, 1989, с. 104]. Истоки таких взглядов можно найти в работе Н.С. Трубецкого «К проблеме русского самопознания» (1927), где философское понятие личности рассматривается в единстве и противоположности двух его сторон – «частночеловеческой» и «многочеловеческой» (частнонародной и многонародной), «симфонической» личности [Трубецкой, 2003, с. 5]. Противопоставление двух форм существования исследуемого феномена признается авторами многих современных работ. Широко распространены термины «коллективная языковая личность» и «индивидуальная языковая личность» (отдельный представитель этого сообщества). В.П. Нерознак вслед за Н.С. Трубецким обозначает язык народа и конкретного его представителя как «многочеловеческую (полилектную)» и «частночеловеческую (идиолектную)» языковую личность [Нерознак, 1996, с. 113]. И.И. Сентенберг говорит о «совокупной» языковой личности – обобщенном образе носителя данного языка и индивидуальной языковой личности – конкретном носителе данного языка как двух сторонах одной медали, не существующих друг без друга [Сентенберг, 1994, с. 15]. О.Н. Шевченко противопоставляет типовую и индивидуальную языковые личности, отмечая, что «типовая языковая личность характеризуется такими свойствами, как абстрактность, эталонность, собирательность, безличность»; в каждом конкретном случае типовая модель реализуется в виде индивидуальной языковой личности. Индивидуальная языковая личность совпадает с типовой в базовых характеристиках, но в то же время имеет свои особенности [Шевченко, 2005, с. 7].

Лингвокультурологические исследования типовой языковой личности нашли развитие в *теории лингвокультурных типажей*, основы которой были заложены В.И. Карасиком [Карасик, 2004] и получили развитие в целом ряде исследований последователей и учеников автора [Дмитриева, 2005;



Ярмахова, 2006; Лутовинова, 2006; Ворошилова, 2007; Деревянская, 2008; Коровина, 2008; Гуляева, 2009; Бровикова, 2013 и пр.]. Описание лингвокультурных типажей в основном сводилось к выявлению их значимости в лингвокультурах, определению структуры соответствующих концептов, их номинативной плотности и диффузности, установлению ценностных характеристик концептов, а также составлению речевых портретов обобщенно-типовых языковых личностей.

Понятие «лингвокультурный типаж» соотносимо с рядом смежных понятий, получивших развитие в целой плеяде лингвистических исследований. В качестве важнейших из них следует отметить «речевой портрет», «роль», «амплуа», «персонаж» и «стереотип». Изучение *речевого портрета* лингвокультурного типажа является одним из важнейших аспектов его описания, поскольку помещает исследования типизированных представителей лингвокультуры в актуальную в современной лингвистике когнитивно-дискурсивную парадигму. Выявление коллективных речевых портретов дает возможность говорить о портретировании лингвокультурных типажей [Карасик, 2006, с. 59]. «Речевой портрет» может строиться на базе особенности реализации речевых и языковых особенностей отдельной личности или коллектива. Определение речевого портрета представляет собой «набор речевых предпочтений говорящего в конкретных обстоятельствах для актуализации определенных намерений и стратегий воздействий на слушающего» [Сюй, 2019, с.22]. Фокусом лингвистического исследования при описании речевого портрета становится не характеристика всех уровней языковой личности, а фиксация языковых и речеповеденческих особенностей.

«Ролью» называется устойчивый шаблон поведения, он включает в себя мысли, действия и чувства индивидуума, это «внутренне связанная система поступков, которая является реакциями на поведение других людей» [Карасик, 2009, с. 11]. И.С. Кон дает определение социальной роли как социологического, психологического и философского понятия.

Социологическая сторона определения подразумевает безличную социальную функцию и нормы поведения, предписанные обществом, а психологическая – описание повторяющихся, стандартизированных форм поведения. «Поведение социального индивида определяется сверх того системой усвоенных им социальных норм и значений, общественным положением и отношениями с другими членами общины» [Кон, 1984, с. 25].

Следующим понятием близким понятию «роль» является «амплуа». Амплуа – «перевощенная языковая личность актёра, которая находится под влиянием сконструированной языковой личности, референциально не соотносимой ни с одним реальным социальным и языковым субъектом, сконструированной намеренно, следуя творческому замыслу иной языковой личности (сценариста) и охарактеризованной при помощи приписываемых ей текстов — реплик в сценарии» [Косинова, 2013, с. 5] Сравнивая понятия «лингвокультурный типаж» и «амплуа», можно сказать, что они объединяются по признаку типизируемости, применительно к образам людей и различаются по признакам сознательного эмоционально окрашенного выбора (амплуа маркирован, типаж нейтрален), а также сферы поведения (типаж в большей мере отражает реальное социальное распределение ролей, а амплуа – это личностно окрашенная презентация роли). Будучи намеренно сформированным, амплуа представляет собой более субъективный одномерный образ лингвокультурного типажа, однако, его исследование может сообщить о «существенных трансформациях, претерпеваемых языковой личностью под влиянием факторов снижения социальной ответственности, контроля и условного характера личностной самоидентификации во время перевоплощения» [Косинова, 2013, с. 23].

Под «персонажем» понимают действующее лицо художественного произведения, как правило второстепенное. «Языковая личность персонажа как автономная языковая личность с индивидуальной картиной мира может быть охарактеризована как текстовая тема «персонаж». Понятие «персонаж» включает «персонажный дискурс» (индивидуальный лексикон) и

«неперсонажную субъектную речевую сферу», сообщающую авторскими комментариями и речью других персонажей о тех или иных особенностях данного персонажа» [Богомолов, 2005, с. 21]. Лингвокультурный типаж может актуализироваться как персонаж художественного произведения. Вместе с тем типаж может представлять собой обобщение реально существующих исторических лиц или вымышленных персонажей.

Родственным понятию «персонаж» является понятие «стереотип», которое трактуется в социальных науках как сочетание устойчивых упрощенных обобщенных представлений о группе индивидуумов, которое позволяет разделить членов группы по категориям и воспринимать их шаблонно. Зачастую стереотипы оказываются ложными, так как в их основе лежит личный опыт человека и недостаток информации [Шепаньский, 1969].

В настоящее время в исследовательском фокусе лингвистов находится понятие дискурсивной личности, под которой понимают динамическое проявление языковой личности в диалогическом взаимодействии. Дискурсивно ориентированный подход к описанию языковой личности предполагает обращение к процессуальной стороне ее проявления в динамической среде социокультурных интеракций [Ермоленкина, 2017, с. 37]. Дискурс даёт возможность подключать к анализу языковой личности факторы широкого диапазона: ментальные, психологические, прагматические и др. Под дискурсивной личностью понимают языковую личность, проявляющую себя в дискурсивных действиях.

Рассуждая об объеме понятия «дискурсивная личность», правомерности его введения в научный обиход и его соотношении с понятием «языковая личность», Л.Н. Синельникова в статье «О научной легитимности понятия «дискурсивная личность»» отмечает, что «в основе понятия «дискурсивная личность» лежит ментальный фактор: мыслительная деятельность детерминирует выбор языковых структур и средств» [Синельникова, 2011, с. 457]. Ментальное обоснование имеют деонтические нормы как принятые в обществе условия общения. Этически

ориентированные установки, такие как эмпатия, толерантность, конфликтность и т. д. также основываются на ментальных доминантах и стереотипах. По мнению Л.Н. Синельниковой, «языковая личность в интеракционном контексте и есть дискурсивная личность, которая формируется на пересечении коммуникативных и когнитивных факторов» [Синельникова, 2011, с. 460]. Дискурсивная личность может быть описана с учётом комплексной информации. Такая информация содержится в дискурсивных действиях. Наиболее значимым оказывается когнитивный параметр, включающий семантико-когнитивный и социально-психологический векторы. Дискурсивные личности рассматриваются как участники коммуникативных событий, в условиях которых и происходит выбор соответствующих стратагемно-тактических схем коммуникации, а также языковых средств – лексических, грамматических, стилистических, реализующих стратегии и тактики. В дискурсе обнаруживается принципиальная (онтологическая) диалогичность языкового сознания. Дискурсивная личность проявляется в интеракциях, транзакциях и диалогических единствах – основных единицах дискурс-анализа. В диалоге реализуются разные смысловые модусы и происходит реализация личности в её социальных интеракциях. В интерактивном контексте проявляется коммуникативная компетенция личности. Диалог как процесс речевого взаимодействия социально маркирован, подчиняется принятым в том или ином обществе правилам, изменения в нём сигнализируют об изменении ситуации, тональности общения. Дискурсивная компетенция помогает менять тональность общения, учитывать не только свои интересы, но и интересы адресата. В дискурсе личность позиционирует себя через комплекс сигналов – вербальных и невербальных, вступающих в идентификационное взаимодействие [Ревзина, 2005, с. 96-104].

Таким образом, дискурсивная личность – это коммуникативная (интерактивная) личность, обладающая «коммуникативным паспортом» (И.А. Стернин) как совокупностью индивидуальных коммуникативных

стратегий и тактик, когнитивных, семиотических, мотивационных предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации.

## **1.2. Лингвистическая типология личности: подходы к изучению**

Типологизация языковых личностей может основываться на референции ЯЛ, включающей психологический, этнокультурологический или социальный компонент или базироваться на способе актуализации языковой личности. По мнению Ю.Н. Караулова, «уже в самом выборе языковой личности в качестве объекта лингво-психологического изучения заложена потребность комплексного подхода к ее анализу, возможность и необходимость выявления на базе дискурса не только ее психологических черт, но философско-мировоззренческих предпосылок, этно-национальных особенностей, социальных характеристик, историко-культурных истоков» [Караулов, 1989].

Подходы к изучению языковой личности, сложившиеся к настоящему моменту в лингвистике, можно разделить на два вида: 1) подходы, реализуемые с точки зрения референции самой личности, то есть её психологических, этнокультурологических, социологических показателей; 2) подходы, реализуемые с позиции особенностей языковой / речевой деятельности личности. Данное деление является условным и служит скорее реализации исследовательских задач, связанных с изучением языковой личности. Условность его объясняется тем, что языковая личность проявляется в дискурсе ею порождаемом, «язык – это неотъемлемая составляющая языковой личности, наряду с её этнической, социальной и психологической характеристиками» [Хуранова, 2017, с. 76].

В настоящее время активно развиваются лингвокультурологический и этнолингвистический подходы к типологизации языковой личности, которые, на наш взгляд, взаимообусловлены и взаимосвязаны. В работах, выполненных в подобном ключе, языковая личность исследуется с учетом

этнического компонента и принадлежности определенной культуре, в аспекте национальных традиций, языковых обычаев и системы ценностей, которые включают стереотипные элементы менталитета.

В работах, выполненных в русле лингвокультурологических исследований, выделяют следующие типы обобщенно-типовых языковых личностей:

1. Культурная языковая личность [см., например: Тупикова, 2007]. В данном случае языковая личность определяется, прежде всего, через свою принадлежность к культуре определенного народа или этноса, носитель характерных для неё обычаев и традиций.

2. Бикультурная / поликультурная языковая личность [см.: Башиева, Дохова, 2016]. Современная эпоха, характеризующаяся процессами глобализации, интеграции, способствует увеличению количества индивидов, владеющих двумя или несколькими языками и, соответственно, культурами.

3. Этническая языковая личность (понятие содержательно близкое понятию «культурная языковая личность») представляет собой личность, осознающую себя, прежде всего, как часть определенного этноса, отождествляющую себя с другими по категориальному этническому признаку [Шойсоронова, 2006].

4. Полиэтнической языковой личностью принято считать личность, формирование которой протекает в полиэтническом пространстве, на становление которой оказывает существенное влияние «многоликое» этническое окружение [Башиева, 2009].

С.С. Сухих подразделяет языковые личности на основании психологических черт [Сухих, 1998]. По мнению автора, существует экспонентный, субстанциональный и интенциональный уровни измерения языковой личности. Экспонентный уровень подразумевает активную, созерцательную, убеждающую, сомневающуюся, голословную знаковую деятельность коммуниканта. Субстанционный уровень вербализует опыт конкретно или абстрактно, а интенциональный уровень проявляет

юмористичную или буквальную, конфликтную или кооперативную, директивную или интегративную, центрированную или децентрированную презентацию себя [Сухих, 1998, с. 17].

Широко известна классификация К.Ф. Седова, основанная на выделении ведущих *коммуникативно-прагматических характеристик* дискурсивной личности. Автор устанавливает следующие типы ЯЛ:

1. Конфликтный тип, направленный на реализацию целей говорящего без учета интересов адресата. Выделяют «конфликтного агрессора», враждебность которого выражается открыто, и «конфликтного манипулятора», коммуникативная цель которого реализуется за счет манипуляции над участниками общения.

2. Центрированный тип, исключающий установку на собеседника, фокусируется на самом авторе продуцирующего текст. Подтипами центрированного типа выступают «активно-центрированный» и «пассивно-центрированный».

3. Кооперативный тип направлен как на автора текста, так и на участников коммуникации. Данный тип включает в себя два подтипа: «кооперативно-конформный», ставящий точку зрения собеседника выше своей и «кооперативно-актуализаторский», который не просто готов разделить точку зрения собеседника, но и развивает ее в актуальной коммуникативной ситуации [Седов, 2000, с. 22–23].

Типология личностей может строиться, в том числе, с учетом принадлежности социальной группе. Принимая во внимание социальный статус «говорящего субъекта», выделяют элитарную и диалектную языковые личности [Иванцова, 2002]. Элитарная языковая личность представляет эталонного носителя культурно-речевой компетенции, отвечающего всем требованиям осуществления полнофункциональной речевой культуры, а именно логичности, точности формирования высказывания, понятности, целесообразности, адекватности, эффективности и оригинальности (как противоположность стереотипности). Диалектная языковая личность,

согласно Е.В. Иванцовой, отличают большая конкретность речевых ситуаций, обогащение лексикона устным образом, специфический объем лексического запаса и словарный состав, особенности наполнения типологических классов и реализации системных связей, функциональные характеристики словника и пр. [Иванцова, 2002].

В основу настоящего исследования положен подход к изучению дискурсивной личности и выделению типов обобщенно-типовых дискурсивных личностей В.И. Карасика [Карасик, 2008, 2014, 2016]. Типология дискурсивных личностей в рамках данного подхода может строиться на основании целого ряда критериев, «в том числе и с учетом того типа общения, в котором соответствующая личность наиболее часто принимает участие или в котором выражает себя особенно ярко» [Карасик, 2014, с. 146].

В статье «Дискурсивное проявление личности» автор предлагает подходы к изучению проявления фактора личности в дискурсе [2016]. По мнению ученого, основные характеристики дискурсивной личности обусловлены содержанием (тематикой) общения, ведущими чертами его обобщенно-типовых участников, основным типом коммуникативной тональности, ведущим каналом коммуникации и ее акциональной природой [Карасик, 2016, с. 56]. В качестве точки отсчета в изучении дискурсивной личности В.И. Карасик предлагает принять повседневный бытовой дискурс, на фоне этого дискурса маркированными оказываются типы общения, выделяемые с *учетом тематики и содержания коммуникации, участников и целей коммуникации, коммуникативной тональности и коммуникативных действий* [Карасик, 2014, с. 146].

«Тематический, или референциальный, подход к дискурсу позволяет выделить бесконечное множество его типов — экологический, экономический, политический, гастрономический, филателистический и т.д. Достоинство этого подхода — детальный анализ предметной стороны общения, выделение его единиц и ситуативно обусловленных смыслов,



которые специфичны для каждого дискурса» [Карасик, 2016, с. 57]. Ситуативно обусловленные смыслы, о которых говорит В.И. Карасик, имеют лингвокультурную значимость. Исследования тематической составляющей дискурса в определенной мере сводимо к выделению лингвокультурных концептов, значимых для того или иного типа коммуникации. Осмысление и обсуждение этих концептов разворачивается в коммуникативных ситуациях, которые порождают дискурс языковой личности. Таким образом, описание содержательной стороны типа коммуникации, который ведет изучаемая дискурсивная личность, включает описание *аксиологических ориентиров личности* – доминантных лингвокультурных ценностей, актуализируемых личностью в дискурсе. Тематическая составляющая дискурса напрямую связана с образовательным статусом и видом профессиональной деятельности личности. Существуют профессии, для которых общение на определенную тему является важнейшей составляющей профессии. В качестве примера можно привести обобщенно-типовые дискурсивные личности политического лидера, телеведущего политического ток-шоу, развлекательного ток-шоу и пр., при этом существует множество промежуточных видов профессиональной активности.

Второй подход к изучению дискурса можно определить как *субъектный*, в фокусе находятся типизируемые ситуативно-личностные характеристики участников общения. Предлагается выделить личностно-обусловленное и статусно-обусловленное общение [Карасик, 2002]. Статусно-обусловленное общение представляет собой диалог людей, воспринимающих друг друга как представителей определенной группы. Этот тип общения, выделяемого на основании субъектного критерия, может быть институциональным и неинституциональным. В первом случае, как отмечает В.И. Карасик, «такой дискурс обусловлен целью и задачами того или иного социального института, т.е. организации, функционирующей для удовлетворения определенной социальной потребности – установление и поддержание закона (юриспруденция), социализация новых членов социума

(педагогика), утверждение вероучения (религия), борьба за власть (политика), распространение информации (масс-медиа) и др.» [Карасик, 2016, с. 62]. Во втором случае это общение незнакомых людей, например, обмен репликами фатического плана. В настоящее время в силу жанровой гибридизации в условиях медиа- и сетевой коммуникации формируются типы общения, включающие черты личностно-обусловленных (персональных) и статусно-обусловленных (институциональных) дискурсов.

Выявление основных типов коммуникативной тональности, свойственных личности (индивидуальной или типовой) в процессе коммуникации, помещает ее рассмотрение в рамки фокусирующегося на способах выражения содержания общения *инструментального подхода* к дискурсу. Стилистика дискурса обобщенно-типовой личности соответствует его основной тональности, т.е. эмоционально-стилевому формату общения. В.И. Карасик выделяет информативную, фатическую, статусную, шутливую, торжественную, идеологическую, фасциативную, гипотетическую, эзотерическую, агрессивную, манипулятивную, менторскую, провокативную тональности, отмечая, что данная типология является открытой и список может быть продолжен [Карасик, 2008, с. 21]. «Каждый тип тональности имеет присущую ему систему средств коммуникативного выражения – жестомимическую, интонационную, лексико-фразеологическую, синтаксическую и текстово-стилистическую» [Карасик, 2016, с. 64].

Анализ типичных речевых действий, осуществляемых дискурсивной личностью в процессе коммуникации, акцентирует внимание исследователя на *акциональном параметре описания дискурса*. Такое понимание дискурса является прагмалингвистическим по своей сути, поскольку общение рассматривается в неразрывной связи с поведением субъектов и совершаемыми ими действиями [Карасик, 2016, с. 68]. Описание акционального параметра дискурса предполагает выявление его стратегическо-тактической организации.

Рассматривая дискурс с позиции дистанции между собеседниками, времени на обдумывание высказывания, осознанием моральной и юридической ответственности за сказанное, понимания невербально выраженной информации, коммуникационно-технических возможностей, мы говорим о режимном подходе, сосредоточенным на канале передачи информации. Режимный (термин В.И. Карасика [Карасик, 2016, с. 66]) подход к дискурсу предполагает анализ специфики общения, обусловленной его каналом. «В фокусе внимания при этом подходе находятся характеристики, связанные с наличием или отсутствием времени на детальное обдумывание высказывания, с осознанием моральной и юридической ответственности за сказанное, с возможностью получать невербально выраженную информацию о коммуникативном партнере» [Карасик, 2016, с. 66-67].

Таким образом, описание дискурсивной личности сводимо к следующему алгоритму: выявлению доминирующих коммуникативно-прагматических стратегий и тактик, используемых дискурсивной личностью с целью достижения целей коммуникации; описанию типов коммуникативной тональности, к которым прибегает дискурсивная личность; определению ее аксиологических характеристик.

## Выводы к Главе 1

1. Правомерность введения в научный обиход понятия «дискурсивная личность» обусловлена тем, что в его основе лежит понятие ментальной деятельности субъекта дискурса: мыслительная деятельность детерминирует выбор языковых средств в процессе коммуникации. Под «дискурсивной личностью» понимают динамическое проявление языковой личности в диалогическом взаимодействии. Дискурсивно ориентированный подход к описанию языковой личности предполагает обращение к процессуальной стороне ее проявления в динамической среде социокультурных интеракций.

2. Дискурсивные личности следует рассматривать как участников коммуникативных событий, в условиях которых происходит выбор соответствующих стратегемно-тактических схем коммуникации, а также языковых средств – лексических, грамматических, стилистических, реализующих стратегии и тактики.

3. Дискурсивная личность проявляется в интеракциях, трансакциях и диалогических единствах – основных единицах дискурс-анализа. Диалог как процесс речевого взаимодействия социально маркирован, подчиняется принятым в том или ином обществе правилам, изменения в нём сигнализируют об изменении ситуации, тональности общения.

4. Дискурсивная личность определяется в диссертации как коммуникативная (интерактивная) личность, обладающая «коммуникативным паспортом» (И.А. Стернин) как совокупностью индивидуальных коммуникативных стратегий и тактик, когнитивных, семиотических, мотивационных предпочтений, сформировавшихся в процессах коммуникации.

5. Типологизация дискурсивных личностей может быть проведена на основании следующих критериев:

- референции (согласно психологическому, этнокультурологическому или социальному компоненту);

- принадлежности к определенному психологическому типу (экспонентный, субстанциональный и интенциональный);
- ведущей коммуникативно-прагматической интенции (конфликтный, центрированный, кооперативный);
- культурном различии (элитарная, диалектная);
- степени уровня абстракции (индивидуальная и коллективная (обобщенно-типовая)).

б. Алгоритм описания дискурсивной личности сводим к следующим процедурам: выявлению доминирующих коммуникативно-прагматических стратегий и тактик, используемых дискурсивной личностью с целью достижения целей коммуникации; описанию типов коммуникативной тональности, к которым прибегает дискурсивная личность; выявлению аксиологических характеристик дискурса типовой языковой личности.

## **Глава 2. Радиокomentarий как жанровая разновидность медиаполитического дискурса**

### **2.1. Характеристики медиаполитического дискурса**

Исследование политического дискурса относится к наиболее актуальным и активно развивающимся направлениям современной лингвистики. Политический дискурс часто определяют как одну из основных форм дискурса власти, «посредством которого социальные институты и индивиды осуществляют самопрезентацию, конструирование и продвижение тех или иных образов реальности, производят позиционирование в социокультурном и политическом пространстве» [Фуко, 1996, с. 74]. Под политической коммуникацией понимается любая передача сообщений, предназначенная для оказания влияния на распределение и использование власти в обществе, особенно если эти сообщения исходят из официальных правительственных институтов [Schudson, 1997, p. 311].

Политический дискурс представляет собой институциональное общение, которое, в отличие от лично ориентированного общения, использует определенную систему профессионально ориентированных знаков, т. е. имеет собственный подъязык (паремиология, фразеология, лексика) [Шейгал, 2004]. Огромная аудитория, являющаяся адресатом политического дискурса, интегрируется за счет информирования, интерпретации, создания «языковой реальности» и манипуляции сознанием адресата и дифференцируется на тех, кто защищает, поддерживает, конфликтует, оспаривает политические действия или события и на тех, кто воздерживается от участия в политической жизни.

Формированию и сохранению целостности аудитории способствует идеологичность политического дискурса. Политический дискурс подразумевает под собой наличие предельных фундаментальных целей, интересов, принципов, системы ценностей, предпочтений, мировоззрения, то есть именно идеологии, направленной на осуществление определенной цели

политической фигуры или группы политических деятелей. Идеология представляет собой форму выражения интересов группы людей, а политика является деятельностью этих групп [Вольтер, 2013]. Политическая идеология, таким образом, предполагает концепцию осмысления и интерпретации политической действительности определенной группы лиц с целью оправдания притязания на завоевание власти. Функционирование политической идеологии традиционно подразделяется на три аспекта: теоретико-концептуальный, подразумевающий формирование определенных идеалов и идей; программно-политический, трансформирующий социально-философские принципы и идеалы в политические программы и лозунги; актуализированный, предполагающий реализацию и восприятие гражданами идей, целей, принципов конкретной идеологии [Стегний, 2011, с. 105]. Степень влияния идеологии на практическую деятельность людей определяется третьим уровнем.

По мнению Ю.А. Сорокина, «политический дискурс является видовой разновидностью идеологического дискурса, различие между ними состоит в том, что политический дискурс эксплицитно прагматичен, а идеологический – имплицитно прагматичен» [Сорокин, 1997, с. 57]. Соответственно, можно сделать вывод, что политический дискурс целенаправленно подчиняется общепринятой системе взглядов и мировоззрений, чтобы подчинить большее количество адресатов благодаря отклику на базе устоявшихся интересов и ценностей в сознании адресатов и поэтапному формированию нового мировоззрения.

Согласно Е.И. Шейгал, политический дискурс включает два измерения: реальное и виртуальное [Шейгал, 2004]. Реальное измерение представляет собой сиюминутный текст конкретной речевой ситуации, а виртуальным измерением является «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» [Шейгал, 2004, с. 22].

В рамках виртуального измерения, по мнению целого ряда исследователей, преобладает антропоцентризм, так как в центре изучения стоит политическая фигура, таким образом, языковые явления исследуются не отдельно, а в синтезе с человеком как языковой личностью, являющейся субъектом дискурсивных процессов [Будаев, 2008; Чудинов, 2012; Шейгал, 2004].

А.П. Чудинов обращает внимание на противоречивость политического дискурса как его особое свойство и выделяет следующие антиномии, его характеризующие: ритуальность – информативность; институциональность – личностный характер; эзотеричность – общедоступность; редукционизм – многоаспектность информации в политическом тексте; авторство – анонимность политического текста; интертекстуальность – автономность политического текста; агрессивность – толерантность в политической коммуникации [Чудинов, 2003, с. 42-56]. По мнению автора, тексты политических деятелей и журналистов становятся все более нестандартными, личностно-ориентированными, адресанты используют упрощенное языковое оформление для достижения поставленных целей, сокращается время на создание идеального образа политика или партии, вследствие чего, тексты становятся более объемными, оценочными и экспрессивными.

В любом случае все описанные выше характеристики политической коммуникации направлены на осуществление ее основной цели – завоевание, удержание и использование власти в условиях ориентации на массового адресата. Основополагающая интенция политического дискурса, а именно: принуждение к пониманию и принятию политической ситуации по определенному вектору мышления и желание воздействия на адресата, предопределяет использование определенных стратегий, основной из которых является *манипулятивная стратегия*. По мнению В.Е. Чернявской, политический дискурс предполагает коммуникативно-речевое поведение, направленное на широкое социальное *манипулирование* посредством рамочного пространства вокруг всего «своего», включающего теории, идеи, оценки, взгляды, суждения, посткоммуникативные действия и решения



различных субъектов или коллективов посредством реализации стратегий и тактик, соответствующих цели дискурса [Чернявская, 2014, с. 79-81]. Такими стратегиями являются:

1. *Стратегия театральности*, представляющая собой манипуляцию, убеждение, информирование, агитацию и удержание власти. Театрализованность политического дискурса обеспечивает эффективное воздействие на аудиторию. «Политическая театральность – это своеобразный лингвосемиотический «инструмент», способствующий точно рассчитанной реализации политических субъектов в формировании удобной для своего существования властной среды и коммуникации; инструмент, включающий механизмы презентации и самопрезентации как необходимых элементов коммуникативного воздействия на среду и социум» [Олянич, 2015];

2. *Стратегия на повышение*, включающая самопрезентацию и самозащиту, формирование положительного эмоционального настроения адресата, а также выражение и защиту интересов политической деятельности, рациональное обоснование мотивов и действий. Благодаря созданию общего положительного фона, политическим деятелям и журналистам предоставляется возможным интегрировать аудиторию в процесс общения и представить свои критерии оценки политическим историям;

3. *Стратегия на понижение*, включающая дискредитацию и нападение, направлена на защиту собственных интересов и критику оппонента. При реализации данной стратегии формируется негативное восприятие противника и снижается его значимость [Чернявская, 2014, с. 79-81].

Из всего вышесказанного следует, что политический дискурс характеризуется направленностью на завоевание и удержание власти, наличием политических акторов (как субъектов дискурса) и развитой речевой культурой, реализуемой за счет стратегий и тактик.

Важнейшим каналом трансляции политического дискурса являются средства массовой информации. СМИ представляет собой социальный

институт, функцией которого также является производство знаний. Следовательно, каналы медиакоммуникации не просто передают знания, а интерпретируют их, учитывая предпочтения авторитетного автора, редакционное мнение, мнение масс и современные тенденции в обществе. «Журналисты утверждают, что распространяют социальные истины, действуя в рамках профессионального кодекса, ценностями которого являются объективность, сбалансированность, общественные интересы. Такой кодекс является дискурсом, влияющим на способ предоставления событий, предметов и другой информации в медиатексте. Другие виды дискурса также формируют текстовую форму, которую примет конкретное новостное событие, когда журналист интерпретирует «правду» новости с помощью определенного дискурсивного взгляда» [Hobbs, 2008, p. 11].

Таким образом, политический дискурс и медиадискурс объединяются с целью создания нового информационного пространства, актуальность тем и событий которого не всегда соответствует ценности и значимости в реальности, но преследует одну цель – формирование общественного мнения относительно политической ситуации. «Как таковые медиатексты, несмотря на профессиональный кодекс журналиста, могут только претендовать на гипотетическую истинность, поскольку истина не может быть установлена, представлена в чистой, разносторонней форме, не обремененной символическими ограничениями дискурса» [Hobbs, 2008, p. 11]. Таким образом, политическое поле медиатизируется, предоставляя возможность субъекту коммуникации решить поставленные политические задачи за счет инструментов и моделей передачи информации, свойственных медиадискурсу.

Правомерность включения медиакоммуникации на политические темы в сферу политического дискурса неоднократно обсуждалась в лингвистике [Schudson, 1997; Шейгал, 2004; Карасик, 2014]. Исследователи сходятся во мнении, что, поскольку системообразующей целью политической коммуникации является борьба за власть [Шейгал, 2004, с. 18], то

медиаполитический дискурс, оказывающий влияние на формирование политического выбора, можно с уверенностью отнести к политической коммуникации. Интенция борьбы за власть находит отражение в таком свойстве политического медиадискурса как *агональность*, которая трактуется как одна из базовых характеристик политического дискурса, связанных с интенцией борьбы за власть [Шейгал, 2004, с. 326]. В широком смысле агональность понимается как такой модус коммуникации, в котором противоборствующие стороны добиваются превосходства при помощи определенных стратегий и тактик. Агональность предопределяет ключевой набор типов коммуникативной тональности, которые становятся важнейшей характеристикой обобщенно-типовых дискурсивных личностей в медиаполитической коммуникации.

Квалифицировать медиакоммуникацию на политические темы как политическую позволяет ее рассмотрение с точки зрения целого ряда подходов к описанию дискурса [см.: Карасик, 2014, 2016].

Следуя тематическому (референциальному) подходу [Карасик 2014, с. 147; Карасик, 2016, с. 56], политическим дискурсом можно считать любое сообщение на политическую тему в средствах массовой информации. Фактор участников дискурса также позволяет говорить о медиаполитическом дискурсе как «комбинированном типе дискурса, включающем политическое общение в качестве необходимого компонента» [Карасик, 2014, с. 229].

Говоря о субъекте, в случае политического дискурса в первую очередь имеют в виду коммуникативную личность политика. Однако основной чертой современной политической жизни является перевод общения политика с электоратом из непосредственного в опосредованный средствами массовой информации. Как отмечает Е.И. Шейгал, «... политическая коммуникация в современных условиях не просто опосредована СМИ, но СМИ фактически являются основной средой ее существования» [Шейгал, 2004, с. 36]. СМИ, с одной стороны, являются основным каналом воплощения политической коммуникации, с другой стороны, будучи

активными интерпретаторами, существенно влияют на смысл передаваемой информации, обслуживая те или иные группы интересов. В политическом медиадискурсе коммуникативная схема «адресант (политик) – адресат (общество)» трансформируется в схему «адресант (политик) – СМИ (медийная личность) – адресат (общество)».

В то же время, включение политического дискурса в сферу медиадискурса влечет за собой фундаментальную реструктуризацию политического дискурса, включая идеологию, образ восприятия, политическую идентичность и политические отношения. С точки зрения идеологии, медиаполитический дискурс нивелирует серьезность политических дискуссий, заменяя их мимолетными амбивалентными формами общения. Идентичность представляет собой реальную личность, объединяющую общественную сферу развлечений и частную сферу, продукт коммуникации которой направлен на аудиторию потребителей, осведомленных об иллюзии политической игры. Политические отношения претерпевают изменения формата общения, где политики и общественность воспринимаются как участники частной культуры, доминантными ценностями которой являются обыденность, неформальность, аутентичность и искренность. Критерий правды и подлинности является для медиаполитического дискурса более актуальным, чем критерий истинности [Fairclough, 1995, p.187].

Политический и медиадискурс объединяет интерактивность, взаимодействие слушающего и говорящего, призыв к действию с одной стороны и ответное действие с другой. Медиажанры, предполагающие в силу своих режимных черт, в первую очередь монолог как основную форму коммуникации, также интерактивны по своей сути. Данный феномен обусловлен влиянием медиакоммуникации на трансляцию политических событий, а именно видоизменением процесса установки повестки дня. Обобщенная модель процесса определения повестки дня представляет собой следующую временную последовательность: медиа-повестка →

общественная повестка → политическая повестка. Одним из важных достижений в понимании процесса установления повестки дня является создание рамок, то есть того, как специалисты, работающие в средствах массовой информации, политики или другие лица, придают значение проблеме. Происходит переориентация повестки дня с индикаторов реального мира (значимых событий, которые не имеют реального отношения к аудитории) на события, которые влекут за собой индивидуальное восприятие значимости проблемы и реакцию, которая свидетельствует о механизмах влияния СМИ на стимулирование межличностного общения, которое, в свою очередь, часто приводит к изменению общественного поведения [Kaid, 2004, p. 29-31]. Медиаэффект, оказанный на политический дискурс, воздействует на посткоммуникативное межличностное общение. Первоначально осведомленная аудитория, получившая информацию посредством вещательных каналов, распространяет информацию, будучи вовлеченной в событие, благодаря интеракции с неосведомленной аудиторией, привлекая к оригинальному источнику. «Большинство политических действий и властных отношений действуют на социальном или других системных уровнях, тогда как основная часть эмпирической теории и исследований сосредоточена на поведении отдельного гражданина» [McLeod, 2002, p. 232].

Медиаполитический дискурс как любой медиадискурс направлен на массового адресата, ценности и пресуппозитивные знания которого усредняются. Как следствие, языковое оформление политических комментаторов имеет тенденцию к упрощению, становится более доступным для восприятия и понимания широкой аудиторией. Более того, информация отбирается посредством ценностного, культурно-обусловленного фильтра, ориентированного на получателя с целью увеличения аудитории реципиентов и создания движущей силы развития предполагаемой политической действительности. «Поскольку объяснения могут быть основаны на идеологической концепции мира в целом и, в конкретном

случае, мира политики в частности, легко проследить, как условия локальной когерентности могут быть функцией политически предвзятых объяснений социальных и политических фактов [Dijk, 1997, p. 32]. Политическая информация, предоставленная в адекватном для восприятия медиа формате, способна на последующую трансформацию картины мира реципиента. «Чтобы созерцать, использовать или воспринимать любое развитие нас самих в технологической форме, необходимо принять его. Слушать радио или читать подготовленную страницу – значит принимать это развитие нас самих и нашей личной системы и подвергаться «ликвидации» или изменению восприятия, которое следует автоматически» [McLuhan, 1994, p. 62].

Одновременно новостные агентства в США все чаще представляют политику как развлекательное «зрелище» [Mrozowski, 2006, p. 20], где основной упор ставится на сенсационные заявления или на упрощение некоторых аспектов политики посредством выборочного опущения, разнообразных комбинаций фактов и спекуляций или, наоборот, фокусировки внимания на отдельно взятом событии. «Медиакультура не только занимает постоянно увеличивающееся количество времени и энергии, но также предоставляет все больше материала для фантазий, иллюзий, моделирования мышления и поведения, а также самой личности» [Kellner, 2003, p. 1]. Медиаполитический дискурс формирует информационно-развлекательную систему, именуемую «infotainment», которая «предполагает синергию информационных и развлекательных секторов в организации современных обществ, где информационные технологии и мультимедиа преобразуются в развлечение, и развлекательный формат обрамляет все сферы жизни от Интернета до политики» [Kellner, 2003, p. 12].

Слияние политического и медиадискурса обладает необходимым инструментарием для проявления власти и оказания влияния, «основанном на особом роде мощи, возникновение которой стало возможным в эпоху глобальных массовых, культурных и медийных коммуникаций; по сути, речь идет о новейших дискурсивно-коммуникативных ресурсах современного

идеологического властвования в сфере политики» [Русакова, 2014, с. 66]. В силу того, что создается новый информационный аналог общества, СМИ формируют ложные пресуппозиции в сознании адресата, с целью создания правильного имиджа политика или предлагаемой аргументации и обоснования определенных политических актов. Современное представление политических событий стремится к отказу от рационального аргументирования к чувственно-эмоциональному воздействию на реципиента посредством создания яркого имиджа и зрелищности.

Взаимопроникновение политического и медиадискурса наблюдается в процессе изменения предоставления информации. Политические комментаторы и журналисты пренебрегают нейтральной позицией, вследствие чего, отстаивают свои точки зрения и ведут активную пропаганду. Н. Хомский утверждает, что существует две модели демократического общества [Chomsky, 2002]. Первая модель представляет собой беспрепятственный доступ к любой информации, а средства массовой информации свободны и открыты для всех. Вторая модель представляет собой общество, где СМИ тщательно контролируются, и информация формируется и обрабатывается специализированным классом любого общества. Автор приходит к выводу, что СМИ в глобальном понимании превратились в самодостаточную структуру, которая развивается внутри себя вне зависимости от общества и являются основным источником пропаганды [Chomsky, 2002]. Фокус внимания смещается с политического события на авторитетное мнение относительно конкретного события. Соответственно, журналист трансформируется из медиатора в союзника политической фигуры. Одной из ключевых черт медиаполитического дискурса является дизавторизованность: журналист выступает не от своего лица, заявляя о необходимости принятия какой-либо стороны или решения, а от лица, политического деятеля. Таким образом, журналист примеряет на себя созданный заранее имидж политика, сохраняя позицию медиатора между властью и аудиторией. Такой прием позволяет понизить градус негативного

восприятия политической фигуры, если конфликтность присутствует в рамках противоречивого, а иногда даже агрессивного характера политической коммуникации. Более того, журналист, обладающий багажом профессиональных знаний и навыков, может грамотно отразить нападение аудитории на конкретную политическую фигуру. Таким образом, снижается дисбаланс общественного мнения и настроения, понижается напряженность в обществе и создается психологический комфорт, который стирает конфликтные ситуации в обществе.

Успех потенциального воздействия на адресата обусловлен востребованностью и популярностью СМИ. Будучи основными источниками информации в сфере политики, комментаторы не ограничиваются скудной трансляцией фактов, а используют весь арсенал образных средств, меняющих первоначальное значение или смысл. Реконструкция политического дискурса посредством влияния медиадискурса обусловлена интерпретацией оригинального текста политиков комментаторами, выступающих в роли медиаторов, которые сосредоточены на определенных политических вопросах и целях. «Как следствие, вес политических фактов может быть сведен только к личному мнению, которое, в свою очередь, может смириться с тем, как люди подходят к таким вопросам с точки зрения краткосрочной реакции на политические проблемы» [Okulska, Cap, 2010, p. 14]. Таким образом, манипулятивность медиаполитического дискурса преобладает над информативностью. Увеличению заинтересованности аудитории способствует апелляция к эмоциям, например, «добавление драматизма политическому событию» является наиболее успешным коммуникативным ходом, «поскольку консенсус и сотрудничество не так притягательны, как эмоциональное напряжение и словесная эскалация ссоры» [Molek-Kazakowska, 2010, p. 86].

Катажина Молек-Козаковская, исследуя феномен театрализации медиаполитического дискурса, отмечает, что «постмодернистская политика, опосредованная массами, является примером симулякра – придуманного



спектакля в гиперреальности, – который смешивает факты с вымыслом и постепенно исключает осознанное суждение» [Molek-Kazakowska, 2010, p. 86]. Данная тенденция объясняется востребованностью реципиента-индивида выйти за рамки обедненной повседневности и переосмыслить мир «для внутреннего потребления» [Baudrillard, 1998, p. 34]. Именно здесь существует глубокий органический сговор между сферой индивидуального восприятия и массовыми коммуникациями. Повседневность как замкнутость, была бы невыносима без симулякра мира, без алиби участия в мире. Спокойствие требует головокружительного вращения реальности и истории» [Baudrillard, 1998, p. 35].

Таким образом, к основным чертам медиаполитической коммуникации можно отнести: агональность, интерактивность, направленность на массового адресата, квазиреалистичность, тематическую избирательность и дизавторизованность. Манипулятивный потенциал политической медиакоммуникации раскрывается благодаря фрагментации целостной картины события на элементы событийной структуры, которые поддаются маркировке и позволяют формировать качественно новые ценностные установки и управлять общественным мнением. Благодаря глобальному технологическому развитию, коммуникативно-маркетинговая парадигма вышла за рамки медиадискурса, охватив политический дискурс и сформировав единое общемировое информационно-коммуникационное пространство для внедрения и осуществления политических решений и формирования общественного мнения.

## **2.2. Радиокomentarий в системе жанров медиаполитической коммуникации**

Поскольку объектом настоящего исследования является дискурсивная личность *политического радиокomentarатора – ведущего авторской*

*программы, представляется необходимым определить место радиокомментария в системе жанров политической и медиа коммуникации.*

Понятие жанра имеет особое значение для определения характеристик политического дискурса. В большинстве отечественных и зарубежных концепций жанра основополагающим является определение, данное М.М. Бахтиным, согласно которому жанр представляет собой устойчивый тип высказывания, выработанный в определенной сфере использования языка [Бахтин, 1996]. По М. М. Бахтину, высказывание следует считать основной единицей речевого общения. «Использование языка осуществляется в форме единичных конкретных высказываний (устных или письменных) участников той или иной области человеческой деятельности. Эти высказывания отражают специфические условия и цели каждой такой области не только своим содержанием и языковым стилем, то есть отбором словарных, фразеологических и грамматических средств языка, но прежде всего своим композиционным построением. Все эти три компонента – тематическое содержание, стиль и композиционное построение – неразрывно связаны в целом высказывания и одинаково определяются спецификой данной сферы общения» [Бахтин, 1996, с. 159]. Понятие жанра напрямую связано с деятельностным аспектом жизни человека. Такое понимание жанра неразрывно связано с контекстом – ситуацией, в которой разворачиваются деятельность и общение.

Жанровая стратификация политических дискурсивных практик неоднократно становилась объектом лингвистического изучения [Шейгал, 1999, 2000, 2002, 2004, 2009; Седов, 2003; Зигманн, 2003; Wilson, 2005; Тертычный, 2010; Дедушкина, 2011; Тортунова, 2015]. Несмотря на то, что вопрос выделения жанровых разновидностей политической коммуникация долгое время остается в фокусе внимания ученых, единой позиции по этому поводу в теории дискурса и коммуникативной лингвистике не сложилось.

Исследователи политической коммуникации предлагают классификации жанров политического дискурса, исходя из разных

параметров и критериев. При сопоставлении устной и письменной речи выделяют: жанры устной речи (выступление на митинге, доклад, беседа, дебаты, интервью и т.д.) и жанры письменной речи (программа, листовка, газетная статья, письмо политическому лидеру, историческая справка, медиа-кит и т.д.) [Чудинов, 2012, с. 54]. С учетом параметра участников коммуникации разграничивают: монологические жанры (радиообращение, статья в газете и др.) и диалогические жанры (дискуссия, переговоры и др.) [Чудинов, 2012, с. 54].

Е.И. Шейгал, выдающийся отечественный исследователь политической коммуникации, исходит в своих исследованиях из широкого подхода к политическому дискурсу, включая в него не только институциональное (статусно-ориентированное), но и лично ориентированное общение [Шейгал, 2000]. Широко известен подход автора к типологизации жанров политической коммуникации на основании следующих критериев:

- 1) параметра институциональности (от приватной до публичной коммуникации);
- 2) субъектно-адресатным отношениям (от внутренней, включающую профессиональную переписку, до публичной коммуникации политических институтов, включающей граффити и лозунги масс);
- 3) социокультурной вариативности (наличие и использование политического социолекта);
- 4) событийной локализации (циклические, календарные или спонтанные политические события);
- 5) полевой структуре жанрового пространства (от центральности до маргинальности);
- 6) функциональной структуре жанрового пространства (ритуальные/эпидейктические жанры, ориентационные жанры и агональные жанры) [Шейгал, 2004].

Вопрос о жанровой классификации политического дискурса получил развитие в работе Ж.В. Зигманн. Автор классифицирует жанры

политического дискурса, опираясь на положение о существовании «гипержанра», и предлагает иерархическую организацию жанровых разновидностей [Зигманн, 2003, с. 34]. В диссертационном исследовании «Структура современного политического дискурса (Речевые жанры и стратегии)» Ж.В. Зигманн выделяет следующие гипержанры политической коммуникации: гипержанр «программные документы», включающий такие жанры, как программа, манифест, устав; гипержанр «предвыборная агитация», который состоит из жанров предвыборная платформа, политическая реклама; гипержанр «политические дебаты» [Зигманн, 2003, с. 34].

Т.А. Дедушкина, исследуя жанровое пространство политического дискурса, выделяет следующие его разновидности:

1. Институциональный политический дискурс (предвыборная агитация, парламентские дебаты, официальные выступления руководителей государства и его структур, предназначенные для массовой аудитории, интервью политических лидеров и т.д.);

2. Масс-медийный (медийный) политический дискурс, в пределах которого употребляются тексты, составленные журналистами и распространяемые при помощи прессы, телевидения, радио, Интернета.

3. Официально-деловой политический дискурс, в рамках которого появляются тексты, предназначенные для сотрудников государственного аппарата;

4. Тексты, созданные «рядовыми гражданами» (письма и обращения, адресованные политикам или государственным учреждениям, письма в СМИ);

5. «Политические детективы», «политическая поэзия» и тексты политических мемуаров;

6. Тексты научной коммуникации, посвященные политике [Дедушкина, 2011, с. 475].

Принимая во внимание основные положения данных подходов, определим место политического радиокomentarия как гибридного жанрового образования в системе политических жанров.

Обратимся в первую очередь к критериям выделения жанров политической коммуникации Е.И. Шейгал. По оси институциональности/официальности (от максимальной неформальности общения до максимальной институциональности/официальности) Е.И. Шейгал располагает политические жанры следующим образом: разговоры о политике в семье, с друзьями, разговоры с незнакомыми людьми в очереди, со случайными попутчиками и т.д., анекдоты, слухи; телеграммы и письма граждан в знак поддержки или протеста; пресс-конференции; публичные политические дискуссии; публичные выступления, речи политических лидеров; законы, указы и прочие политические документы; международные переговоры, официальные встречи руководителей государств [Шейгал, 2000а, с. 313–314]. Очевидно, что жанр радиокomentarия относится к категории «публичные политические дискуссии» и занимает *срединное положение между неформальными и официальными жанрами*. По функциональной структуре жанр радиокomentarия является *агональным*, так как направлен на борьбу за власть. По критерию места в полевой структуре жанрового пространства Е.И. Шейгал выделяет следующие типы: жанры институциональной коммуникации, составляющие первичный дискурс как основу политической деятельности (речи, заявления, дебаты политических лидеров, политические переговоры, декреты, конституции, партийные программы) и вторичные жанры, «разговоры о политике» (интервью, комментарии журналистов, аналитические статьи в газетах, мемуары политиков, письма-обращения, политические карикатуры и др.) [Шейгал, 2000а, с. 328]. Мы полагаем, что жанр радиокomentarия следует отнести к категории *вторичных жанров* политической коммуникации.

Политический радиокomentarий относится к масс-медийному (медийному) политическому дискурсу, в пределах которого употребляются

тексты, составленные журналистами и распространяемые при помощи радио и Интернета. В рамках подхода Ж.В. Зигманн жанр радиокomentarия можно классифицировать как вариативную разновидность гипержанра «предвыборная агитация» [Зигманн, 2003, с. 34].

Поскольку жанр радиокomentarия как авторской радиопрограммы является жанром медиакоммуникации, представляется *необходимым также определить его место в системе жанров медиакоммуникации*. Согласно М.Р. Желтухиной, медиадискурс, «будучи полевой структурой, имеет центр, где располагаются прототипные жанры, и периферию, которую составляют маргинальные жанры, отличающиеся неоднородной природой в силу своего расположения на стыке разных типов дискурса» [Желтухина, 2016, с. 293]. Автор предлагает использовать для структуризации медиадискурса модель типологической уровневой организации дискурса В.И. Карасика: тип дискурса – формат (разновидность) дискурса – жанровый канон, в соответствии с которой «медиадискурс принимает вид иерархически организованного многоступенчатого комплекса текстов, в котором тексты меньшего структурно-содержательного объема входят в более крупные текстовые целые (тексты прессы, радио, телевидения, Интернет)» [там же]. М.Р. Желтухина подчеркивает, что «в основе выделения этих разновидностей лежит конкретизация общей социальной задачи, выполняемой медиадискурсом, изменение которой сужает диапазон действия коммуникативно-прагматических факторов, на совокупности которых базируется система анализируемого дискурса» [Желтухина, 2016, с. 293].

«Медиадискурс обладает весьма мощной и разветвленной жанровой системой, включающей тексты различной жанровой природы, что обусловлено стратификацией глобальной коммуникативной интенции оказания речевого воздействия на ряд частных микроинтенций. Доминирующая коммуникативная интенция как основной текстообразующий фактор, задающий формально-структурный и содержательно-смысловой объем жанров языка СМИ, получив воплощение в тексте, определяет

функциональную направленность речевого (текстового) медиаобщения» [Желтухина, 2016, с. 294].

М.Р. Желтухина предлагает выделять три канонизированные жанровые группы в рамках медиакоммуникации: *информационную, аналитическую и художественно-публицистическую* [там же]. Жанровая дифференциация массмедиального дискурса обусловлена также каналом передачи информации, т. е. средствами массовой информации (информационные агентства, пресса, радио, телевидение, Интернет). В рамках данного подхода жанр радиокomentarия относится к *аналитическим радиожанрам*.

Т.В. Шмелева предложила подход к классификации жанров медиакоммуникации, основанный на выделении *семи основных детерминант*, соответствующих параметрам социальной коммуникации – сфера общения, фактура (канал коммуникации), тема, автор, коммуникативная установка, жанр и смысл текста [Шмелева, 2012].

Одной из дискурсообразующих детерминант в рамках данного подхода является сфера общения (политическая, научная, деловая, эстетическая и т.д.). Следующей детерминантой является канал коммуникации, подразделяющий дискурс на газетный, телевизионный, радио-дискурс, интернет-дискурс по признаку «языка газеты», «языка радио» и т.д. Тематическая детерминанта определяет распределение текстов по группам согласно медиатопикам или медиатемам (политика, спорт, медицина и т.д.). Безотносительно к тематической детерминанте медиатексты классифицируются также в соответствии с детерминантой авторства (например, дискурс политиков, ученых и пр.). Интенциональная детерминанта классифицирует медиадискурсы в соответствии с их целевыми установками (воздействие, развлечение). Коммуникативная цель, по мнению Т.В. Шмелевой, предопределяет языковой выбор средств и грамматические формы [Шмелева, 2012, с. 158].

В силу того, что при описании дискурсов вышеперечисленные детерминанты могут пересекаться следует выделять монодетерминантные

дискурсы (медиадискурс, политический дискурс) и полидетерминантные дискурсы, характеристики которых соответствуют более чем одной детерминанте [Шмелева, 2012].

Т.Г. Добросклонская предлагает типологию медиатекстов, основанную на следующих параметрах:

1. способ создания (авторский/ корпоративный, устный/письменный);
2. способ воспроизведения (устный/письменный);
3. канал распространения (печать, радио, телевидение, Интернет);
4. функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, реклама);
5. тематическая доминанта или медиатопик (политика, бизнес, образование, культура, спорт и т. д.) [Добросклонская, 2004, с. 47].

Принимая во внимание вышесказанное, можно выделить следующие четыре основных вида медиатекстов: информационная группа (новости); аналитическая группа (информационная аналитика и комментарий); художественно-политическая группа (текст-очерк, любые тематические материалы, обозначаемые английским термином features); рекламная группа (рекламная заметка, объявление).

Аналитический тип медиатекстов можно подразделить на информационно-аналитический, научный, обобщающе-директивный, торжественно-директивный. Информационно-аналитический подвид направлен на слушателя неспециалиста, но сочетает в себе элементы официально-делового и научного стилей. Примерами могут быть заметка, статья, рецензия и др. Торжественно-декларативный подвид основывается на экспрессивной и эмоциональной функции языка, средствами вербализации которого является книжный строй речи и средства перспективной оценочности. Обобщающе-директивный подвид представляет собой «обобщенное отражение действительности в проблемно-аналитическом и перспективно-оценочном планах» [Риффатер, 1981, с. 9]. В рамках данной



классификации политический комментарий является разновидностью обобщающее-директивного типа медиатекстов, так как выполняет синтезирующую роль в политической аналитике в массмедиа, включающую информационную и оценочную функцию, и одновременно обладает манипулятивным потенциалом в силу использования характерных языковых средств и оценочной составляющей.

В.И. Карасик выделяет две разновидности медиаполитического дискурса: политико-популярный (агитационно-пропагандистское разъяснение широким массам позиций политических субъектов) и политико-аналитический (комментарии политических аналитиков по поводу политических событий) [Карасик, 2014, с. 230]. В рамках данного подхода политический радиокomментарий формата авторской программы относится к политико-аналитическим жанрам.

Политический комментарий строится в соответствии со следующими моделями с учетом степени доминантности речевого поведения радиоведущего (несмотря на названия данных моделей, территориально их реализация не ограничена):

- 1) американская коммерческая модель – это политический комментарий, в котором участвует звездный ведущий, который приносит радиокomпании большую прибыль. Ведущие таких шоу (radio-talks) зачастую являются владельцами программы, которую называют в свою честь, и продвигают свои политические взгляды. Данные радиопередачи называются «talk-back». Характерной особенностью данного политического комментария является то, что звонки, поступающие в студию, обычно представляют интересы радиоведущего. В редком случае, если собеседник высказывает противоположную точку зрения политический комментатор позволяет себе язвительные, унижительные и издевательские комментарии, преследуя цель доказать собственную правоту.

2) английская общественная модель – программа ориентирована на учет мнения, дозвонившихся в студию слушателей. Данные радиопередачи именуются «phone-ins». Ведущие одинаково относятся к своим собеседникам, позволяя выразить любое мнение, тем самым представляют для аудитории сбалансированный взгляд на политику [Dori-Nacohen, 2015, p. 3].

По способу включения комментария в программу вещательного дня выделяют два его вида: комментарий, являющийся самостоятельной передачей (или определенной законченной структурной частью программы), и краткий комментарий, входящий как составной элемент в ту или иную сложную передачу.

Являясь формой персуазивной коммуникации, политический комментарий направлен на моделирование когнитивных установок адресата сообщения, формирование у него определенного отношения к обсуждаемым политическим событиям и, соответственно, мотивирование его к принятию конкретного посткоммуникативного решения. Политический дискурс расширяет инструментарий манипулятивных средств, используемый для получения определенного посткоммуникативного решения.

В качестве основных задач политического радиокomentarия можно выделить следующие:

- обратить внимание адресата на определенную политическую ситуацию или фигуру, акцентировать факты, предоставить свою оценку;
- выявить корреляцию обсуждаемого события с другими политическими событиями, назвать причины и предпосылки определенных действий или ситуаций;
- сгенерировать потенциальное развитие политической ситуации, дать политический прогноз;
- предоставить примеры и объяснить мотивы конкретных действий политических фигур.

Для эффективного исполнения поставленных задач политической комментарий должен соответствовать определенным требованиям, а именно: быть достоверным, реальным, объективным, актуальным, адресованным, мотивирующим на обратную связь, доступным и сбалансированным, а именно соответствовать значимости события. Таким образом, коммуникативной целью политического комментария является общение между аудиторией и властью, направленное на формирование общественного мнения, посредством предоставления обзора, критики, оценки, анализа или рассуждения о событии или фигуре.

Авторское начало в политическом комментарии может быть сведено к минимуму или представлено максимально, в зависимости от вторичных задач политического комментария. Радиокомментатор как автор может представлять собой весомое, авторитетное мнение, к которому аудитория готова прислушаться в силу сформированного имиджа, или текст может быть деперсонифицирован, чтобы сделать акцент на информативности или объективности. Однако, автором, по мнению С.С. Распоповой, чаще всего является «широко известный и авторитетный человек, который мастерски владеет словом, благодаря чему его тексты получают яркую, эмоциональную окраску» [Распопова, 2015, с. 151]. Свобода выбора языковых средств и тем такого автора ограничена политическими, идеологическими и моральными рамками, а социальная составляющая автора подразумевает выражение коллективного мнения, а не своего личного. В то время как форма трансляции информации зависит от конкретного человека, к дискурсу политического комментария требуется «своеобразный антропологический подход, который базируется на мысли о том, что в дискурсе главным образом отражается физическое пространство человека, поэтому важная роль в этом принадлежит языковой личности, а сам дискурс антропоцентричен» [Темнова, 2004, с. 26-27].

Слушатели авторских радиопередач, как правило, осведомлены о политической ориентации, взглядах и предпочтениях комментатора, поэтому

обобщенное знание прецедентных текстов, ассоциирующихся с данной передачей или радиоканалом, выступает в качестве своего рода гипертекста, влияющего на восприятие аудиторией речи комментатора. Адресатом медиаполитического комментария является многоплановая фигура, так как слушателем может быть простой обыватель, далекий от обсуждаемой ситуации, читатель-непрофессионал, интересующийся данным вопросом, политик или журналист, который может использовать представленную информацию в своих целях в дальнейшем. «Сегодняшняя задача для аналитиков текущих новостей на радио состоит в том, чтобы создавать серьезные, заставляющие задуматься программы, которые могут помочь слушателю осмыслить еще более сложный глобальный мир, вовлекая слушателей, которые, возможно, не привыкли к такому требовательному содержанию» [Chignell, 2013, p. 94]. Аудитория политической радиопрограммы, изначально избравшая ее для прослушивания, также заведомо осведомлена об образе мысли радиоведущего, следовательно, она оказывается в рамках привычной среды, идей и мнений, где все в любом случае может показаться довольно знакомым [Bouvier, Cheng, 2019], где социальные и политические дебаты превращаются в своего рода «кликтивизм» или «диванный активизм» (*clicktivism and slacktivism*) [Karpf, 2010], требующие небольших усилий, приверженности или даже искренней вовлеченности [Morozov, 2011].

Более того, ситуация осложняется дистанцией между говорящим и слушателем, радиокомментатору необходимо предвосхищать желаемые аудиторией темы и реакции на интерпретацию конкретного вопроса. С.С. Распопова утверждает, что «установка на разговорность, которая зачастую выражается в неофициальном характере общения, позволяет максимально диалогизировать авторское начало и ведет к персонализации коммуникации, к актуализации позиции автора текста, к росту заинтересованности в диалоге всех участников коммуникации» [Распопова, 2015, с. 151].

Многие исследователи отмечают доминирование горизонтальной модели общения, отмечая тенденцию к общению на равных в демократических обществах. Такая модель общения «обуславливает диалогизацию информационной социальной жизни общества, которая подразумевает возможность установления контакта не только со стороны власти, но и со стороны общества, а также отсутствие у таковой монополии на распространение информации» [Ширяев, 2017, с. 24]. Благодаря данному явлению адресат оказывается максимально вовлеченным в ситуацию общения. Более того, пониманию и эффективному внушению идей способствует общий коммуникативный фон, представляющий собой коммуникативную картину мира. Таким образом, адресат не только воспринимает транслируемую информацию, но и за счет пресуппозитивных знаний становится вовлеченным в ситуацию общения. Д. Келлнер утверждает, что радио, телевидение, кино и другие типы медиакультуры способны на видоизменение восприятия себя, собственной идентичности, самовосприятия, этнической принадлежности, национальности, гендера, класса, статуса и всех других связанных представлений о себе как о человеке. СМИ выступают в качестве инструмента, который необходим для отнесения определенных лиц к категории «свои» или «чужие». «Они драматизируют и узаконивают власть существующих сил, которые должны властвовать и показывают бессильными тех, которые должны оставаться на своих местах или быть вовсе угнетенными» [Kellner, 2003, p. 9].

Рассматривая дискурс политического комментария на радио, необходимо учитывать особенности коммуникативной ситуации (режима общения). К режимным чертам дискурса политического комментария на радио можно отнести устную, дистантную, свободную, технически опосредованную форму коммуникации.

Итак, к доминантным характеристикам политического радиокomentarия как типа медиатекста относятся:

1. медийность как семантическая, техническая и логическая обусловленность текста форматом канала передачи информации;
2. массовость как стандартизованность и сиюминутность текста, ценностная примитивность, доступность и невоиспроизводимость;
3. интегративность или поликодовость, текста, а именно смешение различных семиотических кодов, направленных на «формирование в сознании массовой аудитории медиа картину мира и повседневную адаптацию ее к изменениям в условиях жизни общества, к результатам духовно-познавательной, духовно-практической и практической деятельности, а также к развивающимся информационным потребностям личности, различных аудиторных групп» [Шкондин, 2014, с. 104];
4. открытость текста как безграничные возможности интерпретации смыслов, которые «представляют собой совокупность фраз бесконечных гипертекстов, где все является ссылкой друг на друга и бесконечным цитированием» [Артамонова, 2008, с. 110].
5. оценочность, которая является одной из присущих медиаполитическому дискурсу характеристик, так как политическому комментатору свойственны навязывание ценностей и оценок адресату; идеологизация, пропагандизм, игры на чувствах долга и моральных установках, воздействие на эмоции слушателя;
6. агрессивность обусловлена политической гонкой, желанием охвата большей аудитории;
7. персуазивность, целью которой является формирование правильного восприятия определенной политической фигуры или партии, убеждение, обоснование и отстаивание своего права на власть;
8. авторитарность, как уничтожение боевой политической мощи противника, лозунговость, дискредитация личности оппонента;
9. театральность, представляющая собой преувеличенное внимание, поиски сенсаций, эмоционально насыщенную критику, театрализованную агрессию;

10. ритуальность – институциональность, специфическая информативность, наличие предпочтительных и табуизированных тем.

Подведем итоги. Политический комментарий на радио, являющийся объектом настоящего исследования, представляет собой гибридное коммуникативное образование, проявляющее черты политико-популярной и политико-аналитической разновидностей медиадискурса и занимающее срединное положение между неформальными и институциональными жанрами. Политический радиокomментарий направлен на моделирование у аудитории определенного отношения к обсуждаемым политическим событиям и ее мотивирование к принятию посткоммуникативных решений, выгодных политическим силам, интересы которых представляет комментатор. К режимным чертам дискурса политического комментария на радио можно отнести устную, дистантную, свободную, технически опосредованную форму коммуникации.

## Выводы к Главе 2

1. Политический дискурс представляет собой институциональное общение, подразумевающее актуализацию определенной системы профессионально ориентированных знаков. Противоречивость основных характеристик политического дискурса выражается следующими антиномиями: ритуальность – информативность; институциональность – личностный характер; эзотеричность – общедоступность; редукционизм – многоаспектность информации в политическом тексте; авторство – анонимность политического текста; интертекстуальность – автономность политического текста; агрессивность – толерантность в политической коммуникации.

2. В качестве дополнительных характеристик медиаполитического дискурса были выделены: агональность, интерактивность, направленность на массового адресата, квазиреалистичность, тематическую избирательность и театрализованность.

3. Слияние политического и медиадискурса формирует новое информационное поле, актуальность тем и событий которого не всегда соответствует ценности и значимости в реальности, но преследует одну цель – формирование векторного заданного общественного мнения относительно политической ситуации.

4. Основным каналом трансляции политических событий являются СМИ. Анализ теоретических источников данного исследования показал, что ученые сходятся во мнении, что СМИ оказывают существенное влияние на содержание политического комментария, объясняя данное явление требованиями журналистского кодекса и приверженностью радиоведущего к своей точке зрения. Как следствие, слияние политического и медиадискурсов вытесняет на второй план истинность, информативность и объективность, уступая место правоте радиоведущего, субъективности и зрелищности. СМИ,



прежде выступавшее в роли медиатора, становится производителем нового информационного продукта и источником пропаганды.

5. Авторская позиция в медиаполитическом дискурсе варьирует от нейтральной до активно-агрессивной, в зависимости от осуществляемой радиоведущим задачей. Нейтральная позиция наблюдается при стремлении солидаризации с реципиентами, активно-агрессивная – в случае, когда политический комментарий выступает в качестве ролевой модели для аудитории.

6. Адресатом медиаполитического дискурса является массовая аудитория, ориентация на которого влечет упрощение языкового оформления, усреднение знаний и ценностей. Более того, присутствует тенденция к вызову эмоционально-чувственной реакции у аудитории, а не призыву к рационально-логическому размышлению.

7. В результате рассмотрения существующих в современной лингвистике подходов к типологизации жанров политической и медиа коммуникации было установлено *место радиокomentarия в системе жанров политического и медийного дискурсов*. Жанр радиокomentarия занимает *срединное положение между неформальными и официальными жанрами*. По функциональной структуре жанр радиокomentarия является *агональным*, так как направлен на борьбу за власть. По критерию места в полевой структуре жанрового пространства радиокomentarий относится к категории *вторичных жанров* политической коммуникации.

8. В современной медиалингвистике выделяют три канонизированные жанровые группы в рамках медиакоммуникации: *информационную, аналитическую и художественно-публицистическую*. Жанровая дифференциация массмедиального дискурса обусловлена также каналом передачи информации, т. е. средствами массовой информации (информационные агентства, пресса, радио, телевидение, Интернет). В рамках данного подхода жанр радиокomentarия относится к *аналитическим радиожанрам*.

9. В качестве основных свойств политического радиокomentarия как типа медиатекста были выявлены: медийность, массовость, интегративность, открытость текста, оценочность, агрессивность, персуазивность, авторитарность, театральность и ритуальность.

10. Политический комментарий как особый жанр аналитического медиадискурса занимает срединное положение между неформальными и институциональными жанрами, являясь агональным по характеру ведущей интенции, и представляет собой гибридное коммуникативное образование, проявляющее черты политико-популярной и политико-аналитической разновидностей медиадискурса.

11. По способу включения радиокomentarия в программу вещательного дня выделяют два его вида: комментарий, являющийся самостоятельной передачей (или определенной законченной структурной частью программы), и краткий комментарий, входящий как составной элемент в ту или иную сложную передачу.

## **Глава 3. Моделирование дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего**

### **3.1. Радиоведущий авторской программы как медийная дискурсивная личность**

Политический радиокорментатор, будучи медийной языковой личностью, способной сообщать информацию об актуальных политических событиях массовому адресату, реализуется в порождаемых им медиатекстах, которым свойственны: специфическая коммуникативная тональность, медийность, обусловленная «детерминацией форматными и техническими возможностями канала» [Казак, 2012, с. 323], социальная оценочность, идеологическая ориентация, полидискурсивность, интертекстуальность (гипертекстуальность).

В фокусе настоящего исследования находится речевое поведение дискурсивной личности политического комментатора на американском радио.

Как отмечалось выше, по способу включения комментария в программу вещательного дня выделяют два его вида: комментарий, являющийся самостоятельной передачей (или определенной законченной структурной частью программы), и краткий комментарий, входящий как составной элемент в ту или иную сложную передачу. Объектом настоящего исследования является политический радиокорментарий, являющийся самостоятельной передачей.

У аудитории существуют вполне сложившиеся ожидания в отношении авторских радиопередач, она связывает с конкретным радиоведущим определенные политические ориентации, взгляды и предпочтения, свидетельством чего является обобщенное знание прецедентных текстов, ассоциирующихся с конкретной радиопередачей или радиоканалом. *Известная информация о дискурсивной личности радиоведущего служит*

*своего рода гипертекстом, влияющим на восприятие аудиторией речи комментатора.*

Успешной коммуникации с аудиторией способствуют различные индивидуальные авторские навыки модификации текста, в числе которых: журналистское мастерство, этико-аксиологический компонент, специфический контекстуальный художественный синкретизм, а именно выстраивание и оформление текста, семантика и изобразительно-выразительные средства, отвечающие единым требованиям конкретного журналиста с целью создать единый информационно-эстетический феномен [Солдаткина, 2014].

Медиафера в настоящее время является частью сферы услуг, которая предлагает информационный продукт. Востребованность этого продукта зависит от правильной ориентации на психологические характеристики аудитории, которые обусловлены психологическим типом её поведения. Следовательно, дискурсивная личность американского политического радиокомментатора строится с опорой на уже имеющийся стереотип, одновременно являясь рефлексией современных жизненных приоритетов, социального настроения, речевого коммуникативного поведения и интересов.

Нельзя обойти вниманием тот факт, что за последнее десятилетие Интернет-средства массовой информации основательно проникли в жизнь общества, вызвав изменения журналистской работы. Созданный материал зачастую предназначается не для газетной страницы, радиоэфира или телеэкрана, а для размещения, в том числе, в подкасте, блоге, микроблоге, на сайте. Многообразие сетевых ресурсов усиливает конкуренцию среди радиокомментаторов. Одновременно Интернет-сообщества создают собственную культуру общения, свой язык, что влияет на языковую ситуацию в обществе. Проникновение в речь новых языковых средств и образов, в свою очередь, влияет на речевой имидж журналистов, повышает уровень наполнения речи словами, свойственными Интернет-сектору.

В последнее время в журналистскую практику проникают также «нежурналистские» технологии. Прежде всего, это относится к рекламным технологиям и, так называемым, PR-технологиям. Взаимодействие различных технологий приводит к трансформации средств подачи информации. Задачей дискурсивной личности политического радиокомментатора становится развлечение аудитории, в том числе, благодаря раздуванию политических скандалов.

В ответ на характерную тенденцию современности: проникновение в журналистскую профессию большого числа непрофессионалов на всех уровнях существования средств массовой информации, авторитетные СМИ выпускают передачи, где ведущим становится признанный профессионал – профессиональный журналист. У аудитории радиопередачи формируются высокие требования к уровню образования и профессионального опыта радиоведущего политической программы.

Специфика общения посредством радио обусловлена его режимными, техническими характеристиками. Режимные характеристики радиовещания создают условия для формирования особых состояний адресата, возникающих в процессе прослушивания передачи, а именно – эффектов присутствия, доверительности и диалогичности. Именно совокупность трёх эффектов создаёт особую коммуникативную ситуацию, которая облегчает механизм массового воздействия.

Для коммуникативной ситуации политической радиопередачи характерны:

- 1) двойная направленность – ситуация, когда комментатор обращается и к реальному участнику общения (соведущий, продюсер, телефонный собеседник и т.д.), и к аудитории;
- 2) совместное присутствие – ведущий создает уникальные условия для воссоздания чувства нахождения реципиента в центре обсуждаемых событий; эффект присутствия способен дольше удерживать внимание аудитории;

3) режим реального времени (радиокомментатор ведет передачу в прямом эфире, либо воссоздает имитацию прямого эфира) [Scannell, Schlesinger, Sparks, 1992; Chignell, 2009].

Формат исследуемого политического комментария на радио является почти исключительным американским феноменом, который обязан своим успехом особым условиям радиоиндустрии США. Ведущими радиопередач выступают известные или выдающиеся личности, а формат передачи включает сочетание новостей, интервью и телефонных звонков в студию. Важнейшим элементом радиопередачи являются комментарии радиоведущего.

Выводы о типовой дискурсивной личности радиоведущего делались в работе на основе выявления и сопоставления характеристик индивидуальных языковых личностей известных американских политических комментаторов консервативной направленности Гленна Бека, Майкла Алана Вейнера и Марка Левина.

**Гленн Ли Бек** (англ. *Glenn Lee Beck*). В настоящее время Гленн Бек является журналистом, радио- и телеведущим, политическим комментатором и писателем. В нашем исследовании собраны скрипты радиопрограммы национального уровня *The Glenn Beck Program*, транслируемых радиостанцией *Premiere Radio Networks*. Гленн Бек – приверженец консервативных взглядов, сторонник республиканской партии. Критика радиоведущего обращена к социализму, антиглобализму, прогрессивизму, социал-либерализму, Демократической партии США и, в частности, бывшему президенту США и кандидатам на пост президента Хиллари Клинтон и Берни Сандерсу.

**Майкл Алан Вейнер** (англ. *Michael Alan Weiner*) является известным американским радиоведущим и политическим комментатором консервативной направленности. В нашем исследовании собраны скрипты радиопрограммы национального ток-шоу *The Savage Nation*, признанного в 2009 году вторым самым отслеживаемым радио ток-шоу в США с аудиторией более 20 миллионов слушателей на 400 станциях. Широко

известен псевдоним Майкла Алана Вейнера – Майкл Сэвидж. Критика радиокomentатора направлена на либерализм и прогрессивизм, аргументацией которой является разрушение американской культуры и общества. В 2009 году Майкл Алан Вейнер был внесен в список людей, чей въезд на территорию Объединенного Королевства запрещен на основании разжигания экстремизма и укрепления ненависти. С 2015 года Сэвидж активно поддерживал Дональда Трампа, как кандидата на пост президента США. Более того, Дональд Трамп выступал в качестве постоянного гостя в ток-шоу и положительно отзывался о шоу, будучи его постоянным слушателем. Однако, Сэвидж открыто критиковал некоторые действия Трампа, в том числе, назначение Джона Болтона на пост советника национальной безопасности и военные действия США в Сирии.

**Марк Рид Левин** (англ. Mark Levin) в настоящее время является радиоведущим авторской программы, писателем и политическим комментатором. Данный радиоведущий имел опыт работы советником в администрации Рейгана, а также работал в министерстве образования США и заместителем юридического консультанта в министерстве внутренних дел США. Радиокarьера Левина началась с его участия в различных консервативных ток-шоу в качестве гостя. Постепенно Марк Левин создал отдельную авторскую программу «Mark Levin Show», которая быстро обрела популярность. Марк Левин активно критиковал демократов в процессе предвыборной кампании Дональда Трампа, однако после его победы на президентских выборах неохотно поддержал нового действующего президента и изменил вектор комментария. В своих радиопередачах радиоведущий критично высказывается о текущих политических ситуациях и действующих политиках, не ограничивая себя в выражениях, допустимых на радио. Как следствие, в 2016 году он получил наивысший балл по показателю «возмущение» по результатам опроса общественного мнения.

Радиопередачи, послужившие источником эмпирического материала исследования, были посвящены предвыборной агитации (в период

президентской предвыборной кампании в США, октябрь – ноябрь 2016 г.) и послевыборной полемики (январь – март 2017 г.). Основная стратегическая цель речевых действий радиокомментаторов состояла в укреплении политической позиции Дональда Трампа и ослаблении позиций его политических конкурентов и оппозиционеров. Данные авторские программы (radio talks) являются самими популярными радиопередачами в современной Америке, каждая из них передается сотнями станций, имеет многомиллионную аудиторию и большой коммерческий успех.

Композиционно каждая из передач включает: вступительный блок, в котором радиоведущий дает характеристику тех или иных политических событий и комментирует актуальные прецедентные тексты из сферы политики; блок «вопрос-ответ», в котором ведущий отвечает на вопросы слушателей; заключительный блок, в котором комментатор подводит итоги обсуждений.

### **3.2. Коммуникативно-прагматические характеристики дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего**

С целью описания типовой дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего нами были созданы три подкорпуса скриптов радиопередач авторских программ «The Glenn Beck Program», «The Savage Nation», «The Mark Levin Show». В ряде случаев подкорпусы исследовались отдельно с последующим выделением инвариантных и вариативных характеристик индивидуальных дискурсивных личностей. В частности, данная исследовательская модель применялась при описании стратегемно-тактической организации дискурса типовой языковой личности радиоведущего политической радиопрограммы. При выявлении аксиологических характеристик дискурсивной личности три подкорпуса объединялись в один, так как все выбранные для анализа радиопрограммы были направлены на продвижения идеологической платформы



республиканцев. Мы исходили из предположения о том, что набор доминантных ценностей дискурса журналистов – республиканцев имеет значительную область совпадения.

В исследовании применялся комплексный подход к анализу политических медийных текстов, состоящий в изучении их семантики, прагматики, синтактики с использованием методов контекстуального и стилистического анализа [Burkhardt, 1988; Желтухина, 2004].

### **3.2.1. Понятие страгемно-тактической организации дискурса**

Понятие коммуникативно-прагматической стратегии и тактики получило целый ряд трактовок в коммуникативной лингвистике и теории дискурса. Коммуникативную стратегию определяют как «способ реализации замысла, предполагающий отбор фактов и их подачу в определенном освещении с целью воздействия на интеллектуальную, волевую и эмоциональную сферу адресата» [Борисова, 1999, с. 85-86]; «творческую реализацию коммуникативного плана построения своего речевого поведения с целью достижения общей (глобальной) языковой (неязыковой) задачи общения в речевом событии» [Зернецкий, 1988, с. 40]; «план комплексного речевого воздействия, направленного на изменение модели мира адресата, на трансформацию его концептуального сознания» [Иссерс, 2008, с. 103]. Исследование коммуникативно-прагматической стратегии неразрывно связано с исследованием дискурса, где стратегия является инструментом понимания и интерпретации смысла. Основным положением является то, что конкретная индивидуальная коммуникативная цель, включающая в себя предрешенный план действий, направленный на ее достижение, является основополагающей составляющей коммуникативно-прагматической стратегии. Таким образом, обязательными компонентами коммуникативно-прагматической стратегии становятся целевая установка, отображенная модель коммуникативно-речевого поведения, индивидуальные характеристики

дискурсивной личности, мировоззренческие ценности коммуникантов. Политический дискурс изначально подразумевает под собой коммуникативное пространство для передачи информации, оценок, значений, смыслов, ценностей, мотивов и прочего при взаимодействии различных социальных групп, политических партий или деятелей. Центральной коммуникативной целью медиаполитического дискурса является убеждение. «При осуществлении персуазивного речевого акта с очевидностью просматриваются две коммуникативно-прагматические интенции: (1) воздействовать на сознание адресата, его мнение, оценки; (2) побудить его к совершению определенных действий, так или иначе изменить, направить его поведение» [Чернявская, 2005, с. 65].

В свою очередь, коммуникативная тактика (тактики) рассматривается как «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [Иссерс, 2008 с. 111], как «ближайшая задача, решаемая в рамках избранной стратегии» [Борисова, 1999, с. 102]. Принято считать, что между тактикой и стратегией существуют отношения «часть-целое». В различных речевых жанрах ту или иную коммуникативную стратегию характеризует конкретная тактическая схема ее реализации. Важно отметить при этом, что «коммуникативная тактика редко реализуется в чистом виде – тактические схемы переплетаются, взаимодействуют, накладываются друг на друга» [Руженцева, 2004, с. 36], однако, в рамках конкретной микротемы текста можно выделить основной коммуникативный ход, которому подчинены остальные.

### **3.2.2. Стратегия дискредитации как доминанта дискурсивной личности американского политического радиокомментатора**

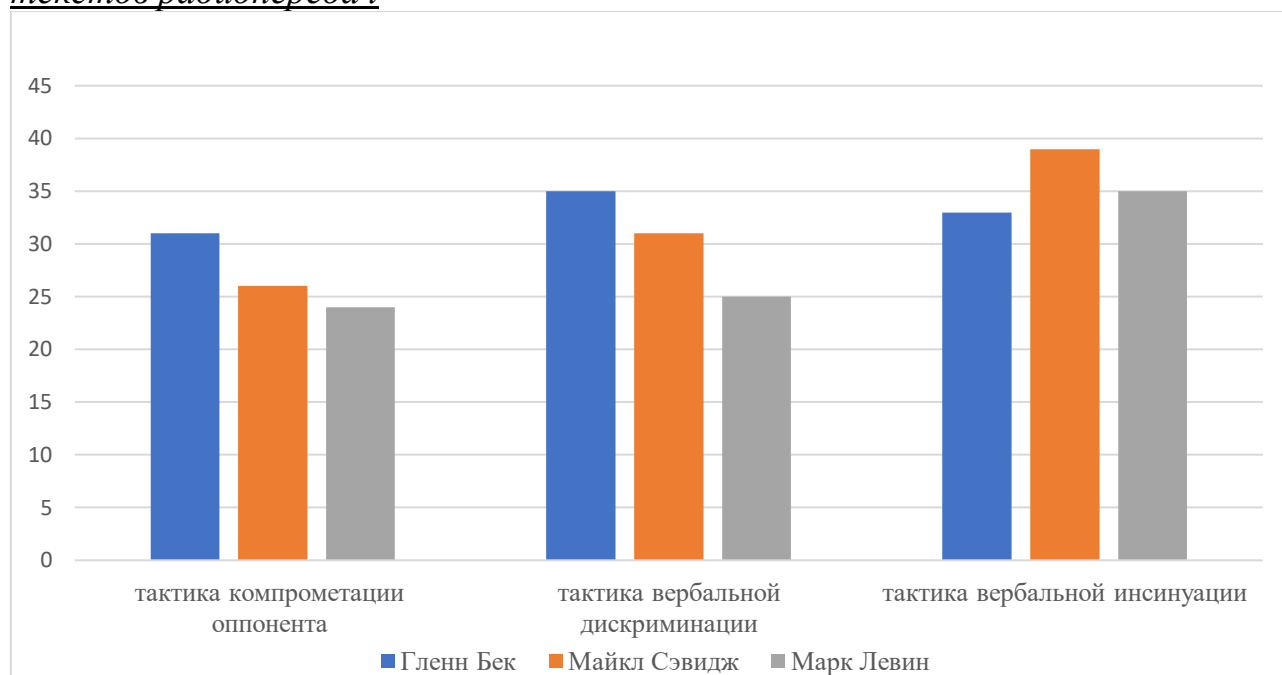
К настоящему моменту в лингвистике сложился целый ряд подходов к выделению дискредитирующих тактик, критериям их выделения классификации. Заслуживает внимания точка зрения Н.Б. Руженцевой, которая обозначена в монографии «Дискредитирующие тактики и приемы в

российском политическом дискурсе». Автор подразделяет речевые тактики дискредитации на универсальные тактические схемы, прямые тактики эмоционального воздействия, прямые социально ориентированные тактики, дискредитацию через обращение к представлениям о мире и косвенные дискредитирующие тактики [Руженцова, 2004]. В числе дискредитирующих тактик эмоционального воздействия в политической коммуникации автор выделяет: тактику бездоказательное умаление авторитета (наклеивание ярлыков), тактику создания образа «темного настоящего (прошлого, будущего), тактику создания образа врага, тактику разоблачения, тактику агрессивной атаки на оппонента, тактику развертывания образа, тактику дискредитирующего обобщения и др. [Руженцова, 2004, с. 121-158]. Г.В. Кусов, определяет следующие стратегии, реализующие лингвокультурный концепт «оскорбление» (стратегии коммуникативной перверсии) в институциональном дискурсе: 1) диффамация – публичное распространение сведений, порочащих кого-либо; 2) вербальная дискриминация – выражение в речи своего отличия и превосходства по расовым, национальным, имущественным или иным признакам; 3) вербальная дискредитация – подрыв авторитета, умаление значения кого-либо, подрыв доверия; 4) вербальная инсинуация – создание предпосылок негативного восприятия социального имиджа кого-либо [Кусов, 2004, с. 24]. Э.Н. Егорова выделяет следующие тактики, подчиненные общей стратегии дискредитации в политическом дискурсе: тактики обвинения, разоблачения, обнародования негативных фактов, оскорбления (косвенного оскорбления), намека, драматизации, иронии (насмешки, издевки), игнорирования личности, перебивания, компрометации [Егорова, 2015].

В основу описания дискредитирующих речевых тактик в дискурсе политического комментария как отдельной радиопередачи положен подход, объединяющий вышеизложенные концепции, но адаптированный к целям данного исследования. В качестве тактик, реализующих стратегию дискредитации как доминанту дискурсивной личности политического

радиокомментатора, выделяются: тактика компрометации оппонента (разоблачение, обнародование негативных фактов, подрывающих репутацию оппонента), тактика вербальной дискриминации (оскорбление, насмешка, игнорирование) и тактика вербальной инсинуации (создание запоминающегося негативного образа оппонента). Основными методами исследования стали метод количественной обработки данных и метод контекстуального анализа.

Рисунок 1. Распределение дискредитирующих тактик в корпусах текстов радиопередач

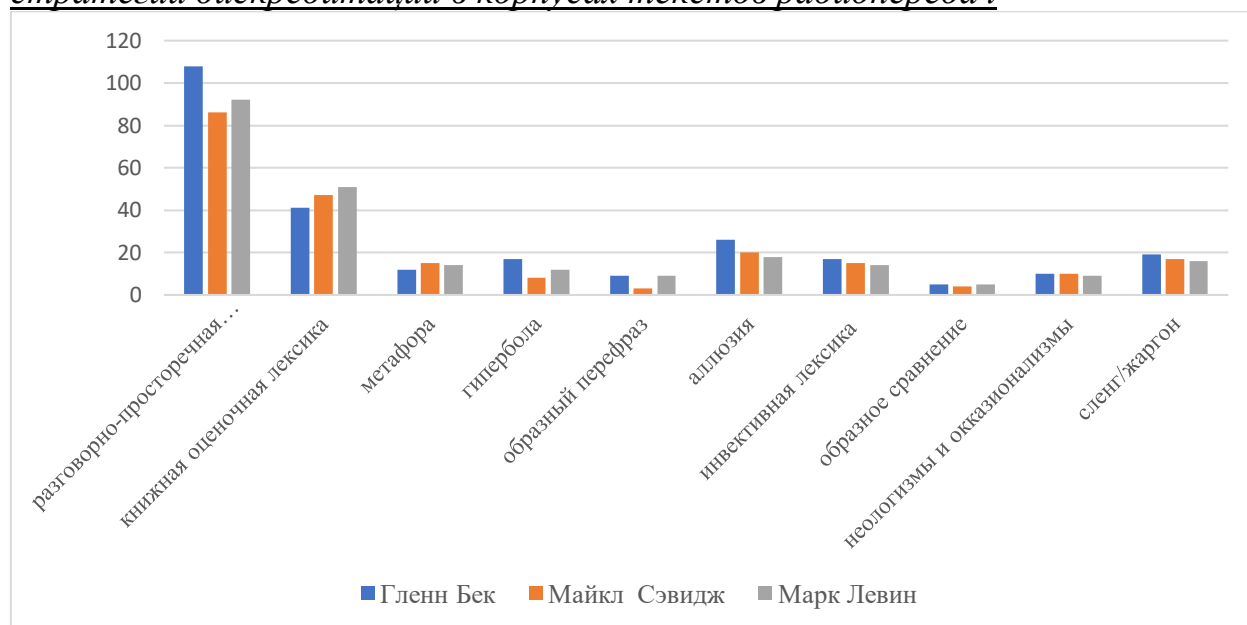


С использованием методов интерпретативного и количественного анализов в каждом из подкорпусов скриптов радиопередач было выявлено более 200 контекстов, в которых радиоведущие прибегают к стратегии дискредитации с целью осуществления манипулятивного воздействия на аудиторию (см. Рисунок 1). В подавляющем большинстве контекстов наблюдается использование двух и более дискредитирующих тактик одновременно. Индивидуальные вариативные черты исследуемых дискурсивных личностей проявляются в незначительном количественном преобладании контекстов актуализации той или иной тактики. В частности, Майкл Сэвидж чаще двух других радиокомментаторов прибегает к метафорам, образным сравнениям, окказионализмам, формирующим яркий,

запоминающийся негативный образ политического оппонента, таким образом реализуя тактику вербальной инсинуации. Гленн Бек чаще других радиокомментаторов использует тактику вербальной дискриминации (оскорбление, насмешка, обрывание коммуникативного контакта), прибегая к инвективной лексике, грубым оценочным разговорным словам и выражениям, сленгу. Делая выводы о типовой дискурсивной личности американского политического комментатора, можно заключить, что вербальная дискриминация и вербальная инсинуация являются коммуникативными характеристиками, свойственными ей в равной степени.

Отдельной задачей настоящего исследования являлось описание лингвостилистических средств выражения тактик дискредитации. На первом этапе выявлялись лингвостилистические средства, наиболее частотно используемые индивидуальными языковыми личностями с целью реализации стратегии дискредитации (см. Рис. 2), на следующем этапе выделялись общие (типовые) характеристики.

Рисунок 2. Распределение лингвостилистических средств реализации стратегии дискредитации в корпусах текстов радиопередач



Количественный анализ показал, что доминирующими в исследуемом корпусе лингвостилистическими средствами реализации стратегии дискредитации являются разговорно-просторечные стилистически сниженные слова, воспринимаемые как грубые (ср.: *to shut up, to be sick of*

*smb.*, *dig up dirt on smb.* и др.), а также книжная лексика с негативной оценочной коннотацией (ср.: *dictator*, *false*, *propaganda*, *racist*, *aggression*, *terrorism*, *extremism* *intimidation*, *monetary crisis* и др.).

Так, в следующем контексте оценочная книжная и разговорная лексика служат средством одновременной реализации тактик компрометации и вербальной инсинуации. Гленн Бек, ведущий одной из самых популярных и известных своей прямолинейностью в США радиопрограмм «The Glenn Beck Program», предупреждает аудиторию о том, что, избрание Хилари Клинтон президентом США только усугубит такие актуальные проблемы американского общества как денежно-кредитный кризис и нарастающий экстремизм.

Ср.: *All of the things I warned about: extremism, civil unrest, monetary crisis, war. It's all coming... And something is ringing in us saying, boy, tomorrow is really important and kind of scary. ... All of these things aren't coming because of Barack Obama...*

В данном случае мы имеем дело с такой разновидностью тактики вербальной инсинуации как *создание образа «темного» будущего*. Данная тактика служит одновременно дискредитации политического противника и запугиванию аудитории.

Употребление эмоционально-оценочной, стилистически сниженной лексики становится неотъемлемой чертой современных СМИ, а также общей тенденцией к вульгаризации речи в медиапространстве. Ср.: *Ah, shut up, you, idiot. I'm so sick of you. Can't you just leave?* В данном контексте Гленн Бек заочно обращается к Нэнси Пэлоси, лидеру фракции меньшинства в Палате представителей Конгресса США, комментируя ее очередную обвинительную речь в адрес Дональда Трампа. Тактика вербальной дискриминации реализуется посредством коммуникативных ходов опосредованного прерывания коммуникативного контакта (*Ah, shut up, you*), оскорбления (*idiot*) и возмущения (*I'm so sick of you*). Коммуникативным эффектом агрессивного вторжения в аксиологическое пространство адресата речи

является разрушение реальных или потенциальных контактов между адресатом и референтом высказывания

Стилистические образные средства, главным образом метафора, гипербола, образное сравнение и образный перифраз, являются следующими по частотности языковыми средствами выражения дискредитирующих тактик в исследуемых корпусах. Было выявлено, что в большей части контекстов, вербализующих стратегию дискредитации метафора направлена на реализацию тактик вербальной инсинуации и дискриминации (оскорбление, насмешка). Так, критикуя деятельность видного политического деятеля США Чарльза Шумера, в настоящее время лидера демократического меньшинства, за антироссийские высказывания и инициативы, Майкл Сэвидж (псевдоним Майкла Вайнера) использует метафору *piece of salami* (кусок салями), инвектив *vermin* (паразит, вредитель), перифраз *commish with a pair of big shoes* (комиссарушка в огромных туфлях). Ср.: *And now, this vermin, this piece of salami, this commish with a pair of big shoes, Charles Schumer, hates Russia and hates Russians.*

Все перечисленные языковые средства нацелены на прямое оскорбление референта высказывания, а также создание негативного запоминающегося образа.

Образное сравнение *were sucking us dry like leeches* (высасывают из нас соки как пиявки) используется с целью критики миграционной политики действующей администрации США в следующем примере: *Now we learned that it was Jeff Sessions committee that found out that the Middle Eastern refugees, mainly Muslims, were sucking us dry like leeches.* Джефф Сешнс, упоминаемый в данном контексте, является одним из первых американских сенаторов, поддерживающих кандидатуру Дональда Трампа в качестве кандидата в президенты США.

Тактика вербальной инсинуации реализуется посредством образного эпитета *rat-like* (крысopodobный) и метафорического перифраза *an upright rat with big shoes* (прямоходящая крыса в огромных туфлях) в следующем

контексте: *That was called a scandal. But you didn't hear about it, because there was no rat-like Schumer, an upright rat with big shoes. An upright rat in the suit would be more appealing to me this creature. How did a man like this becomes so evil so fast? How?*

В данном случае мишенью для оскорблений и агрессивных насмешек радиоведущего становится упомянутый выше лидер демократической партии Чарльз Шумер. Речь идет о Хантере Байдене, американском юристе и государственном служащем, сыне действующего на момент предвыборной кампании Трампа вице-президента США Джо Байдена. Джо Байден, известный своей непримиримостью к коррупции, сам оказался в центре крупного скандала после того, как его сын вошел в совет директоров крупной украинской газовой компании и был уличен журналистами в организации коррупционных схем. Чарльз Шумер обвиняется радиоведущим в предвзятости и двойных стандартах. Будучи, на взгляд Гленна Бека, прекрасно осведомленным о деятельности Байдена-младшего в Украине, он предпочел молчать об этом, однако публично призвал экс-директора ФБР Джеймса Коми дать показания в юридическом комитете верхней палаты конгресса о приписанном России вмешательстве в выборы США 2016 года. Объектом агрессии становится в данном случае также госсекретарь США Джон Керри, которого обвиняют в причастности к делу об обвинении России во вмешательстве в выборы.

Данный контекст служит примером одновременной реализации тактик вербальной инсинуации, компрометации (сообщаются факты, подрывающие репутацию сторонников оппонента) и дискриминации. Употребление определенного артикля перед именем собственным (*the Mr. Kerry*) становится средством реализации речевой агрессии, выражающим демонстративное неуважение к объекту высказывания.

Одновременная реализация ряда тактик дискредитации оппонента наблюдается и в следующих двух контекстах.



Ср.: *What if any ties George Soros has to foreign organizations and foreign money? Moreover, what about all of his deals? All of his money changing? Was there anything illegal? Jeff Sessions could grill him until he comes out like a fried squid.*

В данном примере объектом речевой агрессии становятся политики, нападающие на сторонников Дональда Трампа – Джеффа Сейшенса и Джорджа Сороса. Развернутая метафора *grill him until he comes out like a fried squid* (жарить его на гриле до готовности как кальмара) служит снижению образа референта высказывания. Вербальные инсинуации такого рода, вызывают иронию и сарказм; будучи основанными на ярких, легких для восприятия образах, они надолго остаются в памяти аудитории.

В следующем контексте Майкл Сэвидж прибегает к метафоре *fat cockroach* (жирный таракан), осуждая отказ президента CNN Джеффа Цукера комментировать тот факт, что сын вице-президента США Джо Байдена, Хантер Байден, стал членом совета директоров ряда нефтяных компаний Украины. Ср.: *Jeff Zucker – the red-doper-diapered baby of CNN, a fat cockroach if ever there was one, had nothing to say when Joe Biden’s son Hunter was appointed to one of the largest Ukrainian oil companies as a board member.*

Особым пластом разговорной лексики, служащим реализации тактик вербальной инсинуации и вербальной дискриминации в текстах радиопередач, является сленг. В представленном выше контексте сленгизм *red-doper-diapered baby* (человек, родившийся в семье либеральных левых интеллектуалов в период расцвета культуры хиппи, который поддерживает легализацию легких наркотиков и выступает за реформу системы налогообложения в пользу бедных слоев населения) поддерживает прагматический эффект метафоры.

В следующем контексте сленгизм *go-to guy* (мальчик на побегушках) служит реализации вербальной дискриминации и снижению образа политика: *Now why is it that there was no outcry about nepotism or about*

*possible influence peddling? It says in this BBC article that Joe Biden has been the White House's go-to guy during the Ukraine crisis.*

Основным средством реализации тактик вербальной инсинуации и вербальной дискриминации как речевых доминант дискурсивной личности американского политического радиокomentатора является инвективная лексика, которая все чаще становится нормой аналитического медиадискурса. Основными коммуникативными ходами вербальной дискриминации в дискурсе политического радиокomentария, реализуемыми инвективами (в том числе вульгаризмами), являются оскорбление и насмешка. Говоря о публикации книги о Бараке Обаме и его семье, Гленн Бек употребляет инвектив *idiots*, заявляя: *What's astonishing is the idiots in that random house had the nerve to say: "We are with thrilled to be publishing the Obamas, because they transformed America in such a wonderful way"*. Книга, представляющая собой краткую биографию президента США, была написана с целью создания положительного образа Барака Обамы. Одной из задач комментатора является дискредитация политической линии Обамы. Не рискуя направить явную агрессию на самого президента, он делает объектом критики издателей книги.

В следующем фрагменте прагматический эффект инвектив *pigs u liar* поддерживается метафорами (*to roll in money; open a big mouth*), образным сравнением (*like pigs in mud*) и гиперболой (*a man a thousand times more decent than you*).

Ср.: *Pelosi is a liar, Pelosi got caught lying and I was warning everyone on the show yesterday and the day before... All of your pigs on the Democratic Left! You're rolling in money like pigs in mud. And you're opening a big mouth of attacking a man a thousand times more decent than you, Jeff Sessions.*

В данном случае весь набор лингвостилистических средств служит одновременной актуализации трех выделенных нами дискредитирующих тактик. Критике подвергается Нэнси Пэлоси, спикер палаты представителей

США, которая обвиняла Трампа в ксенофобии и расизме, а также приписывала Джеффу Сейнсу участие в сговоре с русскими.

Медиаполитический дискурс насыщен различными типами прецедентных феноменов, которые постоянно воспроизводятся в речах политиков и медийных личностей и функционируют как единицы дискурса, поддерживаемые механизмами интертекстуальности. Трансформации прецедентных высказываний, использование прецедентных имен и апелляции к прецедентным текстам и событиям в политическом комментарии служат одновременно основой для создания языковой игры и средством реализации речевой агрессии. Прецедентные феномены содействуют достижению известной степени стереотипизации дискурса, поскольку большинство представителей данного лингвокультурного сообщества знакомо с ними. Обладая ярко выраженной ценностной содержательной составляющей, прецедентные феномены обеспечивают апелляцию к эмоциям адресата. В соответствии с наиболее авторитетной на сегодняшний день концепцией прецедентности, разработанной В.В. Красных и Д.Б. Гудковым, по отнесенности к источнику прецедентности прецедентные феномены делятся на прецедентные тексты, прецедентные высказывания, прецедентные имена, прецедентные ситуации и события [Красных, 2003, с. 171]. По степени распространенности В.В. Красных выделяет социумно-прецедентные, национально-прецедентные и универсально-прецедентные феномены. К социумно-прецедентным феноменам относят такие феномены, которые известны любому среднему представителю того или иного социума (конфессионального, профессионального и т.д.); национально-прецедентные феномены известны любому среднему представителю того или иного лингвокультурного сообщества и входят в национальную концептосферу; универсально-прецедентные феномены – это такие феномены, которые считаются известными любому среднему современному человеку и входят в универсальное когнитивное пространство [Красных, 2003, с. 173-174].

Анализ текстового материала показал, что с целью реализации стратегии дискредитации американские политические комментаторы используют в первую очередь прецедентные имена, апелляции к прецедентным событиям или высказываниям. Апелляции к национально-прецедентным феноменам количественно превосходят репрезентации универсально-прецедентных феноменов в исследуемом жанре, что можно объяснить необходимостью пробуждать у аудитории чувство причастности к своему народу, единения с ним, в данном случае язык призван выполнять функцию консолидации сообщества.

В приводимом ниже отрывке политический комментатор, апеллируя к прецедентному тексту, цитирует в студии нашумевшие слова немецкого журналиста о канцлере Германии Ангеле Меркель, поддерживающей растущий приток беженцев и мигрантов из мусульманских государств. Аллюзия (универсально-прецедентное имя) *a reverse Hitler (Гитлер наоборот)*, помещенная в цитируемый текст, позволяет политическому радиокомментатору выразить жесткую критику не только в отношении миграционной политики Германии, но также, и даже в большей степени, в отношении миграционной политики действующей администрации США.

Ср.: *Meanwhile, the psychotic blood-crazed mad woman, Angela Merkel is invading our own nation with murderers, rapists and thieves. She is a reverse Hitler. Hitler invaded neighboring countries to ethnically cleanse them and oppose German culture upon them. Markel is invading our own country with hordes of Muslims...*

Коммуникативный эффект аллюзии *a reverse Hitler* поддерживается отрицательно оценочными атрибутами, актуализирующими тактики вербальной дискриминации и инсинуации – *psychotic blood-crazed mad*. В данном случае очевиден высокий прагматический потенциал книжной лексики (*psychotic, hords*) в выражении речевой агрессии, именно с ее помощью достигается эффект «холодной ненависти».

В следующем контексте оскорбительные ироничные номинации двух наиболее значительных американских газет *The New York Times* и *The Washington Post*, использованные Марком Левиным в его авторской радиопрограмме «The Mark Levin Show», одновременно служат средством актуализации языковой игры и коммуникативной тактики вербальной инсинуации. Радиоведущий обвиняет газеты в необъективности представляемой информации и предвзятости оценок, создавая яркие запоминающиеся образы.

*Ср.: So Obama and the rest they have released this stuff. Same game outlets! “The New York slimes” and the “Washington compost”.*

*“Just to show you what a joke ‘The Washington Compost’ is and how news is not news anymore – they don’t want to be called fake news. Well, what are they if they’re not fake news?”*

В следующем примере окказионализма (*Islamofascism, Islamiophile, the Democrat-Socialist-Islamist party of the USA*) являются средством реализации тактики вербальной инсинуации, суть которой состоит в умышленном создании негативных ассоциаций с именем политического деятеля. Ср.: *It’s about how Ukraine is controlling the Democratic party right now. And the second large subtext of the whole story is that the Democrats were soft on Islamofascism, because the years I have told you it has become the Democrat-Socialist-Islamist party of the USA. Notice that as Trump escalated his rhetoric against radical Islam, Schumer, the Islamiophile – which is ironic unto itself how a person of the Jewish faith in New York City after all these terrorist attacks can be soft on radical Islam is an example of Liberalism.* В данном контексте Майкл Сэвидж в очередной раз критикует Чарльза Шумера за его поддержку массовой миграции из стран Латинской Америки и Азии.

На реализацию тактики вербальной инсинуации направлен также авторский окказионализм в следующем контексте: *You see, ladies and gentlemen, Chucky-Schmucky-Schumer wouldn’t be the man he is today but for Harry Reid. And I think that’s correct. Two snakes in the grass of poisonous*

*politicians*. Радиоведущий направляет поток оскорблений на Чака Шумера (Chuck Schumer), а также Гарри Рейда, который являлся на момент выборов лидером демократического большинства в сенате США и открыто поддерживал Шумера. Метафора *two snakes in the grass of poisonous politicians* усиливает коммуникативно-прагматический эффект окказионализма, превращая злую насмешку в открытое оскорбление.

Стратегия дискредитации в дискурсе политического комментария на американском радио поддерживается системой коммуникативных тактик, основными из которых являются: тактика компрометации оппонента, тактика вербальной дискриминации и тактика вербальной инсинуации. Количественные данные позволили заключить, что наиболее часто применяемой дискредитирующей тактикой является тактика вербальной инсинуации, так как она поддерживает стратегию самопрезентации. Создавая яркие негативные образы и запоминающиеся окказионализмы, политический комментатор проявляется как творческая, яркая, эпатажная личность.

### **3.2.3. Стратегия самопрезентации в дискурсе американского политического комментатора – радиоведущего**

Под самопрезентацией в политической коммуникации понимают «управление впечатлением, которое говорящий желает произвести на аудиторию с целью оказания на нее воздействия; это «самоподача» оратора, вербальная демонстрация его личностных качеств, так называемое автопортретирование» [Атьман, 2011, с. 96]. К настоящему моменту в лингвистике сложился целый ряд подходов к выделению тактик самопрезентации в политическом дискурсе. О.Н. Паршина, исследуя дискурс публичных выступлений российских политиков, относит к тактикам самопрезентации: тактику отождествления, тактику солидаризации, тактику оппозиционирования, тактику создания «своего круга», тактику нейтрализации негативного представления о себе, тактику акцентирования

положительной информации, тактику эпатирования, тактику насмешки [Паршина, 2007, с. 44]. Заслуживает внимания точка зрения О.В. Атьман, которая выделяет в дискурсе предвыборных теледебатов американских президентов самопрезентационные тактики самовосхваления, обещания и демонстрации профессионального успеха [Атьман, 2011, с. 99]. А.И. Дубских выделяет следующие прямые вербальные тактики самопрезентации, свойственные массово-информационному дискурсу: передача объективной информации о себе, передача субъективной информации о себе, акцентирование положительной информации о себе, акцентирование отрицательной информации о себе [Дубских, 2008, с. 51]. К непрямым вербальным тактикам автор относит: тактику отождествления с кем-либо, чем-либо; тактику примыкания к победителю; тактику искусственного повышения степени объективности передаваемой информации; тактику дистанцирования [Дубских, 2008, с. 51].

В данной работе в основу описания речевых тактик самопрезентации в дискурсе политического комментария как отдельной радиопередачи положен подход, объединяющий вышеизложенные концепции, но адаптированный к целям данного исследования. Количественный и качественный анализ отобранных текстов позволил заключить, что основными прямыми вербальными тактиками, реализующими стратегию самопрезентации как доминанту дискурсивной личности американского политического радиокomentатора, являются: самовосхваление, демонстрация профессионального успеха, эпатирование адресата и фасцинативное воздействие на адресата.

Способы реализации коммуникативной *тактики эпатирования* к настоящему времени получили всестороннее описание в лингвистике. А.И. Дубских определяет эпатирование как процесс поиска идентичности посредством девиантного поведения, проявляющегося в несоответствии поведения нормативным требованиям социальной среды [Дубских, 2012]. Особенность эпатажных техник в том, что они используют провоцирующие,

шокирующие образы, апеллируют к тем или иным формам табуированного поведения. Можно утверждать, что в политической коммуникации техники эпатирования являются средством реализации инструментальной речевой агрессии. Медийная дискурсивная личность прибегает к нарушению норм или правил речевого поведения с целью вызвать бурную эмоциональную реакцию аудитории на эпатажные образы или факты, а не с целью ее запугивания или фрустрирования. Яркие эмоциональные переживания любого оценочного модуса позволяют закрепить внимание адресата медийного контента на обсуждаемом объекте, а также создать стойкое представление о медийной персоне как о смелой, креативной, прямолинейной личности. Одной из важнейших характеристик эпатажа является его игровой характер [Дубских, 2012]. Языковая игра позволяет интерпретировать известные публике события в увлекательном или провокационном формате и привлекать новых слушателей.

Тактика фасцинативного воздействия часто реализуется в медиакоммуникации в тех же контекстах, что и тактика эпатирования, и служит многократному усилению манипулятивного потенциала речи адресанта. Вслед за Ю.В. Кнорозовым, заложившим основы теории фасцинации [Кнорозов, 1973], в современной науке под фасцинацией в широком смысле понимают «способность внешней формы, коммуникативного сигнала или образа (закат или восход солнца, северное сияние и пр.) приковывать внимание, вызывать волнующий интерес, восхищение, восторг, очарование, экстаз, шок, завораживающий ужас (*как при виде угрожающего жизни, но прекрасного природного явления, например, схода снежной лавины, извержения вулкана, цунами* – примечание авторов), минуя или отключая какое-либо логико-вербальное объяснение, интеллектуальное аргументирование и оценочную критику» [Соковнин, 2005, с. 13]. Е.В. Омельченко считает фасцинацию коммуникативным явлением, имеющим «глубинную нейрофизиологическую природу» [Омельченко, 2013, с. 136]. В.М. Соковнин, помещая размытый и



неуловимый феномен фасцинации в исследовательский фокус лингвистики, выделяет *семантическую фасцинацию*, т.е. фасцинацию, реализуемую языковыми (в первую очередь, лексико-семантическими) средствами. Под семантической фасцинацией автор понимает «возбуждающе-стимулирующее воздействие символического, драматического и «недосказанного» смысла (проблемного смысла), вызывающего острое внимание и провоцирующего активную работу ассоциативно-эмоциональной составляющей человеческой психики с быстрым или мгновенным образованием доминант внимания, интереса, азарта разгадки и дешифровки, включенных в процессы взаимопонимания» [Соковнин, 2008].

К *важнейшим фасцинативным приемам* относятся ритм и повторы [Омельченко, 2013, с. 138]. Исследователями выделяются также следующие фасцинативные техники: недосказанность, неясность, многозначность описания, привлечение выдуманных событий и мнимых личностей [Кнорозов, 1973]; использование ключевых слов и слов-символов; метафоризация; прием тайны; привлечение аллюзий и реминисценций; применение вопросно-ответных комплексов, незавершенности высказываний; использование парадокса, алогизмов, антитезы [Омельченко, 2013, с. 137].

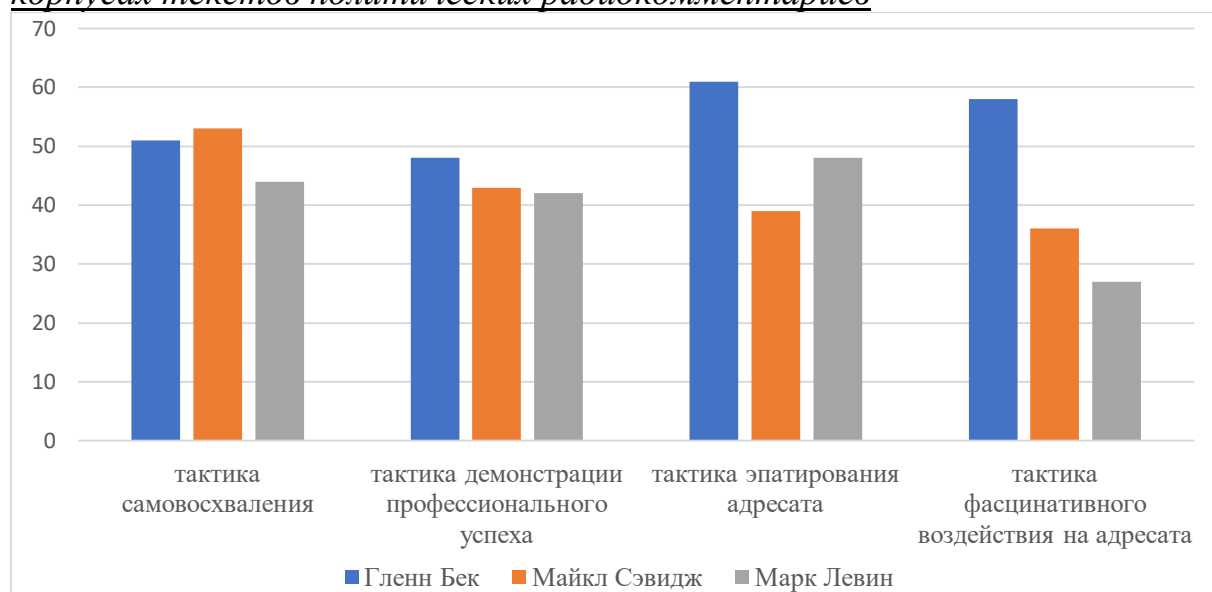
Тактика *демонстрации профессионального успеха* выражается прямым указанием на объективные профессиональные достижения, результаты проделанной работы, убеждением аудитории в значимости своей личности путём демонстрации честности или моральных достоинств. Данная тактика служит формированию доверительного отношения аудитории к комментатору с целью дальнейшей реализации воздействующей стратегии.

Тактика *самовосхваления* очень близка по средствам вербализации к тактике демонстрации профессионального успеха, основным различием в языковых и дискурсных средствах реализации данных тактик является то, что первая выражается языковыми средствами субъективной оценки, тогда как вторая сводима к указанию на объективные успехи в профессии

говорящего: перечислению им своих наград и регалий, конкретных профессиональных достижений и т.д. «Тактика самовосхваления вербализуется лексемами, семантика которых позволяет охарактеризовать политика как человека, обладающего определенным набором положительных качеств» [Атьман, 2011, с. 96]. К числу таких лексем относятся, например, прилагательные *optimistic* (оптимистично настроенный), *competent* (компетентный), *honest* (честный), *uncompromising* (бескомпромисный), *fair* (справедливый), *good* (хороший) и пр. Непременным атрибутом тактики самовосхваления является личное местоимение *I* (я).

На основе методов количественного и контекстуального анализов в каждом из подкорпусов скриптов радиопередач было выявлено более 150 контекстов, в которых радиоведущие прибегают к стратегии самопрезентации. Приведенная ниже гистограмма (см. Рис. 3) демонстрирует распределение тактик самопрезентации в дискурсе каждой исследуемой индивидуальной языковой личности. Очевидно, что каждый радиокомментатор прибегает ко всем выделенным тактикам в большей или меньшей степени.

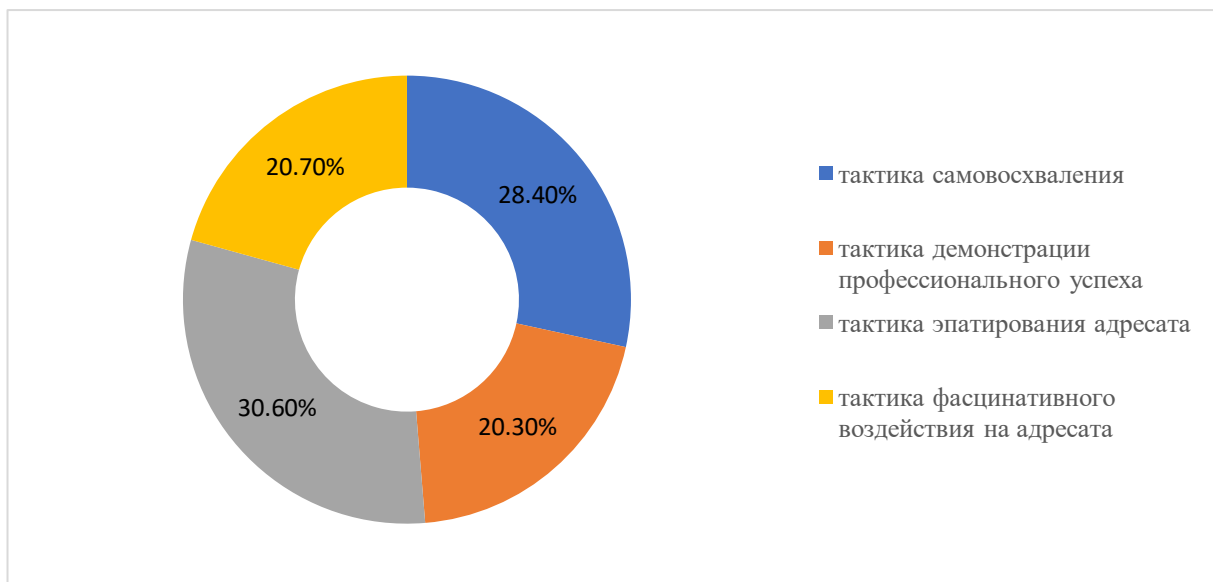
Рисунок 3. Распределение тактик стратегии самопрезентации в корпусах текстов политических радиокомментариев



При этом наблюдается определенная вариативность: Гленн Бек чаще других прибегает к тактикам эпатирования адресата и фасцинативного воздействия, а Майкл Сэвидж к тактике самовосхваления. Для Марка Левина

в наименьшей степени характерна тактика фасцинативного воздействия на адресата. Инвариантные характеристики типовой языковой личности можно выявить путем выделения общих черт (см. Рис 4).

Рисунок 4. Распределение тактик стратегии самопрезентации в корпусах текстов политических радиокомментариев



Далее обратимся к описанию языковых средств реализации стратегии самопрезентации как коммуникативной характеристики дискурсивой личности американского политического комментатора – радиоведущего.

Контекстуальный анализ текстов скриптов радиопередач позволил заключить, что вербализация тактики самовосхваления достигается в дискурсе радиокомментария посредством употребления глаголов сенсорного восприятия и ментальных предикатов (*hear, listen, look think, know, believe*), а также временной ориентацией высказываний на будущее. Использование форм будущего времени служит акцентированию внимания аудитории на вероятности развития личности говорящего и светлых надеждах, достижение которых является его приоритетом. Ср.: *I will listen more. I will learn more. I will read more. I will reach out more* (Гленн Бек).

Особенностью вербализации тактики самовосхваления как части самопрезентационной стратегии в дискурсе американского радиоведущего

является частотное употребление предикативной модели “*I am a...*” с целью субъективной положительной оценки своих достижений.

Ср.: *I'm a **big believer**... What we think, we will become and create. I think I'm actually finally beginning to get it. I really do!*

В данном контексте радиокomentатор утверждает, что он является оптимистом, человеком мыслящим, но никогда не теряющим веру в лучшее будущее.

В следующих примерах радиоведущий прибегает к тактике самовосхваления, употребляя оценочные прилагательные *fair, fair-minded, good, balanced*.

Ср.: *I'm a guy who's **very fair**, I'm a **fair-minded basher**...I am a critic. I'm a social critic that's what a commentator is. If I'm not a good critic I wouldn't be in this business now* (Майкл Вайнер).

*I don't want to be accused of not doing my job! So, I've been **fair**, I've been **balanced**, people on the right didn't think I was, people on the left **loved me!*** (Гленн Бек)

Поскольку излишнее самовосхваление может оттолкнуть публику, радиокomentаторы, желая избежать негативных оценок, сочетают тактику самовосхваления с манипулятивными тактиками *солидаризации* и *отстранения*. В приведенных выше контекстах маркерами солидаризации с аудиторией служат инклюзивное личное местоимение *we* (*What we think, we will become and create*), а также разговорно-просторечные стилистически сниженные слова *guy* и *basher*.

Отстранение, в свою очередь, тоже может закрепить за радиокomentатором требуемые характеристики имиджа. Суть приема отстранения состоит в демонстрации скромности, отрицании своей причастности к чему-либо, своей важной роли в чем-либо. Отрицание в данном случае, являясь чисто формальным, позволяет радиокomentатору подчеркнуть свое важнейшее влияние на события, о которых он говорит. Ср.: *Some people in the press are saying that people like me created Donald Trump,*

*which is absurd, like I had that much power. But I didn't. But neither did the Republicans. Neither did the Right. Neither did the left. Neither did the Democrats. Neither did Barack Obama.* Отмечая, что его влияние на события не так велико, радиокomentатор Майкл Сэвидж помещает себя в один ряд с влиятельными политическими структурами и фигурами, таким образом закрепляя за собой ярлык влиятельного человека, стоящего на уровне лидеров партий и президентов.

Таинственность и неоднозначность группы влиятельных людей, о которой говорит радиоведущий, служит реализации одного из ведущих самопрезентационных приемов медийной личности – *приему медиамистификации*. А.А. Первухин определяет медиамистификацию как создание и фиксацию в информационном поле «фиктивной истории, события или явления, подкрепленных рядом правдоподобных доказательств и выступающих ярким информационным поводом для средств массовой информации» [Первухин, 2012]. Следующий контекст, который может послужить ярким примером реализации приема *медиамистификации*, направлен на создание положительного образа говорящего через осуществление оценки действий некоего политика, вероятно обладающего влиянием и властью. Ср.: *I was talking to a politician this weekend that, I think, has an awful lot of integrity. And we were talking about how one politician in particular has come out.* Отсутствие указания на конкретное лицо закрепляет представленную характеристику за образом дискурсивной личности, как приверженца тех же принципов или идей.

Часто применяемым приемом самовосхваления в исследуемом дискурсе является *создание положительного образа на собственном примере преодоления трудностей*. Ср.: *Because, you see, I can't retire now, I can't retire because of this election. So, I'm stuck.* В данном высказывании политический радиокomentатор утверждает, что его деятельность настолько важна, что без его участия выборы могут пройти с иным результатом, он

обязан вести радиопередачу, которая подталкивает аудиторию к совершению правильного и достойного политического выбора.

В следующем примере утверждается, что именно благородство и преданность идеалам, необходимость «нести образование в массы», учить народ основам свободы и демократии вынуждают Марка Левина продолжать свою миссию (работу в программе). Ср.: *My entire life has been based on promoting individual liberty in an ordered society, educating as many millions of people as I possibly can about the nation's founding: why we were founded, why we are special, why the Constitution matters.*

В целом ряде контекстов тактика самовосхваления реализуется одновременно с тактикой демонстрации профессионального успеха. Ср.: *This is astounding to me! Absolutely! I am telling you as somebody who, served under an Attorney General, directly under an Attorney General! I can't believe this!*

В данном контексте тактика демонстрации профессионального успеха реализуется посредством непрямого приема самопрезентации – отождествления с авторитетной фигурой. Говоря об опыте работы под непосредственным руководством генерального прокурора, Марк Левин подчеркивает свою безусловную компетентность в делах, которые обсуждает в рамках своей авторской программы. При этом очевидно, что использование интенсификаторов, эмотивной лексики, восклицаний, которые маркируются в устной речи специальными интонационными паттернами, делает данное высказывание не только объективным указанием на успешный профессиональный опыт, но и актом самовосхваления. Подобное сочетание тактики самовосхваления и тактики демонстрации профессионального успеха является характерной чертой дискурсивной личности американского политического радиоведущего.

Так, в следующем примере Гленн Бек сообщает о важном профессиональном достижении журналиста – опубликовании первой книги, объективном свидетельстве карьерного успеха. В то же время, анафорический повтор личного местоимения *I*, повтор словосочетания *first*

book, гипербола «*I made a blanket statement for all the things that I do*», упоминание *Simon & Schuster* – одного из крупнейших и известнейших американских издательств – служат вербализации тактики самовосхваления.

Ср.: *In 2004 I made a blanket statement for all the things that I do! My first book! I do not want the flag on it. I fought with Simon & Schuster about that stupid flag on my first book. Because I said: “Everything that we are saying – we are making it (the book) American!”* (Гленн Бек).

В следующем фрагменте радиоведущий реализует тактику демонстрации профессионального успеха, ссылаясь на тот факт, что у него есть необходимый уровень образования, позволяющий ему быть компетентным в тех вещах, о которых он говорит.

Ср.: *As you know, I'm a student of history, especially wartime history. One little footnote for all of you Russo haters...*

Майкл Вайнер дважды называет область, в которой он выступает экспертом (*history, especially wartime history*), указывая аудитории на свою компетентность и на значимость его мнения. Поддерживая тему высшего образования в своем высказывании, радиокomentатор обращается к оппозиции, используя метафору (*one little footnote for all of you*), показывая свое превосходство в знаниях: оппозиции требуется разъяснение того, что знает он и его аудитория.

Основной задачей ведущего авторского политического радио-шоу является представить себя свободной в оценках, независимой личностью, готовой на любые меры ради того, чтобы донести до аудитории правду о политической ситуации в стране. С целью реализации данной задачи радиоведущие прибегают к многочисленным приемам провокативной самопрезентации, демонстрируют отказ от комфортного речевого поведения и переход на вербальную агрессию.

Количественный анализ показал, что ведущей самопрезентационной тактикой рассматриваемой дискурсивной личности является тактика эпатирования, реализуемая главным образом средствами речевой агрессии.

Доминирующими в исследуемом корпусе лексическими средствами реализации тактики эпатирования являются разговорно-просторечные стилистически сниженные слова (ср.: *to shut up, to be sick of smb* и др.), инвективная лексика (ср.: *idiots, pigs, morons* и др.), стилистические образные средства (метафора, гипербола, образное сравнение и образный перифраз), прецедентные имена, апелляции к прецедентным событиям или высказываниям, авторские окказионализмы. Очевидно, что все перечисленные средства служат также вербализации дискредитирующей стратегии, в первую очередь дискредитирующих тактик вербальной инсинуации и дискриминации.

Так, например, Марк Левин, утверждает, что нацелен защищать права и свободу нации, используя инвектив *idiot*.

*Ср.: Or this idiot: "Sounds like you're beginning to understand why we elected Trump, Mark". I don't need lectures from morons. I spent three hours a day explaining, why I take the positions.*

Очевидно, что радиоведущий проявляет речевую агрессию не только с целью дискредитации политического оппонента, но также желая эпатировать аудиторию намеренной грубостью.

К языковым средствам реализации фасцинативного воздействия в исследуемом жанре в первую очередь относятся: ритм, повторы, стилистические образные средства, прецедентные имена, апелляции к прецедентным событиям или высказываниям. Фасцинация в дискурсе политической радиопередачи служит введению аудитории в транс с помощью апелляции к эстетическому чувству с целью снятия критического восприятия информации.

Одним из важнейших дискурсивных приемов фасцинации является употребление прецедентных имен и апелляций к событиям, ассоциативно связанных в общественном сознании с чем-то грандиозным и покрытых завесой тайны. В первую очередь к такому типу прецедентных феноменов



относится библейская ономастика и факты апелляций к сюжетам из Ветхого и Нового заветов.

Ср.: *And my book "Trump's war" spells out pretty clearly, who they are, what must be done, there's nothing more I can do for this war. I'm one man, for God's sakes. I've parted the Red Sea many times and my people have walked through the Red Sea with me. And now that we're on the other side. What's going to happen? Tell me, what's going to happen now, that we're on the other side that I've parted the Red Sea, and people walk with me through that Red Sea, that I've parted. Tell me, what's going to happen? Do you think wars end because you win one battle? Know: **this war's only just begun**. I'm trying to tell you that your war **has just began**, when you went to the polling booth and voted for Trump. The war didn't end then. **It began to you**».*

В данном случае Майкл Сэвидж использует аллюзию на сюжет из Ветхого Завета (переход Моисея через Красное море). Уподобляя себя Моисею, который вел свой народ в Землю Обетованную через Синайскую пустыню (Исх. 15:24-25), радиоведущий создает сложную развернутую метафору, основанную на механизмах прецедентности. Фасцинативное воздействие метафоры, основанное на получении эстетического и когнитивного удовольствия от самостоятельного поиска смысла и последующей творческой интерпретации текста, усиливается лексическими и синтаксическими повторами и ритмом речи радиокomentатора.

В следующем контексте именно лексические повторы и синтаксический параллелизм являются доминантным средством реализации тактики фасцинативного воздействия. Ср.: *Now, listen to the structure of his answer. This is the way the Left reads their Second Amendment, you know, they always forget **the entire sentence**. Well let's watch and look at **the entire sentence**. "I've been called a surrogate at a time or two in that **campaign** and I did not have any **communications with the Russians**". In other words, he didn't have **communications with the Russians as a surrogate of that Trump campaign**. He **met with the ambassador as United States Senator as part of his official duties and***

*even having met with the ambassador. There was no discussion of the campaign and all the rest of it (Марк Левин).*

*This is the typical legal game, that someone wrote would compare to the biblical tale of King Solomon being called to judge the ownership of a baby. He knew, of course, that the real mother would not allow the baby to be cut into and would even allow the liar to have the baby, to save it.*

*We are at that same point. In our country with a Marxist would allow the country to die, to prevent losing control of it. But we must not be willing to give up the baby to them, because we don't have Solomon around to make a ruling. Their lies will kill the baby and they don't care.*

Проведенный анализ позволил заключить, что в подавляющем большинстве случаев реализации стратегии самопрезентации в дискурсе политического радиокomentария служит несколько коммуникативных тактик одновременно. Ведущей самопрезентационной тактикой в арсенале американского политического радиоведущего является тактика эпатирования. Эпатирование становится в дискурсе политического радиошоу основным инструментом провокативной самопрезентации. Тактики самовосхваления, демонстрации профессионального успеха и фасцинативного воздействия также играют важную роль в реализации стратегии самопрезентации, частично снижая остроту психологической реакции аудитории на вербальную агрессию и эпатажное речевое поведение радиокomentатора и повышая степень эмоциональной сопричастности и доверия.

#### **3.2.4. Способы реализации манипулятивной стратегии в дискурсе политического комментатора – радиоведущего**

Манипуляция как дискурсивная стратегия неоднократно становилась объектом лингвистического описания на материале целого ряда типов дискурса: рекламного [Кузьмина, Марков, 2013; Степанов, 2007; Кара-Мурза,

1996; Кохтев, 1997; Корнилова, 1997; Борисова, 1999; Дмитриев, 2000; Ученова, Старых, 2002; Шатин, 2002; Блинкина-Мельник, 2004; Курганова, 2004; Папченко, 2013; Прокофьева, 2015], политического [Баранов, 1991; Карасик, 2000; Паршина, Чудинова, 2001; Шейгал, 2004; ван Дейк, 2006; Кара-Мурза, 1996; Почепцов, 2003 и др], дискурса СМИ [Карасик, 2000; Шейгал, 2004, и др.].

В лингвистике существует целый ряд подходов к определению феномена манипуляции. В.И. Карасик описывает манипуляцию как «различного рода уловки в дискурсе, имеющие целью обманным путем убедить адресата встать на позиции отправителя речи несмотря на несостоятельность фактического и/или логического обоснования вопроса» [Карасик, 2002, с. 98]. Г. Шиллер определяет манипуляцию как «скрытое принуждение, программирование мыслей, намерений, чувств, отношений, установок, поведения» [Шиллер, 1980, с. 48], подчеркивая, что «для достижения наибольшего успеха манипуляция должна оставаться незаметной» [там же]. В.Е. Чернявская определяет манипуляцию как «речевое воздействие, направленное на неявное, скрытое побуждение адресата к совершению определенных действий; скрытое внедрение в его сознание желаний, отношений, установок, служащих осуществлению интересов отправителя сообщения, которые необязательно совпадают с интересами адресата» [Чернявская, 2014, с. 19]. Автор подчеркивает, что «целью речевой манипуляции является склонение манипулируемого лица к тому, чтобы принять определенные высказывания за истинные без учета всех аргументов» [там же]. По мнению Е.Л. Доценко, манипуляция является «видом психологического воздействия, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями» [Доценко, 1997, с. 59]. Манипулятивное воздействие на сознание реципиента осуществляется посредством апеллирования к эмоциональному состоянию слушателя, контроля или управления, как инструмента социальной власти, искусному

языковому оформлению, конкретному целеполаганию и языковому инструментарию воздействия, среди которого числятся языковые приемы, тональность, фразы и прочие.

По мнению целого ряда исследователей, манипулятивное воздействие является основной целью политического дискурса [Чернявская, 2014; Чудинов, 2003, 2012; Степанов, 2007; Шейгал, 2000, 2004, 2009; Карасик, 2000, 2002, 2007; Кибрик, 1994 и многие др.]. При этом определение адекватной степени импозитивности, а именно допустимости прямого давления на аудиторию, является одним из важнейших вопросов, обсуждаемых, как авторами текстов политической медиакоммуникации, так и учеными, исследующими медиакоммуникацию в рамках разных научных парадигм. Для американского общества защита личной свободы граждан и право на личный политический выбор являются ключевыми ценностями, поэтому открытое идеологическое давление на аудиторию может послужить причиной коммуникативных неудач. С целью сокрытия прямой импозитивности и открытой политической пропаганды в американской политической медиакоммуникации используются коммуникативные приемы и языковые средства, служащие нивелированию узнаваемости манипуляции.

Важнейшей составляющей манипулятивного воздействия в политической коммуникации связано с преобразованием информации в интересах говорящего и, соответственно, *с уклонением от истины*. Проблема истинности/ложности в политической коммуникации принадлежит к числу наиболее активно обсуждаемых лингвистами, политологами и журналистами, а также самими политиками, которые как напрямую, так и через СМИ постоянно обвиняют друг друга во лжи и разоблачают друг друга перед лицом электората. Основным фактором недостоверной информации в политическом дискурсе является борьба за власть. «Ложь в политике представляет собой специфический вид лжи, ибо она имеет целью не только ввести в заблуждение, но и облегчить тому, кто ею пользуется, манипулирование другими людьми» [Запасник, 1991, с. 105].

В зависимости от причины и мотива лжи выделяются следующие разновидности искажения действительности в политическом дискурсе: а) ложь ради политической выгоды (от замалчивания нежелательных фактов до их полного извращения); б) дискредитирующая ложь как способ компрометации политических оппонентов; в) параноидальный тип лжи, который представляет собой проявление некой навязчивой идеи (масонский заговор, политическая угроза России Западу и пр.) «Признаками параноидальной лжи является полная неverifiedируемость исходных положений и делогизированный характер аргументации, явно рассчитанный не на рациональную обработку информации, а на когнитивные эмоции адресата» [Виноградов, 1996, с. 302].

Как отмечает Е.И. Шейгал, «в политической коммуникации искренность (основное условие правдивости сообщения) уступает место соображениям политической выгоды, именно поэтому для политического дискурса характерно нарушение принципа сотрудничества и, прежде всего, максим качества и количества» [Шейгал, 2000, с. 232-233]. Нарушение максимы качества выражается в том, что политики сознательно сообщают недостаточно достоверную и недостаточно аргументированную информацию, дают недостаточно обоснованные оценки. Нарушение максимы количества проявляется, в основном, как отклонение не в сторону избыточности, а в сторону неполноты информации [там же].

Е.И. Шейгал предлагает представить градацию достоверности сообщения в виде шкалы, на одном полюсе которой будет находиться полная правдивость (абсолютная искренность), на другом полюсе – откровенная ложь. Между этими двумя крайними располагаются высказывания, содержащие разную степень уклонения от правды [Шейгал, 2000, с. 232-233].

Именно механизмы экспликации полуправды представляют особый интерес для нашего исследования, поскольку они являются основным средством дезинформации и лежат в основе различных коммуникативных манипуляций в медиаполитическом дискурсе. Целенаправленное

преобразование информации рассматривается как важнейшая составляющая манипулятивного воздействия [Доценко, 1997].

В зависимости от характера информационных преобразований в политическом дискурсе Е.И. Шейгал разграничивает два вида манипулирования: референциальное и аргументативное [Шейгал, 2000, с. 234].

В.И. Карасик, рассматривая манипулятивное речевое поведение в разных типах дискурса, называет аргументативную манипуляцию псевдоаргументацией [Карасик, 2004, с. 95].

Референциальное манипулирование связано, по мнению Е.И. Шейгал, с «искажением образа денотата/референта в процессе обозначения действительности» [Шейгал, 2000, с. 234].

Автор выделяет в рамках *референциального* манипулирования две его разновидности: *фактологическое манипулирование*, под которым понимает искажение фактов (ложь, подтасовка фактов, преувеличение, недоговорки, создание референциальной неопределенности) и *фокусирующее манипулирование* – сдвиг прагматического фокуса, в результате которого меняется угол зрения и, соответственно характер восприятия денотата, что заставляет адресата воспринимать его в выгодном для манипулятора свете [Шейгал, 2000, с. 234].

Аргументативное манипулирование, связано, по мнению автора, с нарушением постулатов общения и реализуется следующими тактиками:

- нарушением логики развития текста или цельности текста (уход от ответа, переключение темы);
- уклонением от обязанности доказывания, например, использование стратегии иммунизации;
- формулированием точки зрения в неопровержимой форме, не требующей доказательств;

– уклонением от полноты представления информации, подтверждающей высказанную точку зрения, в частности, опущение квантификаторов точности и введение квантификаторов неопределенности;

– маскировкой интенции коммуникативных ходов [Шейгал, 2000, с. 236].

Тактика маскировки интенции коммуникативных ходов может реализовываться следующими приемами: маскировкой ассерции под пресуппозицию или импликацию [см.: Николаева, 1988; Булыгина, Шмелев, 1997]; маскировкой возражения под видом согласия [Булыгина, Шмелев, 1997], использованием ложных аргументов [White, 1996] и другими.

Далее, выявляя основные виды манипуляции и тактики манипулятивного воздействия, свойственные дискурсивной личности американского политического радиоведущего, мы будем применять подход к типологизации типов и тактик манипулирования Е.И. Шейгал.

Характер языкового обеспечения референциального манипулирования зависит от того, на каком уровне происходит искажение образа реальности – на уровне целой ситуации (событие или факт политической жизни) или на уровне элементов события (участники, их мотивы, причины и следствия действий, сами действия, их обстоятельства и т. д.). «В языковом плане искажение денотата-события достигается преимущественно оперированием пропозициями в рамках целого текста, фрагмента текста или отдельного высказывания. Искажение денотата, являющегося элементом события, достигается оперированием понятиями (фреймами) в рамках отдельных номинаций (слов и словосочетаний)» [Шейгал, 2000, с. 236].

Фактологическое манипулирование в политическом дискурсе используется для дискредитации политического противника с целью понижения его политического статуса. Не вызывает сомнения утверждение о том, что «сообщение искаженной информации о действиях другого позволяет легко навесить на него ярлык виновного» [Водак, 1997, с. 116].

Фактологическое манипулирование в политической коммуникации «включает весь диапазон операций с истинностным аспектом высказывания – от полного искажения (лжи) и полного умолчания до полуправды (частичного искажения и частичного умолчания) и осуществляется на уровне целого высказывания или текста» [Шейгал, 2000, с. 240].

В дискурсе радиокомментария как типе медиаполитической коммуникации случаи полного искажения истины (прямая ложь) редки, однако часто употребляются прочие операции с истинностным аспектом высказывания.

В результате количественного анализа отобранных текстов радиопередач, нами было выявлено 632 контекста, в которых наблюдалось использование тактик и приемов манипулирования, основанного на искажении истинностного аспекта коммуникации. В целом ряде контекстов наблюдается конвергенция приемов референциального и аргументативного манипулирования. См. Таблицу 1. и Рис.5,6

*Рисунок 5. Распределение случаев реализации коммуникативных тактик манипулирования в корпусах тестов политических радиопередач*

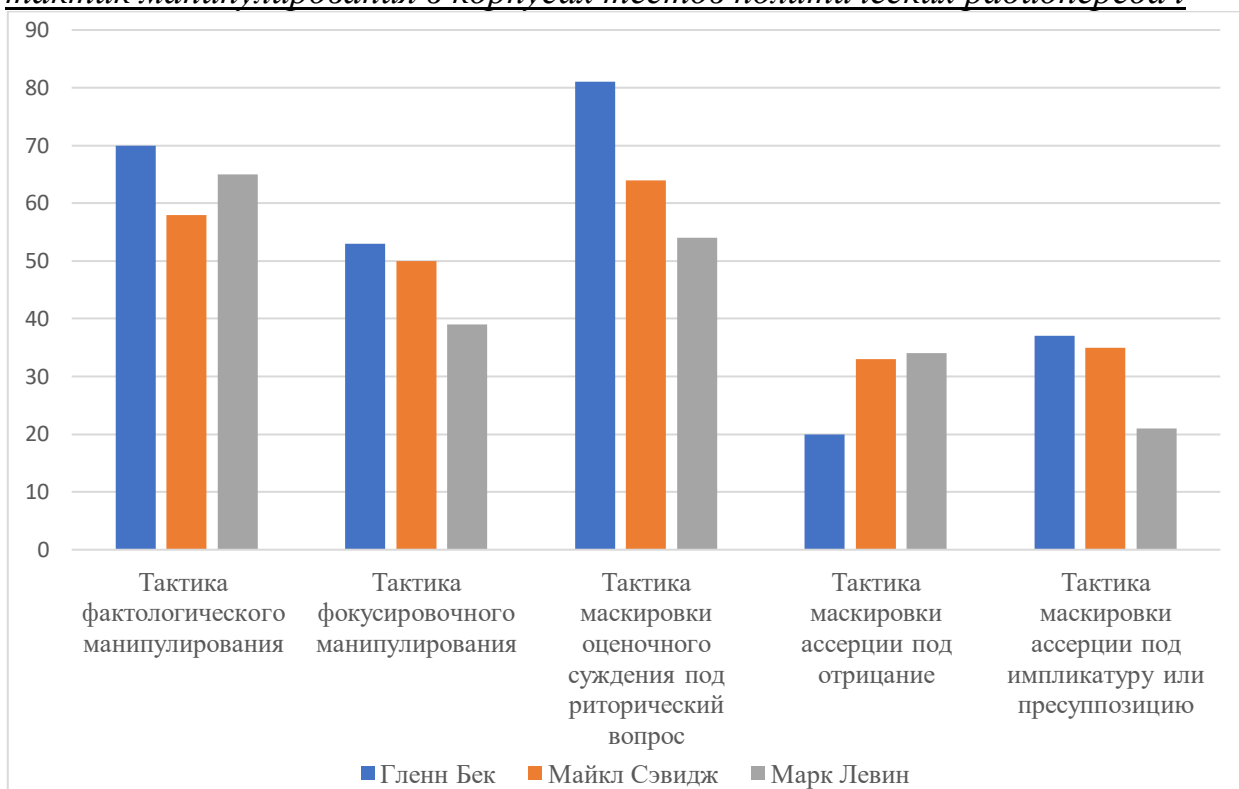


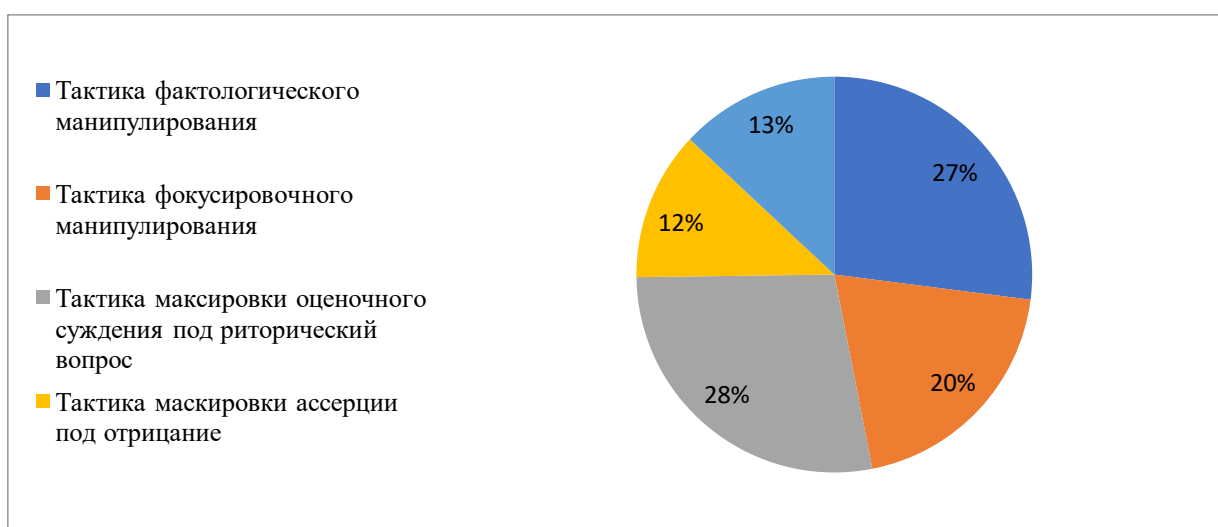


Таблица 1. Распределение случаев реализации коммуникативных тактик манипулирования в корпусе тестов политических радиопередач

Референциальное манипулирование		Аргументативное манипулирование		
Тактика фактологического манипулирования	Тактика фокусировочного манипулирования	Тактика маскировки оценочного суждения под риторический вопрос	Тактика маскировки ассерции под отрицание	Тактика маскировки ассерции под импликацию или пресуппозицию
193	142	199	87	93
27%	20%	28%	12%	13%

Проведенный количественный анализ показал, что референциальное и аргументативное манипулирование имеют приблизительно равную значимость в дискурсе политической радиопередачи. При этом в рамках референциального манипулирования количественно незначительно (на 7%) преобладают контексты, в которых вербализуются тактики фактологического референциального манипулирования.

Рисунок 6. Распределение случаев реализации коммуникативных тактик манипулирования в корпусе тестов политических радиопередач



В результате проведенного контекстуального анализа отобранных отрывков, направленных на реализацию тактики референциального

фактологического манипулирования, было установлено, что наиболее частотными приемами реализующими эту тактику являются: (1) прием *спекуляции о будущем*, (2) *высказывания с гипотазированием*, (3) *квазиколичественные высказывания*, (4) *квазиструктурные высказывания*, (5) *квазиточные высказывания*.

Наиболее частотным приемом *референциального фактологического манипулирования* является суждение о фактах, истинность которых не может быть верифицирована, к которым в первую очередь относятся *спекуляции о будущем*.

В приведенном ниже контексте радиоведущий программы «The Mark Levin Show» Марк Левин выражает суждения, которые не могут быть проверены, так как относятся к будущему, однако они направлены на подрыв доверия к политическим противникам Дональда Трампа в настоящем.

Ср.: *Today we have the Russians, but tomorrow there could be the Iranians and my Republican friends. So, we should have no joy in our hearts.*

В следующем контексте радиоведущий (Гленн Бек) одновременно прибегает к *фактологическому манипулированию* и одной из тактик *аргументативного манипулирования* – *маскировке интенции коммуникативного хода*.

Ср.: *I want you to know. All of the things I warned about: extremism, civil unrest, monetary crisis, war. It's all coming. And I believe the average person can feel it. It's what they feel inside. It's not a prediction it's a warning.*

Тактика *референциального фактологического манипулирования* реализуется в данном случае *приемом спекуляции о будущем*. Использование формы настоящего продолженного времени (*It's all coming*) с целью выражения прогнозов о будущих событиях является характерной чертой дискурсивной личности политического радиоведущего, направленной на создание у адресата сообщения чувства осязаемости проблемы как элемента текущего коммуникативного контекста. Референциальное манипулирование сопровождается в данном контексте аргументативным манипулированием.

Радиоведущий маскирует истинную интенцию своего коммуникативного хода. Истинной интенцией является запугивание аудитории мрачными прогнозами, что подтверждается апелляциями к антиценностям – *extremism, civil unrest, monetary crisis, war*. Однако комментатор маскирует свой коммуникативный ход под предупреждение (*I warned about, It's not a prediction it's a warning*).

В ряде случаев формы настоящего продолженного времени сочетаются с целью реализации референциального фактологического манипулирования с формами будущего времени и наречиями со значением высокой степени вероятности (*probably, most likely* и пр.).

Ср.: *Medical marijuana will be legal in the majority of states most likely, that's coming. And the number of States which legalize recreational pot could double tomorrow. I guarantee, at least two of them pass...*

Использование форм будущего времени, а также форм будущего времени в сочетании с условным наклоном является частотным средством реализации приема спекуляции о будущем как вида референциального фактологического манипулирования.

Ср.: *...and they're afraid that if Jeff Sessions becomes attorney general he will hold a hearing and he will try to find out* (Майкл Сэвидж).

*But the fact of the matter is, if you look into this in detail, you will find that the Biden scandal is far greater than the Sessions temple. I told you about in the last hour, I will post on my website. Joe Biden's son joined the Ukraine oil company while Biden was a vice president* (Майкл Сэвидж).

*If you want Middle East to continue to flood into this country, who will not work and who will receive food stamps, welfare, housing and medical care that should rightly go to Americans, if you want more of that, then you let these Left-Wingers continue to undermine Trump in every way!* (Гленн Бек)

В приведенных выше примерах прием спекуляции о будущем сочетается с формулированием точки зрения в неопровержимой форме – одной из тактик аргументативного манипулирования.

В первом контексте радиоведущий не может быть уверен в том, как именно поведет себя Джефф Сэшнс, если получит должность генерального прокурора, однако он в категоричной форме делает прогноз о событиях, которые могут никогда не произойти.

В столь же неопровержимой форме звучит утверждение «*you will find that the Biden scandal is far greater than the Sessions temple*», которое также является очевидной фактологической манипуляцией – субъективным утверждением о будущем, которое не может быть доказано.

Утверждение о том, что мигранты не будут работать, но будут получать общественные блага, которые должны по праву принадлежать американцам (*who will not work and who will receive food stamps, welfare, housing and medical care that should rightly go to Americans*), также спекулятивны и не могут быть верифицированы. Генерализация в данном случае приводит к серьезному искажению истины, так как многие мигранты успешно трудоустраиваются и работают на пользу общества, о чем известно говорящему, но он предпочитает прогнозировать худший сценарий развития ситуации.

К техникам референтного фактологического манипулирования относятся также высказывания с нечеткой пропозицией, к которым можно отнести *высказывания с гипостазированием*. В подобных случаях абстрактные или собирательные объекты наделяются (посредством предиката) свойствами объектов иной категориальной отнесенности. В основе гипостазирования как манипулятивной техники лежит механизм концептуальной метафоры. Например:

(1) *If you were living in anywhere anyplace in the world and you were counting on America to be your Savior. Good heavens! What would you be thinking today?*

(2) *I thought that this market in this country was much more fragile than it is.*

(3) *It is Trump who is trying to stop the bleeding of this country.*

(4) *If you want **Middle East** to continue to flood into this country...*

Следующим приемом фактологического манипулирования, характерным для исследуемой дискурсивной личности являются *квазиколличественные высказывания*, в которых речь идет об измерении таких «величин», которые не могут быть измерены в принципе:

(1) *Democrats in the mainstream media now have **more paranoia** about Russia than they did during the entire Cold War;*

(2) *You have **more power** than you may imagine;*

(3) *The Democrat Party is **a bigger threat** to our freedom than the Russians are.*

Особой техникой фактологического манипулирования является использование *квазиструктурных высказываний*, где те «связи», о которых говорится, не могут быть четко установлены. В высказываниях подобного рода сложная структура политической ситуации преподносится как легко прослеживаемая связь между событиями, при этом ряд ключевых связующих моментов может намеренно опускаться.

Частотным приемом фактологического манипулирования, применяемым в исследуемом типе дискурса, являются *квазиточные высказывания*. Суть данного приема состоит в приведении точных количественных данных в ситуациях, когда данные на самом деле приблизительны. Говорящий с целью предотвращения обвинений в искажении истины, как правило, сопровождает квазиточные высказывания наречиями-деинтенсификаторами (*likely, probably* и пр.) и парантетическими внесениями с модальным значением вероятности, при этом адресат воспринимает точные цифры как прямое доказательство истинности произносимого, не акцентируя внимание на средствах выражения модальности. В следующем контексте Майкл Сэвидж употребляет точные цифры, сопровождая их деинтенсификатором, изменяющим модальный план высказывания – *let's say*, однако аудитория воспринимает перечисление точных цифр как гарантию истинности высказывания, игнорируя его

модальный план. Ср.: *And the only thing Trump can do, which is not doing, he is not doing it quickly enough is hire 300 lawyers and unleash a **hundred** of them on each of these people, who are attacking Jeff Sessions. A hundred..., let's say, 50 lawyers on Pelosi, 50 lawyers on Schumer, 50 lawyers on Blumenthal and 200 lawyers on Gutierrez. And then we'll see if within 20 days or 30 days' time, if they work around the clock, if this **false narrative** about Russia interfering is still going on...*

В следующем высказывании можно наблюдать одновременную реализацию квазиколичественной и квазиточной предикации. Отношение того или иного вопроса к досье не может измеряться в количественных (тем более точных) величинах. Ср.:

*The idea that it's if a senator sat down with an ambassador, quite frankly from any country, but Russia too, in this office in September, the idea that that was covered by this inquiry... A **93 percent** of the **question** related to this dossier.*

Фокусировочное референциальное манипулирование состоит в намеренном помещении в поле зрения аудитории лишь выгодного адресанту аспекта обсуждаемой политической ситуации либо фигуры. Данный вид манипулирования часто сочетается с квазиструктурными высказываниями, так как, освещая лишь один аспект ситуации, радиоведущий в ряде случаев опускает и связи между политическими событиями и фигурами, имеющие существенное значение. Сдвиг прагматического фокуса, наблюдается, в частности, в следующем контексте:

*Why is Schumer, a man of Jewish descent, is so soft on Islamofascism? There is something that doesn't bewilder me. I understand liberalism is a mental disorder, it creates so many blind spots, they can't see in front of themselves let alone beside themselves.*

Радиоведущий Майкл Сэвидж обвиняет сенатора Чарльза Шумера, члена демократической партии США, в поддержке излишне мягкой миграционной политики президента Барака Обамы, однако, деятельность Шумера, безусловно, не исчерпывается только этой сферой. Более того,

называя политического оппонента приверженцем исламо-фашизма (*so soft on Islamofascism*), радиокomentатор очень существенно искажает истину, так как ни к фашизму, ни к исламизму Чарльз Шумер отношения не имеет. В данном случае реализуется также тактика вербальной инсинуации, что подтверждает тот факт, что тактики дискредитации оппонента и манипулятивные тактики в подавляющем большинстве случаев вербализуются одновременно и имеют общую прагматическую направленность.

Основными тактиками фокусировочного референциального манипулирования, выделяемыми Е.И. Шейгал являются эвфемизация и дисфемизация. «Дисфемизм – это инвектива, основанная на гиперболизации отрицательного признака или замене положительного оценочного знака на отрицательный. Эвфемизм – анти-инвектива, основанная на преуменьшении степени отрицательного признака или на переключении оценочного знака с отрицательного на положительный» [Шейгал, 2000, с. 241].

Эвфемизмы и дисфемизмы коррелируют с двумя особыми риторическими стратегиями, характерными для идеологических текстов – стратегиями мобилизации и демобилизации общественного мнения. Стратегия мобилизации употребляется теми политиками, целью которых является изменение существующего положения дел. «При этой стратегии политические события представляются в драматическом виде, а положение – как ужасное, требующее решительных действий. Эта стратегия «ищет виновных», используя отрицательно-оценочные номинации» [Михальская, 1996, с. 151]. При стратегии демобилизации «ситуация подается как нормальная, хотя и сложная, а события, как естественно идущие своим чередом, и требующие терпения от членов общества. Эта стратегия применяет эвфемизмы и избегает указания в речи на конкретных виновников или ответственных за происходящее» [Там же: с. 152].

Особенностью предвыборной полемики, на которую направлены авторские радиoproграммы (*radio talks*), находящиеся в фокусе настоящего

исследования, является их направленность на изменение существующего положения дел, а именно на смену президента. Таким образом, они нацелены на *мобилизацию электората* и, соответственно, основной тактикой фокусировочного референциального манипулирования в них является дисфемизация.

Ведущей речевой характеристикой дискурсивной личности американского политического радиокomentатора является использование дисфемизации с целью фокусировочного манипулирования адресатом, дискредитации оппонента и провокативной самопрезентации.

*Ср.: (1) And Barack Obama and John McCain. And Barack Obama and Mitt Romney. I've learned. I am NOT going to say that either one of these two is going to be the **death** of us (**death** – serious mistake);*

*(2) Pelosi is a **liar**, Pelosi got caught **lying** and I was warning everyone on the show yesterday and the day before... (**lying** – not telling all the truth);*

*(3) These **conniving criminals** must understand that we're not going to give up in this war. These **conniving criminals** must be fought back against. This is beyond ridiculous. **Democrats** in the mainstream media now have more paranoia about Russia than they did during the entire Cold War (**conniving criminals** – democrats).*

Как справедливо отмечает Е.И. Шейгал, «одной из наиболее значимых специфических характеристик эвфемистического и дисфемистического переименования в политическом дискурсе является его ориентация на базовую семиотическую оппозицию «свой – чужой»» [Шейгал, 2000, с. 252]. Это обусловлено преимущественно групповым характером политических ценностей. Т. ван Дейк, много занимавшийся исследованием расистского дискурса, выделяет две основные взаимодополняющие стратегии, которые можно распространить на любой тип дискурса, организованный вокруг противостояния МЫ – ОНИ: это стратегии положительной самопрезентации и негативной презентации чужих. Среди прочих средств реализации этой поляризованной модели – риторические фигуры гиперболизация и эвфемизм



[ван Дейк, 1995]. Негативная презентация чужих состоит в дисфемизации (гиперболизации) их отрицательных характеристик (того, что представляет угрозу для нас и наших ценностей) и преуменьшение, затушевывание их положительных характеристик («чужие» не могут быть такими же хорошими, как мы). Одной из категорий чужих в исследуемом дискурсе являются *беженцы из стран Ближнего Востока (мигранты)*, которые, по мнению радиоведущих, поддерживающих политическую линию Дональда Трампа, отравляют жизнь американского общества, поглощают массу ресурсов, ничего не давая взамен, увеличивают преступность и пр.

Ср.: ...*Markel is invading our own country with hordes of Muslims from countries replete with radical Islamic terrorism to ethically alter our own country... (hordes of Muslims – migrants).*

Количественный анализ показал, что ведущими тактиками *аргументативного манипулирования*, используемыми радиокomentатрами являются *тактика создания впечатления очевидности и общеизвестности факта* (тактика формулированием точки зрения в неопровержимой форме) и *тактика маскировки интенции коммуникативных ходов*.

Анализ частотности слов корпуса, проведенный при помощи корпус-менеджера AntConc, позволил сделать количественно верифицированные выводы о ведущей роли *тактики создания впечатления очевидности и общеизвестности факта* в числе тактик аргументативного манипулирования в исследуемом дискурсе. Основной целью данной тактики является моделирование социальной нормы, формирование ранее не существующих у реципиента текста комментария фоновых знаний, «программирование пресуппозиционного содержания и эпистемического пространства общественного мнения» [Клеменова, Кудряшов, 2016, с. 94], что позволяет получить тотальный контроль над характером последующей реакции массовой аудитории. В исследуемом корпусе данная тактика реализуется, главным образом, посредством употребления маркеров субъективной

модальности (*of course, sure, clearly* и т.д.), ментальных предикатов, безличных местоимений и пассивных конструкций.

Использование ментальных предикатов в сочетании с личным местоимением *you* помогает комментатору генерировать в сознании слушателей представление о сообщаемых фактах и описываемых событиях как об общепринятых, общеизвестных и отвечающих общественной норме. Наиболее частотными в корпусе являются следующие глаголы (в скобках указана абсолютная частотность слов корпуса): *know* (497), *understand* (61), *hear* (45), *remember* (29), *trust* (18).

Ср.: (1) *Now they're leaking CNN which is fake news, **you know** it's always been faked...;* (2) *And **you know** that, they will take what you give them;* (3)... *if you remember he did an interview afterwards where he was proud of that;* (4) *You **remember** the war against the police that was being conducted when Hussain that we selected was in power?*

Преследуя цель убедить слушателя в истинности и достоверности доносимой информации, политический комментатор прибегает к маркерам модальности категорической достоверности: *sure* (67), *exactly* (66), *of course* (59), *obviously* (37), *apparently* (35). Ср.: *It was **obviously** provided to the Oval Office, because it says right here. In the Obama administration's last day some White House officials scrambled to spread information about Russian efforts to undermine the presidential election across the governmen; She **apparently** had no chance of winning since she got the money and then lost.* Таким образом, даже занимая внешне нейтральную политическую позицию по обсуждаемой проблеме, политический комментатор способствует моделированию у реципиентов фоновых знаний, мотивирующих их к дальнейшему принятию определенного решения.

Второй доминантной тактикой аргументативного манипулирования является тактика маскировки интенции коммуникативных ходов. Количественный анализ показал, что основными коммуникативными приемами, реализацизующими данную тактику, являются:

- 1.маскировка оценочного суждения под риторический вопрос,
- 2.маскировка ассерции под отрицание,
- 3.маскировкой ассерции под гипотезирование или пресуппозицию.

Количественный анализ показал, что *маскировка оценочного суждения под риторический вопрос* является основной техникой манипулирования в арсенале исследуемой дискурсивной личности. Количество вопросительных предложений составляет 11 % всех высказываний в корпусе текстов Гленна Бека, 9 % в корпусе Майкла Сэвиджа и 7 % в текстах скриптов радиопередач Марка Левина.

Прагматические функции высказываний, имеющих форму вопроса, в работах последних десятилетий не раз становились предметом рассмотрения исследователей, ставилась задача построения прагматической типологии вопросительных по форме высказываний. Диапазон прагматических функций вопросительных высказываний очень широк и не поддается строгому учету (см., например, перечень вторичных функций вопросительных предложений в [Кобозева, 1988; Цурикова, 1992; Линдстрем, 2003; Алимджанов, 2019]). Вопрос – это способ выразить удивление, недоумение, отрицательную оценку, упрек, осуждение, порицание, опасение и др.

В числе вопросительных предложений, отобранных нами в исследуемых корпусах текстов, выделяются в первую очередь два типа риторических вопросов: 1. собственно-риторические вопросительные предложения и 2. несобственно-риторические вопросы.

К первому типу предложений – **собственно-риторическим вопросительным предложениям** – относятся такие высказывания, которые выражают оценочное суждение посредством «обратной констатации». При этом положительные конструкции содержат скрытое имплицитное отрицание, отрицательные – утверждение.

Рассмотрим для примера ряд контекстов.

Следующий отрывок комментария из радиопередачи Майкла Сэвиджа содержит цепь собственно-риторических вопросов:

*Where was Jeff Zucker? Where was Jeff Zucker then? Where was CNN? Where was their NBC at that time Hunter Biden joining the Ukrainian oil company as a board member? Would you call that suspicious?*

Очевидно, что в данном случае комментатор не интересуется у аудитории, где был Джефф Цукер, и можно ли считать это подозрительным, а утверждает, что Джефф Цукер намеренно не комментировал действия Байдена-младшего на Украине на своем канале, что подозрительно, так как может означать лишь то, что президент CNN Worldwide был в сговоре с политическими оппонентами Трампа.

В следующем контексте Гленна Бек не запрашивает информацию, а утверждает, что кандидаты на пост президента (оба оппонента Трампа) рисуют для избирателей идеальную картинку будущего, которая не более чем иллюзия, и ей нельзя верить:

*Doesn't either of these candidates strike you as painting the vision of the America you want to live in?*

Критикуя Шумера в следующем отрывке, Майкл Сэвидж спрашивает, как человек так быстро может стать настолько безнравственным. Однако, очевидно, что этот вопрос не требует ответа, являясь оценочным суждением про прагматической интенции:

*But you didn't hear about it, because there was no rat-like Schumer, an upright rat with big shoes. An upright rat in the suit! How did a man like this becomes so evil so fast? How?*

Второй тип – **несобственно-риторические вопросы** – включает в себя такие вопросно-ответные единства, где говорящий задает вопрос, не предполагая получения ответа от аудитории: (1) он сам отвечает на вопрос, таким образом выражая оценочные суждения о предмете обсуждения с манипулятивной целью либо (2) предоставляет аудитории самостоятельно сформулировать ответы на вопросы. Таким образом, несмотря на то, что вопрос употребляется в своей первичной функции, по прагматической направленности это риторический вопрос. Несобственно-риторические

вопросы составляют основу манипулятивного дискурса исследуемой медийной языковой личности, значительно преобладая количественно над собственно-риторическими (в приблизительной пропорции 5:1).

Задавая несобственно-риторические вопросы аудитории и отвечая на них самостоятельно, радиокomentатор создает у слушателей иллюзию независимого осмысления описываемых фактов и самостоятельной оценки событий, в то время как в реальности оценка является навязанной.

Рассмотрим несколько контекстов:

(1) *Still better than Hillary? Exactly!* (Гленн Бек)

(2) *So what if he loses Nevada but winds New Hampshire? It's not enough. He has to win Nevada. And make it all the rest. And pick off New Hampshire. That's gonna be hard* (Гленн Бек)

(3) *And more particularly, do I have to ask what Mr. Gutierrez might be hiding. And why he wants Sessions gone? Mr. Gutierrez, after all, was one of the loudest and slimiest voices in favor of illegal aliens voting and illegal aliens sucking our welfare system dry and illegal aliens granted citizenship!* (Майкл Сэвидж)

(4) *Pelosi expressed her desire to go to Russia and visit the Duma in Russia. Did she want a free trip? We don't know. Was she gonna fly in the Google plane? We don't know.* (Майкл Сэвидж)

(5) *About having one chance meeting with the Russian ambassador and then having one meeting in his senate office as a senator with the Russian ambassador? Well why would he want to cover that up? Exactly, they said he never had any discussions about the campaign and so forth. This senator...this senator he met with the Russian ambassador in September. And he says he didn't discuss the campaign. But he had discussed the campaign. It depends on what he would have said about the campaign* (Марк Левин)

В каждом из приведенных выше контекстов, отвечая на несобственно-риторический вопрос, радиоведущий дает собственную оценку политических событий и фигур. Важно отметить, что мнение говорящего навязывается

адресату в категоричной форме, что подтверждается использованием оценочных интенсификаторов (*exactly* (1), (5)), повторов (4), простых предложений, создающих эффект «рваного», динамичного синтаксиса» (2), (4).

Около 25% несобственно-риторических вопросов в исследуемых корпусах текстов не сопровождаются ответами радиоведущего. Задавая вопросы, комментатор предлагает аудитории самостоятельно сформулировать ответы на вопросы.

Ср.:

(6) *Why are they so Russophobic? Why have they dropped the ball in the war against the Islamofascism? More importantly, why they tried to stop Donald Trump's war against Isis and his war against the Islamofascism?* (Майкл Сэвидж)

(7) *Why the progressives are seeking war with Russia and conflict? Why did they have "Black lives matter" and other vicious streak groups attacking police? Why do they have the radical Islamists on their side while the American people themselves have seen someone as their enemy that is those deplorable who vote for Trump?* (Майкл Сэвидж)

Предлагая аудитории найти самостоятельные ответы на проблемные вопросы идеологического содержания, радиоведущий (Майкл Сэвидж) создает у адресата иллюзию самостоятельного политического выбора. Однако в данном случае вопросы содержат оценочную лексику с идеологической коннотацией, ориентирующие аудиторию на принятие посткоммуникативного решения, выгодного ведущему: *Russophobic, Islamofascism, progressives (оценочная номинация Демократической партии) seeking war and conflict, vicious streak groups, enemy, have the radical Islamists on their side, war against Isis.*

Следующим по частотности приемом аргументативного манипулирования, используемым дискурсивной личностью американского политического радиоведущего является *маскировка ассерции под отрицание.*

Ср.:

(8) *But now let's focus on the big problem. Joe Biden's son, Hunter Biden. Forget the fact that **he's having an affair with his dead brother's wife.** That's minor. That's nothing to commit. That's nothing. There's no ethical violation in that (Майкл Сэвидж).*

В данном контексте, утверждая на поверхностном уровне текста, что личные отношения с женой недавно умершего брата не являются этической проблемой (*That's minor. That's nothing to commit. That's nothing. There's no ethical violation in that*), радиоведущий фактически констатирует обратное: «данному человеку не место в политике, он слишком аморален для этого».

Примером *маскировки ассерции под гипотезирование или пресуппозицию* могут послужить следующие контексты:

(9) *Administration was investigating top officials in the Trump campaign, **maybe** even Trump himself, during the course of the election* (Марк Левин).

(10) *So, in other words this information that was being collected, **maybe** by the NASA, the CIA, the DIA, the FBI... who knows? **Maybe** all of them* (Гленн Бек).

(11) *And attorney-general Jeff Sessions is now recusing himself from any investigation that **might** involve Russia and the Trump campaign* (Гленн Бек).

(12) *... CNN is reporting it which means it **could** be fake news it's coming from two of the biggest fake news men in the business* (Майкл Сэвидж).

Отмечая, что была возможность проведения административного расследования на самом высоком уровне (пример 9), Марк Левин на деле утверждает, что таковое было проведено, маскируя ассерцию под гипотезирование. Подобная же манипуляция наблюдается в контексте 12, где радиоведущий (Майкл Сэвидж), высказывая предположение, что новости CNN могут быть фейком, фактически утверждает это, так как средства модальности (*could*) лишь смягчают категоричность высказывания, но не моделируют его истинностный аспект: аудитория воспринимает лишь пропозициональное содержание – *news is fake*.

Гипотезирование является одним из способов моделирования представлений о событиях в сознании масс. В отличие от фактической информации, предположение дает большую свободу в рамках истинности высказывания, в силу меньшего риска опровержимости.

Ср.: *No matter how popular the spending plan **might** be. At least not if it **is to be paid** for out of the federal treasury.* Использование пассивного залога способствует отстранению радиоведущего от высказываемого им мнения, следовательно, идея становится более объективной. Однако, вербализация личного мнения за счет саркастической ремарки ставит радиокomentатора на позицию «своего» для слушателя, чье восприятие правительства, в любом случае, характеризуется как «чужие», действующие в угоду себе. Данная манипуляционная уловка значительно сокращает дистанцию между дискурсивной личностью американского политического комментатора и реципиентами, указывая на честность, прямолинейность и смелость.

Основным языковым средством реализации коммуникативного приема гипотезирования являются модальные глаголы *may/might* и *could*, модального наречия *maybe* и других слов, меняющих модальную рамку высказывания (*possibly, likely* и пр.). Количественный анализ показал, что глаголы *may/might* и *could* составляют 14,8% и 12,7% от общего количества актуализируемых модальных глаголов в корпусах соответственно.

Основным типом, реализуемым в дискурсе радиопередач на политическую тему, является манипулятивное воздействие, построенное на искажении истинностного аспекта высказывания, однако достаточно значительную роль в дискурсе радиокomentатора играют прямые воздействующие стратегии, одной из которых является стратегия побуждения, которую также можно рассматривать как особый тип манипулирования сознанием адресата.

Отдельным способом осуществления манипулятивного воздействия в дискурсе американского политического комментатора, ведущего авторскую радиопередачу, является использование прямого побуждения.



Методом количественного подсчета было установлено, что доминантным средством реализации *стратегии побуждения* в исследуемых текстах являются модальные глаголы с семантикой долженствования *have to*, *should*, *ought* и *must*.

Наименьшая категоричность импозитивности наблюдается в высказываниях с глаголом *have to*. Глагол *have to* используется для описания ситуации как вынужденной, обязывающей извне.

Ср.: *And as we tried in the lead-up to the general election to put the pressure on to move him towards more Liberty, constitutional, capitalist agenda and he did more. I feel now more than ever we **have to do** it.*

Глагол *should* и *ought* во всех выделенных контекстах употребления используются в предикативных сочетаниях с инклюзивным местоимением *we* (*we should*, *we ought*). Семантика местоимения смягчает категоричность глаголов *should* и *ought*, таким образом, тактика солидаризации поддерживает стратегию побуждения.

Ср.: *We **should** step back and look at it from that perspective. Only thing that might change is the fact that we are looking at an election where both sides are just so dead set against the other side.*

Одним из частотно реализуемых значений модального глагола *can* в корпусе является имплицитный запрет. Ср.: *Well, you **can**'t talk to these people, they're brainwashed Russians and they want war with the country they fled even though they're living high on the hog here in America.* В данном контексте выражен запрет на общение с группой людей, основанием для которого является отсутствие у членов группы способности принимать решение самостоятельно (*brainwashed*) и обоснованно (*they want war... even though they're living high on the hog here*).

Средствами реализации как манипулятивного, так и прямого воздействия в корпусе служит также оценочная лексика. Оценочная стратегия в данном типе дискурса поддерживает все ведущие стратегии жанра.

Отрицательно-оценочная лексика служит в дискурсе радиоведущего политической программы формированию дискредитирующего образа идеологического противника, запугиванию политических оппонентов и укреплению собственного авторитета и составляет 1 583 слова (1,4% от общего количества слов корпуса). Данное количество подразделяется на 31,8% прилагательных (*corrupt, dangerous, horrible, sick, tough, criminal* и пр.), 31% существительных (*criminals, bribery, destruction, depression, fear, thieves, madness* и пр.), 23% глаголов (*hate, demonize, betray, lie (about), kill* и пр.), 13,2% наречий (*stupidly, criminally, goofily, unfairly* и пр.).

В заключение важно отметить, что нарушение этических норм в речевом поведении радиоведущего (манипуляции с истинностным аспектом высказывания), должно было бы приводить к отчуждению аудитории от радиоведущего как личности и снижению эффективности воздействия дискурсивных техник, с другой стороны, существование в условиях эскалации «информационной войны», к которой всё более адаптируется современный адресат политического медиадискурса, приводит к снижению его «эпистемической бдительности», и девиантное речевое поведение журналиста может привлечь и удержать внимание слушателей своей внешней прогрессивностью и эпатажностью.

### **3.3. Речевая агрессия как доминантная тональность дискурсивной личности американского политического радиокомментатора**

Интенция борьбы за власть находит отражение в таком свойстве политического медиадискурса как *агональность*, которая трактуется как одна из базовых характеристик политического дискурса, связанных с интенцией борьбы за власть [Шейгал, 2004]. В широком смысле агональность понимается как такой модус коммуникации, в котором противоборствующие стороны добиваются превосходства при помощи определенных стратегий и тактик. Агональность предопределяет ключевой набор типов

коммуникативной тональности, которые становятся важнейшей характеристикой обобщенно-типовых дискурсивных личностей в политической коммуникации.

По мнению Е.И. Шейгал, агональность в коммуникации может быть как толерантной, так и нетолерантной – конфликтной, связанной с проявлением агрессии [Шейгал, Дешевова, 2009, с. 147]. Для конфликтной дискурсивной личности доминантным эмоционально-стилевым форматом общения выступает речевая агрессия, которая является трудноопределимым объектом исследования в силу отсутствия четких критериев выделения маркеров агрессивности.

Разнообразие подходов к исследованию маркеров агрессивности в языке обусловило сосуществование в лингвистических работах последних лет таких тождественных терминов для обозначения данного явления, таких как «языковая агрессия» [Апресян, 2003; Фирсова, 2018 и др.], «речевая агрессия» [Воронцова, 2006; Карякин, 2010; Глухова, 2017 и др.], «вербальная агрессия» [Шейгал, 1999; Щербинина, 2008 и др.]. В настоящей работе используется термин «речевая агрессия», который, по нашему мнению, задаёт вектор исследования языковых средств реализации агрессии как ингерентной черты ряда жанров и типов дискурса. В современных лингвистических исследованиях речевая агрессия определяется как «неаргументированное или недостаточно аргументированное открытое или скрытое (латентное) вербальное воздействие на адресата, имеющее целью изменение его личностных установок (ментальных, идеологических, оценочных и пр.)» [Сковородников, 1997]. Термин «речевая агрессия» употребляется применительно к самым разнообразным речевым действиям, весьма неоднородным по мотивации, ситуациям проявления, формам словесного воплощения, интенциональной направленности» [Щербинина, 2008, с. 14].

Т.А. Воронцова выделяет следующие коммуникативно-прагматические типы проявления речевой агрессии: речевая агрессия в межличностной

(интерперсональной) коммуникации (субъектом агрессии в данном случае является адресант, объектом – адресат, т.е. объект речевой агрессии является непосредственным участником коммуникации); речевая агрессия как активное навязывание адресату негативного отношения к референту высказывания (в этом случае аффективный и прагматический векторы направлены на разные объекты, объект агрессии не представлен в коммуникации, но обозначен в речи); речевая агрессия как вторжение в когнитивное пространство адресата с попыткой его трансформировать (объекты речевой агрессии в данном случае представляют собой понятие с «размытым» смыслом (например, государство, демократия и т.п.)) [Воронцова, 2006, с. 84-85].

В политическом медиадискурсе можно говорить о косвенной адресации речевой агрессии. В целом ряде ситуаций, тем не менее, второй и третий типы речевой агрессии в представленной выше типологии Т.А. Воронцовой реализуются одновременно либо трудно дифференцируемы, так как референт высказывания (конкретное лицо или множественный объект) ассоциируется у адресата с той или иной политической идеологией, теми или иными ценностными установками. В силу косвенной адресации речевая агрессия в медиадискурсе является осознанной и намеренной, а не случайной и спонтанной. При когнитивно-дискурсивном подходе к описанию публичной языковой личности речевая агрессия «становится неким показателем культурно-компетентностного уровня её развития как участника медийного дискурса» [Фирсова, 2018, с. 50].

Рассматривая речевую агрессию в повседневной бытовой межличностной коммуникации, К.Ф. Седов выделяет следующие типы агрессивных коммуникативных актов (тактик): угрозу, оскорбление, возмущение, обвинение, упрек, насмешку, демонстрацию обиды, угрожающее молчание, проклятье, злопожелание, отсыл, грубое прекращение коммуникативного контакта и констатацию некомпетентности [Седов, 2003, с. 211]. Исследуя речевую агрессию в бытовом речевом жанре

«ссора», автор отмечает, что тактики/коммуникативные акты агрессии являются «внутрижанровыми» [Седов, 2003, с. 211]. Набор типичных для того или иного жанра тактик речевой агрессии детерминирован его коммуникативными характеристиками и является одной из ведущих характеристик жанра и, шире, типа дискурса, а также существенной составляющей структуры дискурсивной личности.

В последнее время феномен речевой агрессии все чаще рассматривается как явление языковой системы, нарушающее экологичность дискурса [Ильинова, 2010; Ионова, 2010; Карякин, 2010 и др.]. С позиций эколингвистики, относительно нового и активно развивающегося научного направления, необходимость изучения вербальной агрессии обусловлена важностью распознавания, нейтрализации и предотвращения последствий деструктивного речевого поведения в разных типах институциональной коммуникации. В исследованиях механизмов речевого воздействия в медиакоммуникации «эколингвистический модус фокусирует внимание исследователя на информативной ценности новостного события и особенностях его этической отмеченности в дискурсивном медиапространстве» [Ильинова, 2010, с. 171]. В парадигме медиаэколингвистики, или экологии медийных средств коммуникации, исследуется понятие речевого мошенничества как вида речевого правонарушения (термин введен М.В. Горбаневским [см.: Горбаневский, 2007]), суть которого состоит в использовании языка в манипулятивных целях, в первую очередь в предвыборных кампаниях (см.: [Романов, 2002; Шейгал, 2009 и др.]).

Одной из задач настоящего исследования является выявление особенностей реализации речевой агрессии как важнейшей характеристики речевого поведения дискурсивной личности американского политического комментатора-радиоведущего.

Анализ текстов радиопередач показал, что агрессивная тональность является ведущим типом эмоционально-стилевого формата общения

исследуемой дискурсивной личности. Было выявлено, что основными коммуникативными актами, выражающими агрессию (тактиками речевой агрессии) в жанре политического радиокomentarия, являются: *оскорбление, возмущение, обвинение, насмешка, констатация некомпетентности и опосредованное прерывание коммуникативного контакта*. Во всех выявленных контекстах, содержащих речевую агрессию, она в той или иной степени поддерживает реализацию стратегий дискредитации и самопрезентации, а также манипулятивной стратегии.

В процессе публичного выступления медийной личности не возникает условий, определяющих ее обращение к разговорному стилю (неофициальность обстановки, статусное равноправие адресата и адресанта речи, ее подлинная диалогичность). В применении к дискурсу радиопередачи на политическую тему можно говорить о «скрытой форме диалога», точнее различных приемах диалогизации речи. Скрытая диалогичность дискурса радиопередачи обусловлена агональностью жанра (наличием противоборствующих сторон), с одной стороны, и необходимостью солидаризироваться с аудиторией, с другой. Радиоведущий имитирует разговорность, создавая у слушателей впечатление живого общения, с этой целью он обращается к аудитории, задает вопросы разных коммуникативно-семантических типов, использует специфические для разговорного синтаксиса экспрессивные модели (различные типы эллипса и инверсии, парцелляцию и пр.). Кроме того, комментатор постоянно ведет диалог со своими незримыми политическими оппонентами, обращаясь к ним, полемизируя с ними, условно обрывая с ними коммуникативный контакт, направляя на них критику, делая их объектом насмешек и оскорблений. В подавляющем большинстве выявленных нами контекстов экспрессивные синтаксические модели служат усилению эмотивности коммуникации и эффективности тактик речевой агрессии, однако «агрессивное» содержание высказываний определяется лексико-семантическими средствами языка.

В результате количественного анализа отобранных текстов радиопередач, нами было выявлено 793 языковые единицы разного уровня, объективирующие речевую агрессию в 586 контекстах. В целом ряде контекстов наблюдается конвергенция лексико-семантических и дискурсивных средств выражения речевой агрессии. Было установлено, что основными средствами объективации вербальной агрессии в дискурсе современного американского политического радиокомментария являются: оценочная разговорно-просторечная и книжная лексика английского языка, инвективная лексика, стилистические образные средства (в частности, метафора и сравнение), сленг, ирония, неологизмы и окказионализмы, а также аллюзия (аллюзивные имена, отсылки к прецедентным текстам и ситуациям и пр.). См. Таблицу 2. и Рис. 7

Таблица 2. Распределение лингвостилистических средств реализации агрессии в корпусе текстов политических радиокомментариев

Языковые средства	Количество употреблений в тексте	Процентное соотношение
Разговорно-просторечная оценочная лексика	286	36%
Книжная оценочная лексика	139	17.5%
Стилистические образные средства	105	13%
Инвективная лексика	72	9%
Аллюзия	64	8%
Сленг /жаргон	52	6.5%
Ирония	46	6%
Неологизмы и окказионализмы	29	4%
Итого	793	





эмотивно заряжена, что служит эскалации агрессии и направлена на реализацию одной из ее самых аффективных тактик – оскорбление. Агрессивная метафора в дискурсе политического радиокomentarия также является средством создания языковой игры, которая, во-первых, позволяет удержать внимание аудитории, а, во-вторых, актуализирует стратегию самопрезентации. Метафорический тип мышления и креативность в использовании языковых средств, характерные для медийной дискурсивной личности радиокomentarатора, обусловлены необходимостью осуществления фасцинативного воздействия на аудиторию, которое позволяет существенно усилить эффективность манипулятивных приемов.

Так критикуя политику Барака Обамы, политический комментатор использует метафору *at the point of a gun*. Ср.: *The government can force people, who don't wish to associate with each other, to do so only **at the point of a gun**. It can make people say words, they don't believe are true, only at the point of a gun.*

Тактика оскорбления реализуется посредством метафорического эпитета *well-orchestrated*. Ср.: *It's obvious it is a coup with the whole fake Russian story. It's been well kind, **well-orchestrated** they've had this in the works for a while.*

В следующем контексте тактики оскорбления и насмешки вербализуются посредством метафор *clowns* (клоуны) и *joining in the choir* (присоединяющиеся к хору): *We have a silent coup attempt going on here. And **clowns** on Capitol Hill that call themselves Republicans. I say it's stupid, but **they're joining in the choir**.* Инклюзивное использование личного местоимения *we* служит средством выражения косвенной адресации агрессии: комментатор (Марк Левин) объединяет себя с аудиторией, направляя агрессию на референта высказывания, в данном случае множественного.

В следующем примере, используя метафору *you're eating your own people*, радиоведущий реализует тактики обвинения и возмущения,

агрессивно критикуя миграционную политику демократической партии США, к которой относятся Барак Обама и основной соперник Дональда Трампа в предвыборной гонке – Хиллари Клинтон. Ср.: *They won't fight on the immigration. It's just disgusting! For God's sake, what kind of party is this? For God's sake, you're eating your own people!* В период нахождения у власти демократической партии неотъемлемой составляющей политической системы США стало лоббирование интересов мигрантов, включая нелегальных, поддержка тенденции к расширению миграции и укреплению этнических групп. Данные тенденции неоднозначно оценивались американским обществом в период предвыборной кампании Дональда Трампа, который озвучивал в качестве одного из основных пунктов своей президентской программы ужесточение миграционной политики.

В следующем примере объектом речевой агрессии в очередной раз становится политический оппонент Трампа Чарльз Шумер: *Schumer is operating exactly the way they did in the ex-Soviet Union. He is dirtier than a slick deal chimney and 18th century in England.* Образное сравнение *dirtier than a slick deal chimney and 18th century in England* служит снижению образа референта высказывания. Вербальные инсинуации такого рода, поддерживают агрессивную саркастичную тональность дискурса; будучи основанными на ярких, легких для восприятия образах (*dirtier than a slick deal chimney*), они надолго остаются в памяти аудитории. Речевая агрессия поддерживается в контексте использованием глагола *operate*. В данном случае реализуется оценочное значение глагола – «*to do bad or illegal with a particular purpose*».

Высокий уровень агрессивности политического комментария достигается использованием инвективной лексики, которая все чаще становится нормой аналитического медиадискурса. В широком смысле инвективу определяют как речевую функцию нанесения оскорбления, как «любое словесно выраженное проявление агрессивного отношения к оппоненту» [Жельвис, 2008, с. 214] Такой функцией обладают, прежде всего,

инвективы в узком смысле, такие как ругательства, бранные слова, употребление которых является вербальным нарушением этических норм, принятых в социуме. Основными тактиками речевой агрессии в дискурсе политического радиокомментария, реализуемыми инвективами (в том числе вульгаризмами) являются оскорбление, возмущение и насмешка. Говоря о публикации книги о Бараке Обаме и его семье, политический комментатор употребляет инвектив *idiots*, заявляя: *What's astonishing is **the idiots** in that random house had the nerve to say: "We are with thrilled to be publishing the Obamas, because they transformed America in such a wonderful way"*. Книга, представляющая собой краткую биографию президента США, была написана с целью создания положительного образа Барака Обамы. Одной из задач комментатора является дискредитация политической линии Обамы. Не рискуя направить явную агрессию на самого президента, он делает объектом критики издателей книги.

В следующем контексте основным средством выражения агрессии является инвектива *slobs (нридурки)*: *What stupid nation on Earth would let fat **slobs** come over to this country and live without working but a nation that is committing suicide?* На поверхностном уровне текста речевая агрессия направлена на весь американский народ, потворствующий наводнению страны нелегальными мигрантами, однако реальным объектом речевой агрессии является в данном случае Хиллари Клинтон, открыто поддерживающая лояльное отношение к действующей миграционной политике. Тактика возмущения поддерживается также вопросительной формой высказывания.

Вопрос, а также цепь вопросов разных коммуникативно-семантических типов, синтаксический параллелизм и повторы увеличивают прагматический эффект лингвостилистических средств реализации агрессии, в частности, вульгаризмов. Ср.: *So what is it that you want? War with Russia? What is it you want? I'm asking you **damn** question! What is it you want, war with Russia right now? What do you want?*

Продолжая критиковать Джеффа Цукера за отказ комментировать факт коррупционной деятельности Хантера Байдена, Гленн Бек применяет в следующем контексте агрессивные тактики *оскорбления, насмешки и констатации некомпетентности референта*. Ср.: *So why then is this tempest so large? It's because of rats like Jeff Zucker, lowest of the low. A man who runs a network who could, should be running a card table in a Bowery bum hotel is making it into a scandal, but there is no scandal.* В данном контексте также можно наблюдать конвергенцию средств выражения речевой агрессии. Помимо инвективы *rats*, комментатор использует гиперболу *lowest of the low*, а также прецедентное имя *Bowery hotel*. Сеть отелей Bowery известна как одна из самых бюджетных в США. Говоря, что Джефф Цукер пригоден только для того, чтобы работать крупье в третьесортном отеле, Гленн Бек обвиняет его в профессиональной непригодности на посту директора крупнейшего телеканала США.

В следующем контексте корпуса речевая агрессия радиокomentатора (Марка Левина) направлена на бывшего спикера Палаты представителей Конгресса США Джона Бейнера. Последний неоднократно называл потенциального кандидата в президенты США от Республиканской партии Теда Круза «Люцифером во плоти» за то, что тот отказался поддерживать кандидатуру Дональда Трампа на выборах. Ср.: *Isn't he [Ted Cruz] still going around trash and didn't he do that the other day? Calling him Lucifer again, the old drunk. Ah, shut up, get back under the table with your bottle of bourbon.* В данном случае агрессия реализуется посредством инвективы *the old drunk*, грубо-просторечного выражения *shut up*, императивов *shut up* и *get back under the table*. Однако возмущение радиоведущего сфокусировано на речевом поступке референта высказывания. Фраза “*calling him Lucifer*” служит средством апелляции к прецедентному высказыванию Джона Бейнера (*US presidential hopeful Ted Cruz has been called "Lucifer in the flesh" by the former Speaker of the House of Representatives, John Boehner (28 April 2016, BBC News)*). В данном случае можно говорить также о достаточно высоком

коммуникативном потенциале прецедентного имени – библейской аллюзии *Lucifer*. Актуализация механизмов прецедентности в дискурсе радиокомментария не должна требовать от его адресата широкой эрудиции и глубоких специальных знаний. В частности, широкой публике известно, что Люцифер – это падший ангел, который возгордился, отвернулся от «своих» и за это был изгнан из рая. Больше информации для верного понимания импликаций не требуется. Анализ текстов корпуса показал, что все универсально-прецедентные и культурно-прецедентные имена в корпусе относятся к числу широко известных.

В следующем фрагменте речевая агрессия радиоведущего (Гленна Бека) направлена на американских политиков, сфабриковавших дело о вмешательстве России в предвыборную кампанию Трампа и в первую очередь на Чарльза Шумера: *As you know I'm a student of history, especially wartime history. One little footnote for all of you, **Russo haters**. Have you ever heard of the war between the Germans, the Nazis, and Russia? You know anything about that? Did Schumer know anything about that war?* Оказионализм *Russo haters*, образованный неологизмом *haters* (хейтеры) и прилагательным *Russo*, построен по продуктивной в англоязычной языковой практике словообразовательной модели и обладает выраженным уничижительным значением.

В следующем контексте речевая агрессия, выражающаяся в акте подчеркнутого пренебрежения, передается оказионализмом-голофразисом *Whatever-His-Name-Is-Gutierrez*.

Ср.: *Nancy Pelosi, Charles Schumer, **Whatever-His-Name-Is-Gutierrez**... ask yourself, what they have to hide and what they're afraid and should they be afraid of Jeff Sessions investigation?*

Карлос Гутьеррес является одним из американских бизнесменов, открыто выступивших против кандидатуры Трампа на выборах. Прагматический потенциал авторского оказионализма *Whatever-His-Name-*

*Is-Gutierrez* поддерживается в приведенных выше контекстах синтаксической организацией высказываний.

Важным средством реализации имплицитной речевой агрессии в корпусе является ирония. М. В. Никитин, описывая семантические механизмы иронии, отмечает, что для ее создания необходим конфликт между эксплицитным значением высказывания и 1) другими эксплицитными и/или имплицитными значениями того же текста либо 2) значимым фоном коммуникации [Никитин, 1988, с. 157-158]. В дискурсе политического радиокомментария ирония, будучи социально направленной и аффективной, часто становится сарказмом. Саркастичная тональность является важнейшей коммуникативно-прагматической характеристикой дискурсивной личности радиокомментатора.

Ср.: *What was your name again? I forget her name. Oh, I think Hillary... something? Oh, yeah, Hillary Clinton.*

Радиоведущий утверждает, что забыл имя Хилари Клинтон, обсуждению персоны которой он посвящает большую часть программы, чтобы показать, что он не считает ее серьезным оппонентом Дональду Трампу.

Рекламируя в одной из передач свою книгу «*Trump's War: His Battle for America*», посвященную описанию биографии Дональда Трампа, Майкл Сэвидж направляет критику на членов демократической партии, которые, по его мнению, пропагандируя толерантность, человеколюбие и свободу прессы (“*the left are so tolerant and so loving and they believe in freedom of the press*”), открыто преследуют сторонников Трампа. Ср.: *Once you can't carry «Trump's War» on a municipal bus in New York city or San Francisco get ready to have three bodyguards with you, because the left are so tolerant and so loving and they believe in freedom of the press ... but they probably beat you up with my book. They're very tolerant people in Nazi fascist brown shirts.*

Если в первом из приводимых контекстов (“*I forget her name*”) механизм иронии основан на конфликте между эксплицитным значением

высказывания и значимым фоном коммуникации (имя Хилари Клинтон хорошо известно аудитории, ее персона и действия активно обсуждаются), то во втором примере можно наблюдать противоречие между эксплицитным значением элементов текста (*“the left are so tolerant and so loving and they believe in freedom of the press”, “very tolerant people”*) и имплицитными значениями того же текста (*“get ready to have three bodyguards with you”, “people in Nazi fascist brown shirts”*).

Проведенное исследование показало, что агрессивная, саркастичная и провокационная тональности являются ведущими характеристиками речевого портрета современного американского политического комментатора. Будучи одним из основных инструментов манипулятивного воздействия, речевая агрессия в политическом ток-шоу на радио является инструментальной, косвенной, опосредованной и эмоциональной. Несмотря на то, что основной целью политического радиокomentатора является не запугивание аудитории, а ее побуждение к принятию конкретного посткоммуникативного решения, агрессия в данном жанре аффективна и крайне враждебна. Отказ от экологичности коммуникативного поведения в значительной мере мотивирован необходимостью участия в жесткой конкурентной борьбе в условиях растущей интенсивности информационного потока в современной медиакоммуникации. “Неэкологичность” общения является инструментом эмоционального воздействия на аудиторию, радиоведущий намеренно эпатирует слушателей грубостью своих речевых действий с целью полного захвата их внимания. Степень неэтичности коммуникативного поведения доходит в ряде случаев до уровня, когда становится возможным говорить о *речевом правонарушении* (речевом хулиганстве и даже речевом «убийстве»). Данный вывод подтверждается тем фактом, что каждый из комментаторов, записи передач которых послужили материалом для исследования, неоднократно обвинялся в неэтичной риторике и недостатке политической корректности. В частности, Майкл Сэвидж (Вайнер) «за поддержку экстремизма и пропаганду ненависти в

СМИ» в мае 2009 года попал в список лиц, которым был запрещен въезд в Великобританию. Консервативный американский радиоведущий завершал список, включающий террористов и неонацистов. Правомерность данного решения британских властей неоднократно оспаривалась, однако самообвинение сделало возможным поставить агрессивные речевые действия в один ряд с серьезными преступлениями. Важно отметить при этом, что обвинения в риторической некорректности не снизили, а повысили рейтинг популярности рассматриваемых медийных личностей и их радиопередач. Таким образом, самопрезентационная тактика эпатирования, реализуемая средствами речевой агрессии, становится в дискурсе политического радиокомментатора основным инструментом провокативной самопрезентации.

### **3.4. Аксиологические ориентиры дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего**

#### **3.4.1. Методология исследования ценностных характеристик дискурсивной личности**

Ценностные характеристики представляют собой, с одной стороны, общую аксиологическую систему современной картины мира конкретного общества, объединяющую доминантные исторически сложившиеся установки, а, с другой стороны, более личную и индивидуальную форму презентации дискурсивной личности. Эксплицитные и имплицитные аксиологические смыслы в медиаполитическом дискурсе выражаются посредством ценностно-маркированного игрового сценария, реализуемого автором и адресатом. Мотивацией автора в данном игровом сценарии является целенаправленное моделирование восприятия реальности адресатом посредством дискурсивного конструирования определенного набора ценностей.

В лингвистике и социальной психологии существует множество определений категории «ценность». Например, американский психолог



Милтон Рокич определяет ценность как «устойчивое убеждение в том, что определенный способ поведения или конечная цель существования предпочтительнее с личной или социальной точки зрения, чем противоположный или обратный им способ поведения, либо конечная цель существования» [Рокич, 2009]. Автор полагает, что существует незначительное количество ценностей, определяющих мировоззрение и сценарий поведения большинства людей. Апелляция к этим (базовым) ценностям в дискурсе власти способна оказать влияние на ход социальных и политических событий. Все ценности подразделяются, по мнению ученого, на терминальные (связанные с целью индивидуального существования) и инструментальные (связанные с образом действия и способами достижения целей) [Рокич, 2009].

В.Л. Абушенко определяет ценности как «смыслообразующие основания человеческого бытия, задающие направленность и мотивированность человеческой жизни» [Абушенко, 2002, с. 21]. Следовательно, ценности представляют собой триаду смысла, мотивации и ориентационного вектора. В нашем понимании предельные смысловые ценности *выполняют регулятивную функцию в обществе, объединяя в себе нормы поведения, жизненные ориентиры и принципы*, которые служат сплочению социума, ограничению и типизации действий людей в обществе. Ценностные ориентиры формируются избирательным отношением к духовному и материальному благу.

В.И. Карасик выделяет следующие категории ценностей, которые находят разные способы языковой реализации в различных дискурсивных практиках: базовые ценности (терминальные и инструментальные); коллективные и индивидуальные ценности; моральные и утилитарные ценности; телесные и духовные ценности; дискурсивно-специфические и дискурсивно-универсальные ценности; собственно ценности (представленные в виде концептов и скриптов) и уточняющие их нормы

(запреты и предписания), а также различные частные рекомендации (обыкновения и традиции) [Карасик, 2019].

С целью выявления основных ценностных характеристик дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего мы сравнивали списки базовых ценностей, которые считают свойственными американскому обществу исследователи культуры и истории США [см.: Гуляева, 2007; Светоносина, 2006; Парастаев, 2012], с набором ценностей, выявленных нами на основании анализа исследуемых корпусов текстов.

В работе Ш. Шварца, представлен следующий *список базовых ценностей*, составленный согласно ответам информантов – носителей американской лингвокультуры: equality (равенство), inner harmony, (внутренняя гармония), dominance (доминирование), pleasure (удовольствие), freedom (свобода), а spiritual life (духовность), sense of belonging (идентичность), social order (стабильность), an exciting life (яркая жизнь), meaning in life (смысл в жизни), politeness (вежливость), wealth (богатство), national security (государственная безопасность), self-respect (самоуважение), creativity (креативность), а world at peace (мирная жизнь), respect for tradition (уважение традиций), mature love (истинная любовь), self-discipline (самоконтроль), family security (безопасность близких), social recognition (общественное признание), unity with nature (единство с природой), а varied life (насыщенная новизной жизнь), wisdom (мудрость), authority (право на руководство), true friendship (истинная дружба), social justice (забота о нуждающихся), independence (личная независимость), moderation (умеренность), loyalty (верность друзьям), ambition (желание добиться успеха), protecting the environment (защита окружающей среды), health (здоровье), honesty (искренность), enjoying life (умение получать удовольствие от жизни), success (успех) и пр. [Schwartz, 1992, p. 60-62].

В настоящем исследовании аксиологические ориентиры дискурсивной личности американского политического радиоведущего выявлялись с

привлечением количественных методов. Исследование дискурсивного конструирования ценностей с привлечение количественных методов исследования стало одной из наиболее актуальных тенденций современной аксиологической лингвистики [см.: Partington, 2010; Кочетова, Кононова, 2019; Кочетова, Попов, 2019 и пр.].

Для выявления аксиологических ориентиров дискурсивной личности американского политического радиокomentатора было проведено комплексное исследование, включающее несколько этапов:

1) Семантическое тегирование отобранных текстов радиопередач (включающего три исследуемых подкорпуса текстов) с использованием системы семантической разметки исследовательского центра Ланкастерского университета, специализирующегося на автоматизированном анализе больших массивов естественного языка (UCREL Semantic analysis system) [<https://ucrel.lancs.ac.uk/usas/>].

2) Составление списка абсолютной частотности единиц корпуса с применением корпус-менеджера AntConc [Anthony, 2019] с их последующей семантической категоризацией с целью выделения ведущих дискурсивных ценностей.

3) Сопоставительный анализ результатов, полученных на первом и втором этапах исследования, с целью верификации выводов.

4) Интерпретативный анализ контекстов, реализующих ценностные смыслы, с целью уточнения способов их репрезентации.

Исследование ценностных концептов, свойственных тому или иному типу дискурса, предполагает выявление их прямых, косвенных и тропеических репрезентантов [Кононова, 2010, с. 94]. При прямой апелляции ценность реализуется в дискурсе при помощи конкретной языковой единицы, имеющей с ним внеконтекстную номинативную связь. При косвенной апелляции он формируется в сознании адресата совокупностью значений языковых единиц, которые не являются средствами его номинации [Кононова, 2010, с. 94]. Тропеическая апелляция предполагает реализацию

концепта при помощи образных средств языка и стилистических приемов речи.

### 3.4.2. Ценностные характеристики дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего

#### *Этап 1.*

Система семантического тегирования UCREL представляет собой основу для проведения автоматического семантического анализа текста. Семантический набор тегов является многоуровневой структурой, которая позволяет распределять лексические единицы дискурса на 21 тематический класс (см. Таблица 3). Набор тегов данной системы автоматического анализа включает метки для 232 семантических подкатегорий. Каждый тег представлен десятичным числом, каждый тематический класс – заглавной буквой.

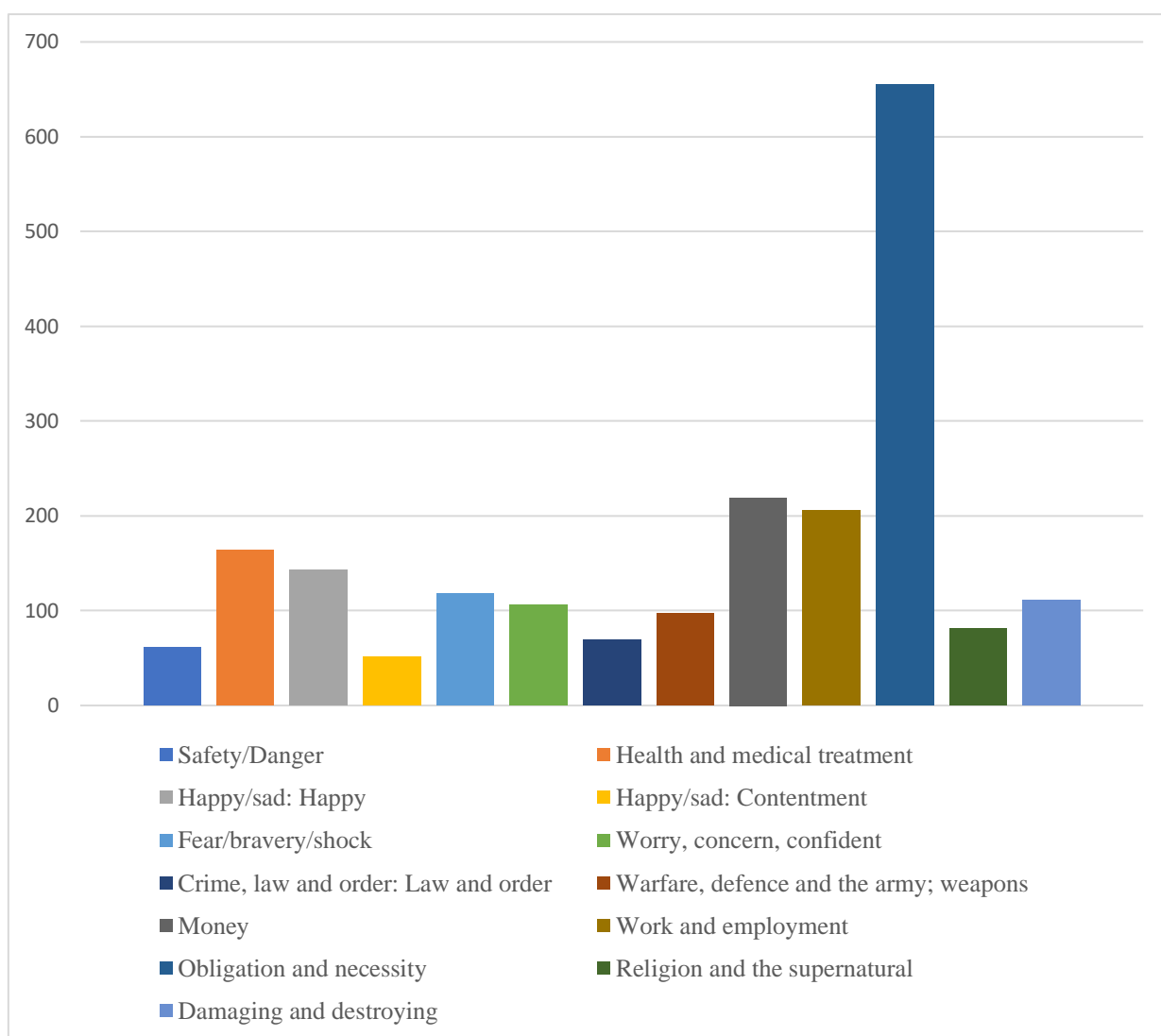
*Таблица 3. Тематические классы слов, представленные в системе семантического анализа UCREL.*

A general and abstract terms	B the body and the individual	C arts and crafts	E emotion
F food and farming	G government and public	H architecture, housing and the home	I money and commerce in industry
K entertainment, sports and games	L life and living things	M movement, location, travel and transport	N numbers and measurement
O substances, materials, objects and equipment	P education	Q language and communication	S social actions, states and processes
T Time	W world and environment	X psychological actions, states and processes	Y science and technology
Z names and grammar			

Анализ объединенного корпуса текстов радиопередач, проведенный с использованием системы семантической разметки UCREL, показал, что из 21 класса, представленного в системе, в исследуемом корпусе текстов статистически значимые показатели выявляются только у 13 классов слов

(см. Рисунок 8). Доминантными семантическими категориями, репрезентированными в корпусе, являются: «Safety/Danger», «Law and Order», «Work and Employment», «Money», «Health and Medical Treatment», «Warfare/Defence».

Рисунок 8. Распределение частотных лексических единиц по тематическим классам, представленных в системе семантического анализа UCREL.



## Этап 2.

На втором этапе с целью верификации и уточнения полученных результатов нами была проведена семантическая категоризация частотных слов корпуса, выявленных при помощи корпус-менеджера AntConc [Anthony,

2019]. Из полученного списка частотных слов (*Word list*) были исключены служебные слова (артикли, союзы, вспомогательные глаголы), вопросительные наречия и местоимения, слова – паразиты, а также языковые единицы, реализующие концепт «политические выборы»: названия партий (Democratic party, Republican party), имена политических деятелей, в том числе кандидатов на пост президента, их сторонников и представителей оппозиции, глаголы *vote*, *elect* и пр. См. полный список частотных слов корпуса с указанием абсолютной частотности в Приложении.

Ниже представлен сокращенный список частотных слов корпуса, включающий полнозначные слова с наибольшей абсолютной частотностью.

Таблица 4. Список частотных слов корпуса (*Word-list*), реализующих доминантные семантические категории корпуса.

<i>слово</i>	<i>абсолютная частотность</i>	<i>слово</i>	<i>абсолютная частотность</i>	<i>слово</i>	<i>абсолютная частотность</i>
American	206	Russians	32	crazy	18
government	129	old	31	defense	18
country	117	gold	30	fear	18
money	104	constitution	29	hell	18
war	85	death	29	military	18
Russian	83	national	29	Ukraine	18
own	76	infrastructure	28	young	18
work	75	justice	28	damn	17
Russia	73	sorry	28	defend	17
jobs	70	amazing	27	dollar	17
bad	67	destroy	27	food	17
sure	67	family	27	forget	17
world	63	sense	27	game	17
tax	59	afraid	26	happy	17
white	59	hope	26	honest	17
together	55	attack	25	imagine	17
dollars	54	hate	25	fair	16
united	54	legs	25	fight	16
friends	52	trust	24	force	16
FBI	51	anti-	23	freedom	16
chance	50	black	23	gun	16
change	47	private	23	hitler	16
history	47	wife	23	human	16
life	47	choice	22	muslims	16
nation	47	paid	22	sick	16
power	46	trade	22	affect	16
immigration	44	truly	22	corruption	15

true	43	truth	22	fire	15
business	42	Americans	21	folks	15
free	41	control	21	ill	15
love	40	muslim	21	independence	15
illegal	39	school	21	intelligence	15
god	37	home	20	respect	15
law	37	honesty	20	taxes	15
spending	37	corrupt	19	church	15
college	34	criminal	19		
principles	33	children	18		
fake	32	certainly	18		

Семантическая категоризация выявленных частотных слов корпуса позволила заключить, что данные лексемы прямо или косвенно репрезентируют следующие ценности:

- «**patriotism**» (*American/s (227), government (129), country (117), nation (47), national (29), together (55)*);
- «**security**» (*war (85), corrupt/ion (34), Muslim/s (37), destroy (27), death (29), defense (18), defend (17), Nazi (10), fascist (7) immigration (44), illegal/s (46)*);
- «**social justice**» (*law (37), jobs (70), principles (33) constitution (29), justice (28), unconstitutional (12), racist (13)*);
- «**family**» (*family (27), children (18), friends (52), wife (23), middle-class (6)*);
- «**religion**» (*God (37), hell (18), church (15), bible (6) vicious (6)*);
- «**freedom**» (*free (41), choice (22), freedom (16), independence (15)*);
- «**welfare**» (*money (104), dollar/s (114), tax/es (74), jobs (70), welfare (24), illegal/s (46), spending (37)*).

### Этап 3.

Далее нами был проведен сравнительный анализ списка ценностей, полученный с использованием инструмента USAS (UCREL semantic analysis system), и набора ценностей, выделенных на основе абсолютной частотности единиц корпуса, полученных с применением корпус-менеджера AntConc.

Очевидно, что данные в значительной степени совпадают. Классы «Safety/Danger», «Warfare/Defence», «Law and Order» и «Health and Medical Treatment» соответствуют категории «Security», тематические классы «Law and Order», «Health and Medical Treatment», «Work and Employment» коррелируют с категорией «Social justice» (очевидно, что понятия «закона и порядка» и «обеспечения охраны здоровья» ассоциируются в американской культуре как с внутренней безопасностью граждан, так и с понятием социальной справедливости). Тематические классы «Work and Employment» и «Money» коррелируют с ценностью «Welfare» в приведенном выше списке. Ценность «Family» ассоциативно связана в культуре с концептами «Welfare» и «Social justice»; с концептом «Social justice» также тесно ассоциируется ценность «Freedom».

Полученные данные показывают, что к числу доминантных ценностей дискурсивной личности американского политического радиокomentатора относятся: «*patriotism*», «*welfare*», «*family*», «*religion*», «*social security*», «*freedom*», «*social justice*», что подтверждает выводы и результаты имеющихся в лингвистике исследований базовых ценностей американской культуры.

При этом было установлено, что доминантный характер в дискурсе исследуемой языковой личности имеют также ценности, которые не входят в данный набор, а именно: «*power*» (*force* (16), *power* (46), *control* (21)), «*fight*» (*attack* (25), *defense* (18), *defend* (17), *anti-* (23), *fight* (16)) и «*truth*» (*true* (43), *truly* (22), *truth* (22), *honesty* (20), *honest* (17), *fair* (16), *fairness* (6), *fake*, *trust* (24), *frankly* (8)), «*fear*» (*fear* (18), *scared* (6)), что также отвечает данным, полученным в результате семантической разметки корпуса с использованием инструмента USAS. В частности, высокую значимость показал тематический класс «Fear/bravery/shock», что совпадает с данными списка частотных слов корпуса.

Как уже было отмечено выше, реализация ценностных смыслов осуществляется в дискурсе на базе концептуальных диад ценностей (*security* /



*insecurity; social justice / injustice; welfare / poverty*), слова-репрезентанты которых обозначают полярные понятия. Данное явление может быть обусловлено агональностью и агрессивной тональностью медиаполитического дискурса. Несомненно, ценность представляет собой «социально одобряемое и разделяемое большинством людей представление о том, что такое *добро, справедливость, патриотизм* и т.п.» [Добреньков; Кравченко, 2007, с. 360], однако актуализация ценностей часто происходит за счет апелляции к отрицательному полюсу ценностной диады – антиценности.

#### *Этап 4.*

Следующий этап предложенной методики представляет собой интерпретационный анализ контекстуальных значений выявленных частотных слов корпуса, в основе которого лежит рассмотрение их сочетаемостных характеристик, а также специфики их смысловой аттракции, то есть регулярного текстового сближения с теми или иными языковыми единицами. Необходимость проведения интерпретативного анализа обусловлена тем, что автоматическое распределение частотных слов в соответствии с их лексико-семантическими признаками не учитывает аспектов омонимии и полисемии единиц дискурса, что препятствует верифицированному отнесению всех многозначных слов и слов-омонимов к конкретному тематическому классу и, тем более, установлению их внеконтекстной связи с ценностями, организующими дискурс политического радиокomentarия. Полученные посредством инструментов анализа текстовых корпусов данные требуют уточнения и интерпретации.

Для наглядности представим средства вербализации ценностей в дискурсе радиоведущего, выявленные в результате комплексного анализа, в виде карт, в центре которых указывается языковая единица, имеющая внеконтекстную номинативную связь с ценностным смыслом (концептом). На концах «ветвей» расположены языковые единицы, являющиеся средством косвенной дискурсивной апелляции к ценностям (маркированные знаком «+»), указывающим на вербализацию положительного полюса ценностной

оппозиции или знаком «-», указывающим на вербализацию отрицательного полюса оппозиции). Некоторые ветви продолжены лексическими единицами, связанными атрибутивно-предикативными отношением с репрезентантами ценностей / антиценностей для визуальной демонстрации и определения общей оценочной тенденции их дискурсивной реализации. См. Рис. 9

«*Patriotism*» (патриотизм).

Рис. 9. Сочетаемые характеристики репрезентантов концепта «*Patriotism*» в корпусе.

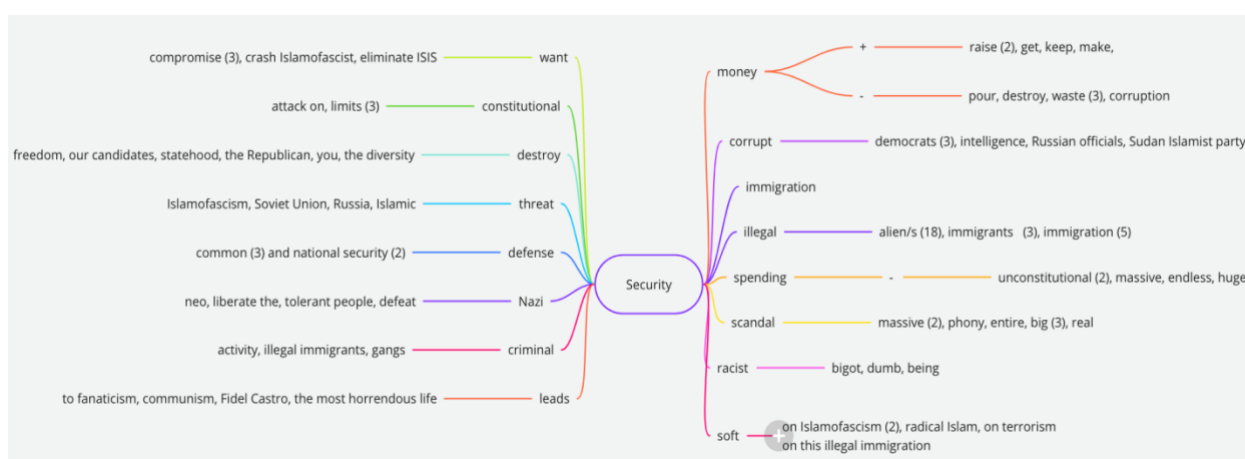


Патриотизм в американском обществе является уникальным по своей природе в силу того, что данная ценность формируется общественными институтами разного уровня. Патриотические настроения возникают из уверенности в правильности демократических идей общества и ощущения этнической исключительности, свойственного американскому народу. В отличие от привычного восприятия патриотизма как сохранения и преследования идеалов прошлого, в американском политическом дискурсе патриотизм вербализуется за счет направленности на будущее. Популяризация патриотических идей осуществляется благодаря формированию глубокого уважения к стране, многочисленной акцентуации на наименовании страны и граждан этой страны (*American/s* (227), а также идеи единения *nation* (47), *national* (29), *together* (55)).

Ср.: Please **unite** around principles and values, because those are the things, we may end up sharing and those things can be moved forward and we can unite with people. I and millions of **Americans** will stand with you to the end the Muslims being ejected from **America**. Реализация данной ценности в дискурсе политического радиоведущего побуждает аудиторию к активным действиям в избирательном процессе. Ср.: *While the part-time reality TV star big Donald Trump things have **real country feeling**, we talked about this. But, unfortunately, Hillary doesn't really care about this issue. The whole thing she cares about you still trust Hillary.* Апелляция к патриотическому самосознанию позволяет усилить действенно-волевой характер посткоммуникативного поведения аудитории и наладить устойчивый контакт со слушателем. Ср.: *What we do and how we hold our **nation together** is really important. How do we hold a **nation together**? How do we hold a **society together**?* Средством косвенной апелляции к ценности «Patriotism» являются лексемы, репрезентирующие идею угрозы культуре и безопасности государства (*destruction, killing of cultural history, mobs*).

### «Security» (безопасность)

Рис. 10. Сочетаемые характеристики репрезентантов концепта «Security» в корпусе.



Ценность «*security*» (безопасность) часто реализуется в исследуемом дискурсе через концепт-оппозитив «*threat*» (угроза): *war* (85), *corrupt/ion* (34), *Muslim/s* (37), *destroy* (27), *death* (29), *defense* (18), *defend* (17), *Nazi* (10), *fascist* (7,) *immigration* (44), *illegal/s* (46). Ключевой репрезентант ценности –

существительное *security* употребляется в составе словосочетаний *defend security, restore security, destroy security, defense of security*. Таким образом, безопасность концептуализируется как нечто, требующее постоянной защиты. Ср.: *Only it's... only... the one area where it's coherent to me or two areas, actually, is when it comes to **defense of national security** and that's good; I will take the following five actions **to restore security** and the constitutional rule of law: first, I cancel every unconstitutional executive action memorandum and order issued by president Obama).*

Косвенным средством репрезентации концепта «*security*» являются языковые единицы, реализующие в дискурсе радиопередачи концепт концепт-оппозитив «*threat*», в первую очередь существительное война *war* (85): *But because of Schumer and Pelosi, who are apparently somehow tied to this **Islamic threat**, we're not possibly... and we're heading back to a new Cold War; Why are they so Russophobic? Why have they dropped the ball in the **war against the Islamofascism?***

Радиоведущие, риторика которых направлена против русофобии демократической партии США, усматривают основную внешнюю угрозу в терроризме и «исламофашизме», считая, что Америка должна вместе противостоять ИГИЛ (ISIS), а не искать врага в России.

Защищающие идеи республиканской партии США журналисты-радиоведущие упрекают демократическую партию в потворничестве исламистам, видя в этом угрозу безопасности и экономической стабильности страны. Так Майкл Сэвидж в своей послевыборной риторике 2017 года говорит о потворничестве исламизму как одной из главных ошибок демократического правительства: *Why is Schumer, a man of Jewish descent, is so soft on Islamofascism? I understand liberalism is a mental disorder, it creates so many blind spots, they can't see in front of themselves let alone beside themselves. Schumer should be joining Trump in a statement that he would **crush ISIS and eliminate them from the Earth**. They should be reaching out to Russia to be a collaborator with us to destroy ISIS and other Islamofascist entities.*

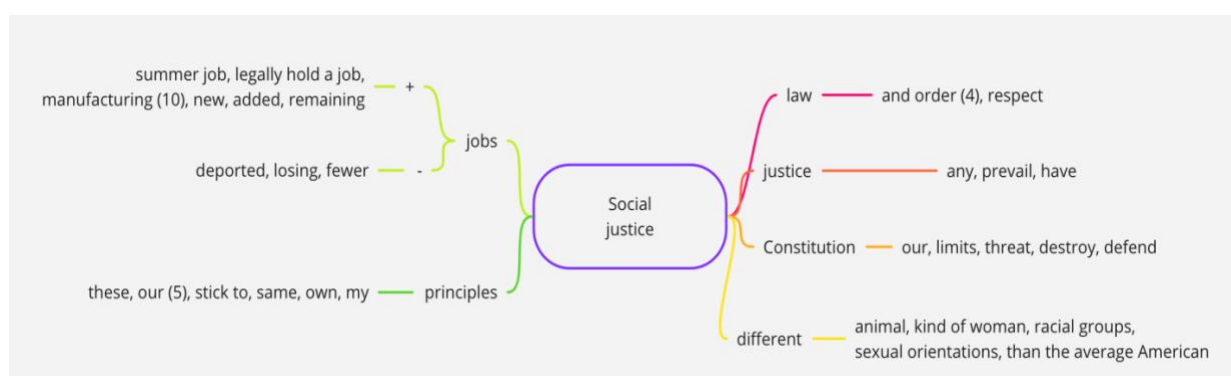
Существенную внешнюю угрозу экономической стабильности страны журналисты, поддерживающие платформу республиканской партии, видят также в притоке нелегальных иммигрантов из мусульманских стран (*illegal imigration*): *He (Obama) kept right on releasing drug dealers from prison flooding America with illegal immigrants inviting across our southern border and planting seed beds of mayhem all over our nation with his insane refugee program.*

Словосочетание *illegal immigrants* употребляется в трех корпусах текстов радиопередач в узком контексте с отрицательно-оценочной лексикой (*insane, criminal, mayhem* (увечье), *poisonous* и пр.). Словосочетание *illegal immigrants* регулярно употребляется с предикатами *flood* и *to be soft on*, что демонстрирует обеспокоенность радиоведущего неконтролируемыми иммиграционными процессами и излишней мягкостью иммиграционной политики действующего правительства.

Как видно из диаграммы, созданной на основе результатов проведенного интерпретативного анализа контекстов, содержащих частотные лексемы из приведенного выше списка (см. Таблица 4), идея социальной безопасности связывается в дискурсе политических радиопередач с борьбой с коррупцией. В этой зоне смыслового поля концепт «Security» сближается с концептом «Social justice».

«*Social justice*» (социальная справедливость)

Рис. 11. Сочетаемость характеристики репрезентантов концепта «Social justice» в корпусе.



Основной задачей радиоведущего является убеждение аудитории в эффективности политики поддерживаемого кандидата, а социальная справедливость является форматом исполнения демократической системы права в мультикультурном государстве. Ценность «social justice» репрезентируется в дискурсе политического комментатора – радиоведущего как нечто уязвимое, требующее неукоснительной защиты и поддержки. Существительное *justice* употребляется в составе словосочетаний *to stand up for/ to protect/ to promote (social) justice*. Ср.: *It's about what can be achieved when workers organize and **stand up for justice**; History will recognise your effort to **stand up for justice** and peace for all.*

Данная ценность косвенно реализуется в корпусе лексемой *Constitution* (29), что подтверждает значимость конституционального права в американском обществе. Угроза конституции (*destroy/ defend/ threat constitution*) концептуализируется как угроза социальной справедливости. Ср.: *They will use our freedom to destroy our freedom; they will use **our Constitution** to destroy **our Constitution**. I am well aware of this.*

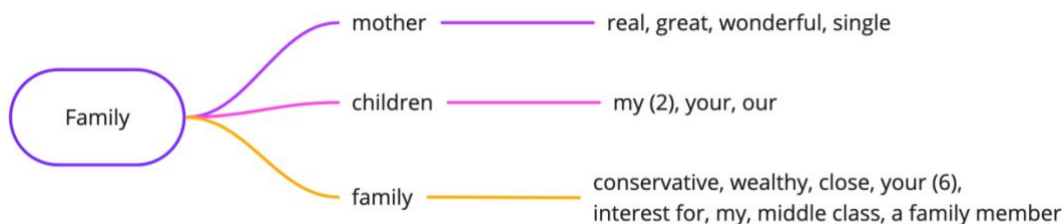
В исследуемом дискурсе «социальная справедливость» концептуализируются также как мирное, стабильное сосуществование граждан внутри страны благодаря действующим законам. Закон для американского общества выступает гарантом справедливости и обеспечения равных прав и свобод каждого члена общества. Интересно отметить, что в подавляющем большинстве контекстов существительное *law* (37) употребляется в составе словосочетания *law and order*. Ср.: (1) *Remember what I said to you: **law and order** are the first foundations of civilization. Without **law and order** it doesn't matter how technologically advanced or wealthy society is.* (2) *Trump promised on the campaign trail of during his acceptance speech at the RNC that he would restore **law and order** in American society.* Социальная справедливость тождественна идеям рационального распределения благ. Однако радиоведущие упрекают демократическую партию (*the insane left*) — *сумасшедших левых* — в неоправданном ужесточении налоговой политики в

отношении состоятельных американцев, превращающим добровольную оплату налогов в жестокое насилие и нарушение прав человека: *The insane left doesn't want to limit government. They want to transform **peaceful voluntary exchanges of property into violent course redistributions.***

Одним из наиболее частотных косвенных репрезентантов ценности «Social justice» становится лексема **jobs**. Радиоведущие указывают на негативное влияние на социальное благополучие граждан повсеместной автоматизации рабочего процесса, которая влечет за собой существенное сокращение рабочих мест, при этом призывают граждан осознать необходимость принести временную жертву (сокращение рабочих мест американцев, привлеченных к низкоквалифицированному труду) ради будущего прогресса и процветания (оптимизация производства, повышение эффективности). Ср.: (1) *The threat that automation poses to **jobs** is a big concern to Chuck Jones, the President of the United Steelworkers union. So, I guess, we should just stop automating, right, folks? Stop being **more efficient**, bring back to 1957.* (2) *The number of **U.S manufacturing jobs** in the U.S. has declined sharply thanks in large part to **more efficient** factories.* (3) *Certainly, **many of the jobs** that we've lost especially in more sophisticated industries, it's not so much they've been offshored, but it has been automation they replace them. We use a lot more robots to build cars.*

«**Family**» (семья)

Рис. 12. Сочетаемость характеристики репрезентантов концепта «Family» в корпусе



Ценность «**family**» (семья) концептуализируется в корпусе текстов радиопередач следующим образом:

1) семья как транслятор аксиологических ориентиров, приоритетов, принципов и убеждений, являющийся гарантом преемственности поколений на пути к прогрессу. Радиоведущие апеллируют к данной ценности, рассматривая семью как фундаментальную основу культуры будущих поколений, которая была заложена предшественниками для полноценного существования в настоящем и последующего прогресса. Ср.: *If it's **owned by your family**, you know what I mean, and your **family pass it** to your son, that's fine. But telling your son and his son and his son what he can and cannot do with that land we have no idea what might be on that land ... is wrong.*

Акцентируется важность материально-духовной основы, заложенной старшим поколением и последующим правом на свободный выбор младшим поколением.

2) семья как основа общественного прогресса. В целом ряде примеров репрезентантом ценности «family» является слово *children*. Обсуждается проблема будущего грядущих поколений, таким образом семья связывается с идеей надежного, стабильного будущего, обсуждается угроза этому будущему: (1) *We're running out of time in this country. **Our children's futures are at stake**.* (2) *Not a few fishermen that will enter claiming ten or twelve thousand dollars, but all manner of persons, people of every trade and occupation may enter in at the breach until **they have eaten up the bread of our children**.* (3) *I worry about these people, especially the children, I think the children **will suffer from the normalizing of racism and xenophobia**. Even my daughter who is eight is **worried** about some of her friends at school.*

3. семья как духовная ценность, как инструмент становления личности, залог формирования у личности верной идеологии: Ср.: (1) *We all grew up in **a conservative family**. I align with the conservative ideals.* (2) *And I think that it's really important that **my children are getting a conservative standpoint**. And actually, understanding the truth.*

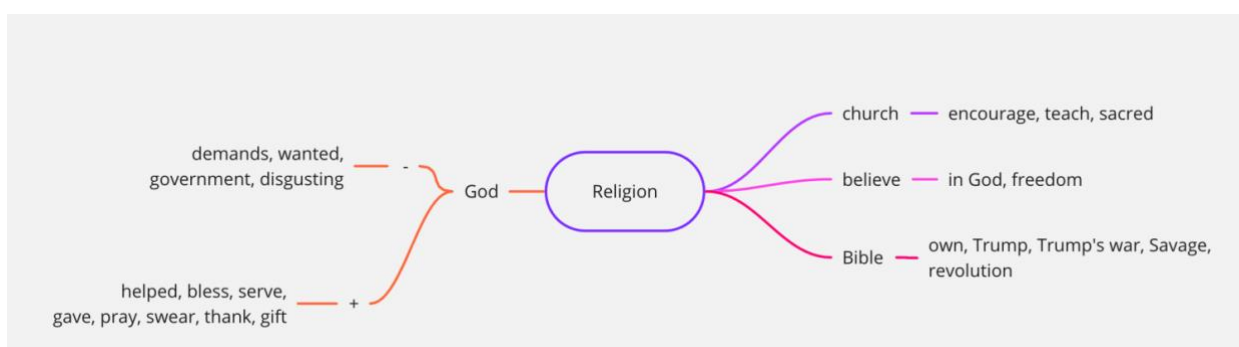
Очевидно, что основные ценности дискурса в большинстве контекстов реализуются одновременно, так ценность «family» регулярно вербализуется



одновременно с ценностью «social security», таким образом постулируется важность безопасности института семьи (как физической, так и экономической): *This is your home and family deserve to be protected and simply safe*. В исследуемом корпусе наблюдается регулярная аттракция лексем *family* и *children* и предикатов *to be protected, to be safe, to be defended*.

«**Religion**» (религия)

Рис. 13. Сочетаемость характеристики репрезентантов концепта «Religion» в корпусе.



К числу лексем, вербализующих ценность «**religion**» в дискурсе американского политического радиокomentarия, относятся: *God* (37), *hell* (18), *church* (15), *bible* (6) *vicious* (6) и пр. Необходимо отметить, что тематический класс «**Religion**» входит в число 13-ти доминантных кластеров, выявленных с использованием инструмента UCREL semantic analysis system. Религия в политическом пространстве является регулятором общественных действий, вектором поведения и системой оценки действительности. Как определенный набор сакральных идей, символов и ритуалов, разделяемый подавляющим большинством американцев, религия является основой национальной самоидентичности и способом национальной консолидации.

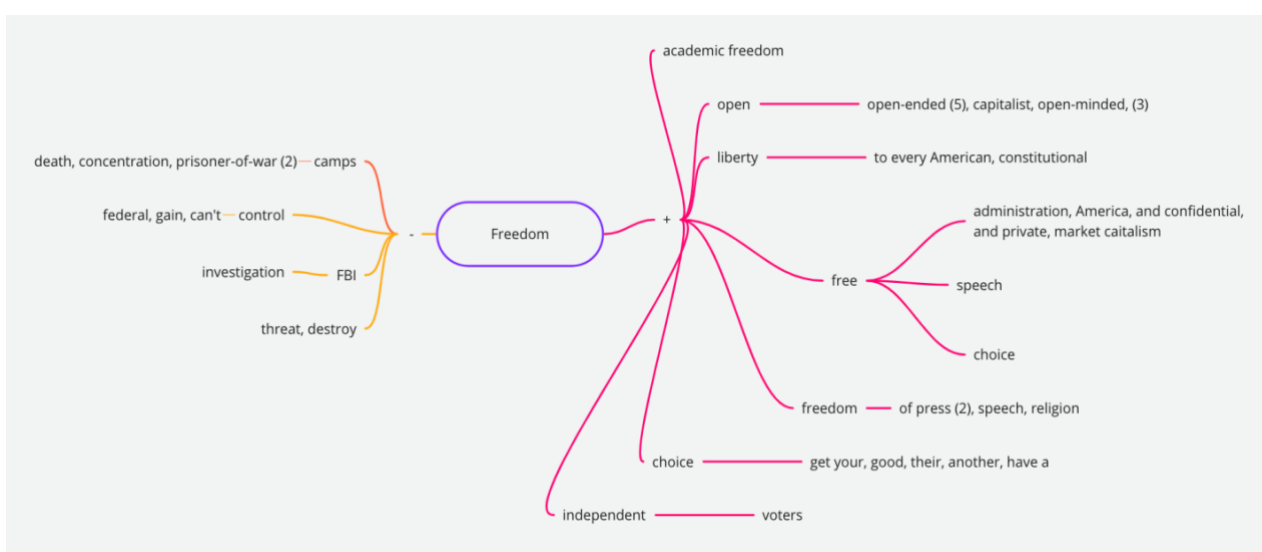
В исследуемом нами дискурсе «Бог» и «церковь» концептуализируются как:

1. Сила, обеспечивающая поддержку и дающая надежду на лучшее будущее: (1) *And I pray to God that with your help in this war that is being fought, that we will prevail;*(2) *If you're a Trump supporter that's a gift from God.*

2. Высший моральный закон, судья: (1) *That is their (politicians) main duty to protect those rights, that are the laws all based on natural law and laws of nature and nature's God, so the laws out of the Bible;* (2) *God demands that we say to the other group of people: "Hey, these are our problems and this is why we have to get away from you, but we're doing it, because we believe these things to be self-evident".*

«**Freedom**» (свобода)

Рис. 14. Сочетаемые характеристики репрезентантов концепта «Freedom» в корпусе.



Ценность «*freedom*» вербализуется в корпусе целым рядом лексем: *choice* (22), *freedom* (16), *independence* (15), *free* (34). Прилагательное *free* употребляется в корпусе 41 раз, однако в ряде контекстов реализует значение «бесплатный» (*for free, free trip, free trial, free housing* и пр.) и, соответственно, не является репрезентантом ценности «*freedom*». В 9 контекстах прилагательное *free* встретилось в сочетании с лексемой *market* (*free market, free-market reforms, free-market principles*).

Проведенный анализ контекстов показал, что в дискурсе политического радиокomentarия на американском радио ценность «свобода» представлена как:

1. свобода слова, вероисповедания, прессы, свобода академической (университетской) среды: (1) *There's none of the sort of thing that goes on other campuses with respect to violence and safe spaces, and attacks on **academic freedom**, and **freedom of speech** and so forth;* (2) *Are you enjoying the **freedom** of being able **to say** whatever you want?;* (3) *You know, ladies and gentlemen, it is America: you do have a **free speech**. You are **allowed to speak out** and criticize in a positive way;* (4) *And I know, I could go to any **college campus**, I could go to Berkeley and say “you believe in **freedom of press**? That press shouldn't be restrained”;* (5) *But right now we still have a **freedom of press**. Yes, there is a **freedom to assemble** peacefully. Yes, there's a **freedom to question the government**. Yes, there's **freedom of religion**.*

2. свобода экономических процессов («свободный рынок»): (6) *I'm talking about just the words of **free-market capitalism**... Aren't you getting a little concerned that Republicans are attacking free market capitalism? Absolutely. Would have...;* (7) *I thought we had a **free and private economy**. And that was the point of this, where we live and why we establish the country!*

3. свобода политического выбора: (8) *And Trump has to win **independent voters** by more than 20 points.*

Ценность «*freedom*» является одной из ключевых аксиологических доминант американского общества, в связи с этим полученные результаты достаточно предсказуемы. Однако в результате проведенного анализа контекстов употребления лексем *free* и *freedom* удалось сделать выводы о дискурсивной специфичности смысловой структуры концепта. В дискурсе политической радиопрограммы ценность «свобода» реализуется главным образом как *свобода слова*, *свобода академической (университетской) среды* и *свобода политического выбора*. Данный феномен обусловлен такой характерной особенностью ценности как ее вариативность (шифтинг) [см.: Севастьянова, 2018, с. 41].

В силу агонального характера дискурса ценность «свобода» частотно репрезентируется словосочетаниями, включающими слова лексико-

семантического поля угрозы. Свобода, как и безопасность, концептуализируется как нечто, нуждающееся в защите. Ср.: (1) *The Democrat Party is a bigger **threat to our freedom** than the Russians are.* (2) *The left is lawless. They will use our freedom to **destroy our freedom**; they will use our Constitution to **destroy our Constitution**. I am well aware of this.*

«**Welfare**» (благосостояние)

Рис. 15. Сочетаемые характеристики репрезентантов концепта «Welfare» в корпусе.



Апелляция к ценности «**Welfare**» (благосостояние) включает в себя вербализацию концептуальной диады справедливое/несправедливое распределение материальных благ, таким образом, имея значительную зону пересечения с ценностью «**social justice**». Как и ценность «свобода», ценность «*welfare*» (благосостояние) вербализуется в корпусе посредством косвенных репрезентантов через коммуникативно-ценностные фрагменты, включающие негативную оценку действий правительства, подрывающих благосостояние общества: (1) *So, I looked up: “The use of welfare **by ethnic and by country of origin**”. And based in 2015, what I found was not unexpected. More than ninety percent of middle-eastern refugees are on food stamps.* В силу того, что пособия тратятся на иммигрантов, граждане страны, на которых они рассчитаны, не могут воспользоваться финансовой поддержкой в полном объеме. (2) *36-percent receive temporary assistance for needy families, did you*

*know that existed? Did you get any of that money? Are you an American, who is needing? You can't get that money.*

В исследуемом дискурсе концепт «**welfare**» ассоциируется с честным трудом «**work hard**» простых граждан, который укрепляет экономическую стабильность общества. Ср: (1) *What does it mean to be a conservative: well, I believe in God and I believe in traditional marriage. And I believe that people should **work hard** and we should **have less**, you know, **welfare**.*

Угроза благосостоянию связывается в дискурсе радиокomentarия с неверной иммиграционной политикой правительства, которая становится чревата потерей рабочих мест и бедностью для американских семей (в данном случае наблюдается одновременная реализация концептов «welfare», «social security» и «social justice»): *Mr. Gutierrez, after all, was one of the loudest and slimiest voices in favor of **illegal aliens** voting and **illegal aliens** sucking our welfare system.*

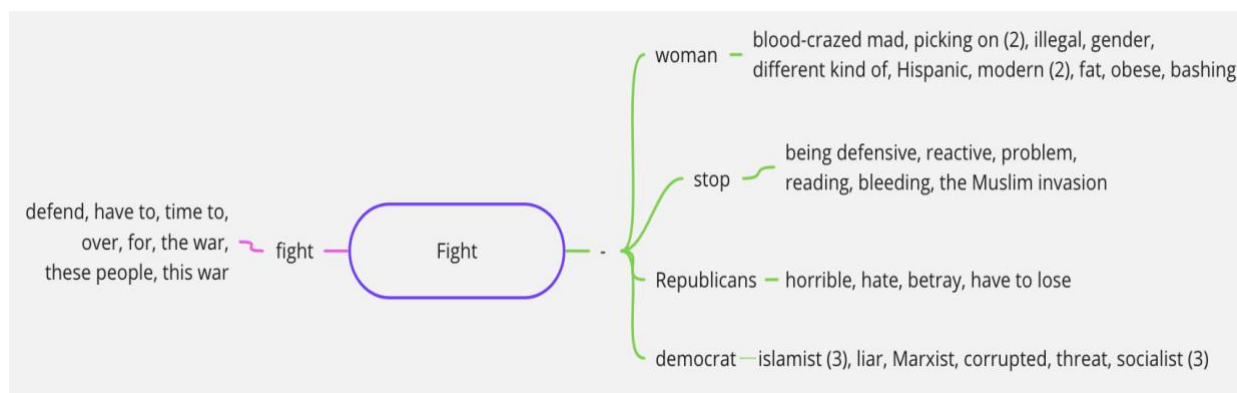
Помимо выделенных выше ценностей проведенное исследование позволило выявить следующие концепты, которые можно отнести к числу дискурсивно-специфичных и свойственных исследуемому жанру в силу его агональной природы. К таким концептам можно отнести «**power**», «**fight**», «**fear**» и «**truth**».

Ценность «**power**» вербализуется в дискурсе радиопрограмм лексическими единицами *force* (16), *power* (46), *control* (21). С одной стороны власть концептуализируется как сила и мощь общественного мнения: (1) *You have more power than you may imagine; (2) You can put people like that in office and give them power.* С другой стороны, как антиценность – давление на общество, излишний идеологический контроль в отношении простых американцев, желание навязать им свою волю: (3) *Government is **force**. That's all it is. It's the pools capacity for **violence**, of every member of society.*

## «Fight» (борьба)

Рис. 16. Сочетаемость характеристики репрезентантов концепта

«Fight» в корпусе.



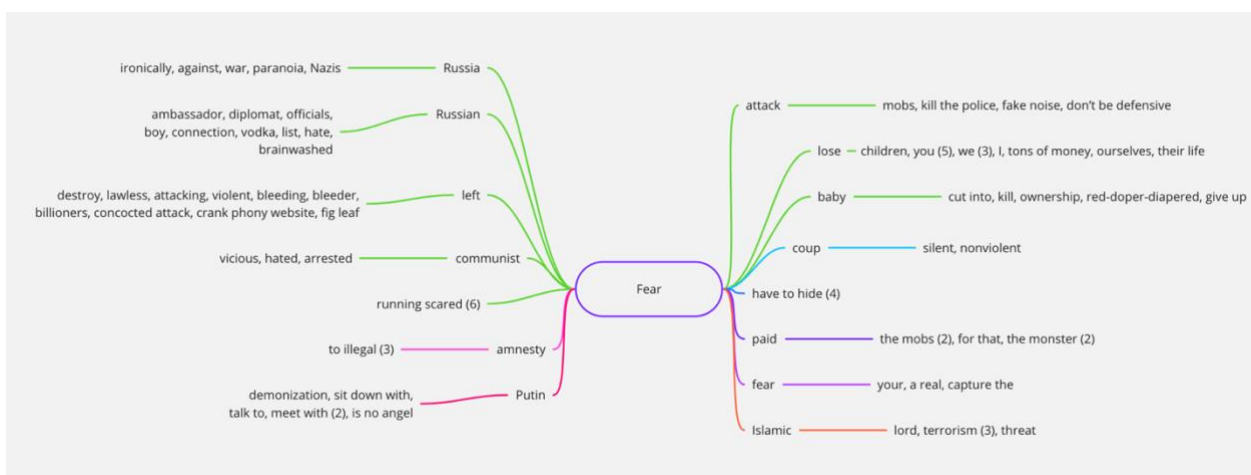
В исследуемом корпусе текстов ценность «*fight*» (борьба) актуализируется как стремление к переменам к лучшему и противостояние политическим противникам. К числу лексем, вербализующий ценность «*fight*», относятся: *attack* (25), *defense* (18), *defend* (17), *anti-* (23), *fight* (16) и другие. В большей части контекстов репрезентанты концепта «*fight*» употребляются в призывах к политической борьбе. Ср.: (1) *They caught that one. It is time to stop being defensive. It is time to stop being reactive. It is time to trying to attack, attack, attack. We must get on offense against these treasonous rats. Not only these who are attacking Sessions, but these treasonous rats who Obama planted in the deep state.* (2) *The way to fight these people is to an aggressive campaign, not a defensive campaign.* (3) *There's only one answer: the best defense is a good offense. How many times have you heard that? Whether it be in a sporting match, in real life- you will have to go on the attack, don't be defensive in your discussions with the problems around you.* (4) *I'm with you, I am really in. And now's the time to fight. We have nothing to lose here.*

Стержневой ценностью политического медиадискурса является борьба за власть. В отличие от других видов дискурса в политическом медиадискурсе концепт борьбы, реализуемый словесными конфликтами, как с реальными людьми, так и с воображаемыми оппонентами, оценивается положительно, не выступает как антиценность. Радиоведущий призывает потенциальных избирателей не бояться выразить свое мнение, быть

активнее, бороться: Stop being defensive!; Stop being reactive!; Stop being afraid to fight for...!. Стратегической целью дискурсивной личности является создание образа врага, с которым необходимо бороться.

«*Fear*» (страх)

Рис. 17. Сочетаемые характеристики репрезентантов концепта «Fear» в корпусе.



Концепт «*fear*» реализуется главным образом в контекстах, связанных с переживанием страха противником, представления противника слабым, готовым к необоснованной панике. Ср.: *The republicans are running scared. Lindsey Graham's running scared, Chaffetz is running scared, who else is there running scared... Susan Collins is running scared. They're all over the place: "Yeah-yeah, well, maybe, I don't know, that... maybe he should recuse. Yeah he should recuse himself!" Portman from Ohio's running scared. There's a whole list of them.*

Одним из основных лейтмотивов дискурса про-республиканских радиоведущих является их несогласие с позицией партии демократов в отношении России. Как известно, в последнее время наметилась явная тенденция агрессивного нетерпимого отношения к России в политике демократической партии США. Республиканцы ведут себя гораздо более сдержанно, руководствуясь прагматическими интересами страны, не эскалируя необоснованную ненависть к России. В трех исследуемых корпусах освещается проблема отказа демократического правительства от

сотрудничества с Россией, в частности, в сфере борьбы с терроризмом: *Now, ask yourself why the progressives (демократы – прим.автора) are seeking war with Russia and conflict?; I had hoped Trump could sit down with Putin and work with him finding common ground to combat Islamic terrorism. But because of Schumer and Pelosi, who are apparently somehow tied to this Islamic threat, we're not possibly... and we're heading back to a new Cold War.*

Радиоведущие высмеивают страх демократов перед Россией. В частности, Майкл Сэвидж в одном из выступлений утверждает, что русофобия в наши дни превосходит антироссийские настроения времен Холодной войны: *Russo-phobia that we are seeing in the United States of America today exceeds that of supposed McCarthyism in the 1950s. The madness is so extreme that you would think that Russia has replaced the Islamofascism as our greatest threat. And that is my tie-in today. Where has Islam fascism gone?*

Корень *Russo-*, во-первых, входит в состав сложного слова *Russo-phobia*, а, во-вторых, встречается в условиях узкого контекста со словами *madness* (в данном контексте – ужас, истерия) и *threat* (угроза). Майкл Сэвидж, в одной из радиопрограмм 2017 года косвенно призывает своих сограждан не быть ограниченными, стараться мыслить самостоятельно и учить мировую историю: *One little footnote for all of you Russo haters. Have you ever heard of the war between the Germans, the Nazis, and Russia? You know anything about that? Did Schumer know anything about that war? The Russians had lost all the Jews in the Holocaust, did you know that? Had the Russian not defeated the Nazis in the battle of Moscow or Stalingrad, had the Russians lost they wouldn't have been available to work with the United States in the Allies to defeat Nazi Germany. And then liberate the Nazi concentration camps. They were our allies!! Now I want to tell you something, you Russo haters! Something you don't know about Russia. Four million Soviet soldiers were captured during the Battle called Barbarossa. Four million- that's half the population of New York City!! Think about is! Four million men four million Russian men were captured and most of them were killed! Very few of them ever survived the war went home to Russia. Never forget that the*



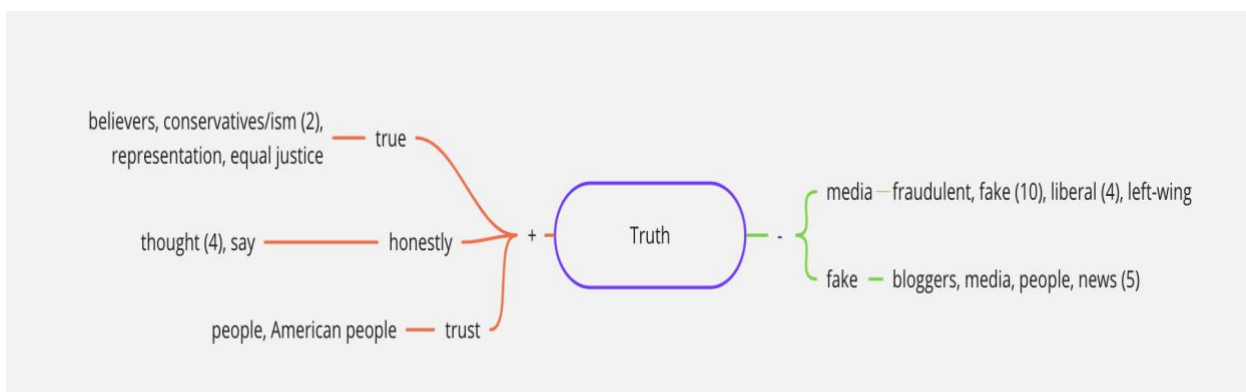
*Russians were our number one ally in the World War II! And they sacrificed over 30 million troops to defeat Hitler. Did you know any of this?*

Опосредованно обращаясь к политическим оппонентам (не проводя параллели между политическим врагом и слушателем), он призывает американцев трезво оценить текущую ситуацию противостояния России, навязанную правительством, учитывать факты прошлого и опираться на уроки истории в вынесении собственных суждений.

Страх демократов перед Россией высмеивается радиоведущими-республиканцами как необоснованный. Таким образом конструируется образ «трусливого», неспособного трезво смотреть на ситуацию оппонента, слабого политического противника.

«**Truth**» (истина, правда)

Рис. 18. Сочетаемые характеристики репрезентантов концепта «Truth» в корпусе.



Доминантный характер ценности «**truth**» можно объяснить манипулятивной направленностью дискурса. Апеллируя к ценности «**truth**», радиоведущий убеждает аудиторию в истинности излагаемых фактов и искренности своих намерений. Ср.: (1) *I will stand with anyone who is **honestly** trying to do the same. I'm not going to make it about him or her the president. I'm not going to make it about us versus them.* (2) ***We have to be honest** about our side and stick to principles and we can change hearts that way now.* (3) *Think, the same is **true** for Schumer. The same is **true** for Gutierrez. They have come to power on the backs of a foreign power which is this massive army of some illegal aliens who*

*are not citizens*. В то же время конкурентные СМИ характеризуются как источники ложной информации (*fake / liberal / left-wing / fraudulent bloggers, media, people, news*).

Проведенный интерпретативный анализ контекстов позволил обнаружить в исследуемом дискурсе антиценности, которые не являются дискурсообразующими, но вербализуются рассматриваемой дискурсивной личностью с целью реализации тактики эпатирования: **сексизм** (*kind of woman, racial groups, sexual orientations, conflict between men and woman, gay, short skirt, fat women, obese women, bashing women*), **национализм** (*killing a cultural history, fastest growing crime, refugees, immigrants, invaded, flooding, criminal activity, illegal immigrants, gangs*), **расизм** (*white (59), muslim (21), muslim (16), supremacist (2), black (3)*) и пр.

В заключение важно отметить, что текстовая семантика в анализируемых корпусах аккумулируется вокруг двух полюсов ценностной оппозиции «Мы – ОНИ (чужие)». Ценностные ориентиры выражаются через оценки дискурсивной личности.

К ценностям, ассоциирующимся с полюсом «мы», можно отнести: «**patriotism**» (*American: people (15), progress, society, workers, history (3), energy, culture; together: Americans, nation, we all*), «**family**» (*great mother; mother: real, great, wonderful, single*), «**religion**» (*God, believe, church*) и «**freedom**» (*liberty; freedom: of press (2), of religion*). Языковые репрезентанты данных ценностей сочетаются в отобранных нами контекстах с положительно-оценочной лексикой. В то время как «ОНИ (чужие)» связываются с отрицательным полюсом ценностных оппозиций: «insecurity», «injustice» «poverty» «lack of freedom» и пр.

Важным аспектом аксиологического исследования дискурса является определение способов выражения оценочной позиции автора по отношению к ценностному содержанию текста. Для проекции в текстовые структуры позиции автора и стоящей за ним группы «своих» используются языковые средства оценки. Результаты корпусного анализа свидетельствуют о роли,

которую оценочная лексика играет в моделировании ценностей в текстах. Обращает на себя внимание большое количества частотных слов корпуса, реализующих отрицательную морально-этическую оценку.

### **Выводы к Главе 3**

1. В результате проведенного исследования с использованием качественных и количественных методов была описана языковая, аксиологическая и коммуникативная специфика дискурсивной личности американского политического радиокomentатора – ведущего авторской программы.

2. Языковая специфика коммуникативного поведения исследуемой дискурсивной личности обусловлена ее медийным характером, детерминирована форматными и техническими возможностями канала, определяется особой социальной оценочностью, идеологической ориентацией, полидискурсивностью и интертекстуальностью общения. Основной набор речевых действий дискурсивной личности американского политического радиокomentатора направлен на конструирование заданных представлений о социально-политической реальности в сознании адресата, дискурсивные структуры используются для создания ментальных моделей событий и их программируемых оценок с целью манипулятивного воздействия.

3. В результате проведенного исследования с привлечением качественных и количественных методов анализа языкового материала было установлено, что доминантными коммуникативными стратегиями дискурсивной личности американского политического радиоведущего являются: стратегия дискредитации оппонента, стратегия самопрезентации и манипулятивная стратегия. Стратегия дискредитации в дискурсе политического комментария на американском радио поддерживается системой коммуникативных тактик, основными из которых являются: тактика компрометации оппонента, тактика вербальной дискриминации и тактика вербальной инсинуации. Стратегия дискредитации оппонента в дискурсе американского политического радиокomentария характеризуется проявлением речевой агрессии. Речевая агрессия является доминантным

эмоционально-стилевым форматом общения типовой дискурсивной личности американского политического комментатора – радиоведущего.

4. Будучи одним из основных инструментов манипулятивного воздействия, речевая агрессия в политическом радиокomentarии является инструментальной, косвенной, опосредованной и эмоциональной. Основными тактиками коммуникативными актами агрессии в жанре политического радиокomentarия, являются: оскорбление, возмущение, обвинение, насмешка, констатация некомпетентности и опосредованное прерывание коммуникативного контакта.

5. Доминантными языковыми и лингвостилистическими средствами английского языка, реализующими речевую агрессию как основную коммуникативную тональность дискурсивной личности американского политического радиокomentarия являются: оценочная разговорно-просторечная и книжная лексика английского языка, инвективная лексика, стилистические образные средства (в частности, метафора и сравнение), сленг, ирония, неологизмы и окказионализмы, а также аллюзия (аллюзивные имена, отсылки к прецедентным текстам и ситуациям и пр.).

6. Установлено, что самопрезентация дискурсивной личности американского политического радиоведущего отличается провокативным характером. Стратегия самопрезентации реализуется тактиками самовосхваления, эпатирования адресата, фасцинативного воздействия на адресата и демонстрации профессионального успеха. Ведущей самопрезентационной тактикой в арсенале американского политического комментатора – радиоведущего является тактика эпатирования.

7. К языковым средствам реализации фасцинативного воздействия в исследуемом жанре в первую очередь относятся: ритм, повторы, стилистические образные средства, прецедентные имена, апелляции к прецедентным событиям или высказываниям. Фасцинация в дискурсе политической радиопередачи служит введению аудитории в транс с помощью апелляции к эстетическому чувству с целью снятия критического восприятия информации.

8. Основными типами манипулирования в дискурсе американского политического радиоведущего являются референциальное и аргументативное манипулирование. Референциальное манипулирование представлено фактологическим и фокусным типами. Референциальный и аргументативный типы манипулирования имеют приблизительно равную значимость в дискурсе американского политического радиоведущего. Установлено, что приемами, реализующими тактику фактологического манипулирования, являются: (1) прием *спекуляции о будущем*, (2) *высказывания с гипотазированием*, (3) *квазиколичественные высказывания*, (4) *квазиструктурные высказывания*, (5) *квазиточные высказывания*.

9. *Фокусировочное референциальное манипулирование* состоит в намеренном помещении в поле зрения аудитории лишь выгодного адресанту аспекта обсуждаемой политической ситуации либо фигуры. Основной тактикой фокусировочного манипулирования в дискурсе американского политического радиокомментатора является дисфемизация. Ведущими тактиками аргументативного манипулирования, используемыми радиокомментаторами являются тактика создания впечатления очевидности и общеизвестности факта (тактика формулирования точки зрения в неопровержимой форме) и тактика маскировки интенции коммуникативных ходов.

10. Доминантными ценностями, репрезентируемыми в дискурсе политического комментария на американском радио, являются: *«patriotism»*, *«welfare»*, *«family»*, *«religion»*, *«social security»*, *«freedom»*, *«social justice»*, относящиеся к числу национальных ценностей американского народа. Дискурсивно специфичными являются ценности *«power»*, *«fear»* и *«fight»*, которые поддерживают агональный характер коммуникации, а также ценность *«truth»*, способствующая реализации манипулятивного воздействия, основанного на искажении истинностного аспекта высказываний.

## Заключение

Данное исследование выполнено в русле теории дискурса, теории речевого воздействия и лингвоперсонологии – актуальных исследовательских направлений современной лингвистики. Объектом исследования стала дискурсивная личность американского политического радиокomentатора – ведущего авторской программы. Выбор объекта исследования обусловил его научную новизну и актуальность: ранее характеристики дискурса медийной языковой личности американского радиоведущего не становились предметом отдельного описания. Важнейшей теоретической предпосылкой исследования стало положение о том, что представление о типовой дискурсивной личности формируется в сознании лингвокультурного сообщества благодаря регулярному тиражированию индивидуальными дискурсивными личностями комплекса языковых и речевых средств, используемых ими в публичных выступлениях.

В результате проведенного исследования удалось:

- выявить доминантные коммуникативно-прагматические стратегии и тактик, используемые ведущим политической авторской программы на американском радио, а также описать лингвостилистические средства их реализации;
- определить типы коммуникативной тональности, свойственные дискурсивной личности американского политического комментатора-радиоведущего;
- описать способы и средства реализации речевой агрессии как доминантного эмоционально-стилевого формата дискурсивной личности американского политического комментатора-радиоведущего;
- с применением методов корпусной лингвистики сделать верифицированные выводы о ценностных доминантах дискурсивной личности американского политического комментатора-радиоведущего.

С привлечением качественных и количественных методов было установлено, что доминантными коммуникативными стратегиями дискурсивной личности американского политического комментатора – о радиоведущего являются: стратегия дискредитации оппонента, стратегия самопрезентации и манипулятивная стратегия. Стратегия дискредитации в дискурсе политического комментария на американском радио поддерживается системой коммуникативных тактик, основными из которых являются: тактика компрометации оппонента, тактика вербальной дискриминации и тактика вербальной инсинуации.

Стратегия дискредитации оппонента в дискурсе американского политического радиокomentarия характеризуется проявлением речевой агрессии. Основными коммуникативными актами агрессии в жанре политического радиокomentarия являются: оскорбление, возмущение, обвинение, насмешка, констатация некомпетентности и опосредованное прерывание коммуникативного контакта. Было установлено, что доминантными языковыми и лингвостилистическими средствами английского языка, реализующими речевую агрессию как основную коммуникативную тональность дискурсивной личности американского политического радиокomentarия являются: оценочная разговорно-просторечная и книжная лексика английского языка, инвективная лексика, стилистические образные средства (в частности, метафора и сравнение), сленг, ирония, неологизмы и окказионализмы, а также аллюзия (аллюзивные имена, отсылки к прецедентным текстам и ситуациям и пр.). Являясь одним из основных инструментов манипулятивного воздействия, речевая агрессия в политическом ток-шоу на радио является инструментальной, косвенной, опосредованной и эмоциональной. Несмотря на то, что основной целью политического радиокomentarия является не запугивание аудитории, а ее побуждение к принятию конкретного посткоммуникативного решения, агрессия в данном жанре аффективна и крайне враждебна. Проведенный анализ позволил заключить, что «экологичность» речевых действий не



характерна для типовой дискурсивной личности американского политического радиокomentатора. Этичность речевого поведения, призванная снизить уровень социальной напряженности в обществе, не входит в число коммуникативных ценностей исследуемого типажа, так как речевая агрессия поддерживает в данном случае не только стратегию дискредитации, но также, в меньшей степени, стратегию самопрезентации. Отказ от экологичности коммуникативного поведения в значительной мере мотивирован необходимостью участия в жесткой конкурентной борьбе в условиях растущей интенсивности информационного потока в современной медиакоммуникации.

Установлено, что самопрезентация дискурсивной личности американского политического радиоведущего отличается провокативным характером. Стратегия самопрезентации реализуется тактиками самовосхваления, эпатирования адресата, фасцинативного воздействия на адресата и демонстрации профессионального успеха. Ведущей самопрезентационной тактикой в арсенале американского политического радиокomentатора является тактика эпатирования.

Основными типами манипулирования в дискурсе американского политического комментатора – радиоведущего являются референциальное и аргументативное манипулирование. Референциальное манипулирование представлено фактологическим и фокусным манипулированием. Референциальное и аргументативное манипулирование имеют приблизительно равную значимость в дискурсе американского политического радиоведущего. При этом в рамках референциального манипулирования количественно незначительно (на 7%) преобладают контексты, в которых вербализуются тактики фактологического референциального манипулирования. Было установлено, что основными приемами, реализующими тактику фактологического манипулирования, являются: (1) прием *спекуляции о будущем*, (2) *высказывания с гипотазированием*, (3) *квазиколичественные высказывания*, (4)

*квазиструктурные высказывания, (5) квазиточные высказывания.* Наиболее частотным приемом *референциального фактологического манипулирования* в исследуемом дискурсе является суждение о фактах, истинность которых не может быть верифицирована, к которым в первую очередь относятся *спекуляции о будущем.*

*Фокусировочное референциальное манипулирование* состоит в намеренном помещении в поле зрения аудитории лишь выгодного адресанту аспекта обсуждаемой политической ситуации либо фигуры. Основной тактикой *фокусировочного манипулирования* в дискурсе американского радиокомментатора является *дисфемизация.*

Дисфемизация часто сочетается с квазиструктурными высказываниями, так как, освещая лишь один аспект ситуации, радиоведущий в ряде случаев опускает и связи между политическими событиями и фигурами, имеющие существенное значение. Особенностью предвыборной полемики, на которую направлены авторские радиопрограммы (*radio talks*), находящиеся в фокусе настоящего исследования, является их направленность на изменение существующего положения дел, а именно на смену президента. Таким образом, они нацелены на *мобилизацию электората* и, соответственно, основной тактикой *фокусировочного референциального манипулирования* в них является *дисфемизация.*

Количественный анализ показал, что ведущими тактиками *аргументативного манипулирования*, используемыми радиокомментаторами являются *тактика создания впечатления очевидности и общеизвестности факта* (тактика формулированием точки зрения в неопровержимой форме) и *тактика маскировки интенции коммуникативных ходов.*

Анализ частотности слов корпуса, проведенный при помощи корпус-менеджера Antconc, позволил сделать количественно верифицированные выводы о ведущей роли *тактики создания впечатления очевидности и общеизвестности факта* в числе тактик аргументативного манипулирования в исследуемом дискурсе. Основной целью данной тактики является

моделирование социальной нормы, формирование ранее не существующих у реципиента текста комментария фоновых знаний, программирование пресуппозиционного содержания и эпистемического пространства общественного мнения, что позволяет получить тотальный контроль над характером последующей реакции массовой аудитории. В исследуемом корпусе данная тактика реализуется, главным образом, посредством употребления маркеров субъективной модальности (*of course, sure, clearly* и т.д.), ментальных предикатов, безличных местоимений и пассивных конструкций.

Использование ментальных предикатов в сочетании с личным местоимением *you* помогает комментатору генерировать в сознании слушателей представление о сообщаемых фактах и описываемых событиях как об общепринятых, общеизвестных и отвечающих общественной норме. Наиболее частотными в корпусе являются следующие глаголы: *know* (497), *understand* (61), *hear* (45), *remember* (29), *trust* (18). Преследуя цель убедить слушателя в истинности и достоверности доносимой информации, политический комментатор прибегает к маркерам модальности категорической достоверности: *sure* (67), *exactly* (66 раз), *of course* (59), *obviously* (37), *apparently* (35). Так, занимая внешне нейтральную политическую позицию, комментатор способствует моделированию у реципиентов фоновых знаний, мотивирующих их к дальнейшему принятию посткоммуникативного решения.

Второй доминантной тактикой аргументативного манипулирования является тактика маскировки интенции коммуникативных ходов. Количественный анализ показал, что основными коммуникативными приемами реализации данной тактики являются:

1. *маскировка оценочного суждения под риторический вопрос,*
2. *маскировка ассерции под отрицание,*
3. *маскировкой ассерции под гипотезирование или пресуппозицию.*

Количественный анализ показал, что *маскировка оценочного суждения под риторический вопрос* является основной техникой манипулирования в арсенале исследуемой дискурсивной личности. Количество вопросительных предложений составляет 11 % всех высказываний в корпусе текстов Гленна Бека, 9 % в корпусе Майкла Сэвиджа и 7 % в текстах скриптов радиопередач Марка Левина.

В числе вопросительных предложений, отобранных нами в исследуемых корпусах текстов, выделяются в первую очередь два типа риторических вопросов: 1. собственно-риторические вопросительные предложения и 2. несобственно-риторические вопросы.

К первому типу предложений – **собственно-риторическим вопросительным предложениям** – относятся такие, высказывания, которые выражают оценочное суждение посредством «обратной констатации». При этом положительные конструкции содержат скрытое имплицитное отрицание, отрицательные – утверждение.

Второй тип – **несобственно-риторические вопросы** – включает в себя такие вопросно-ответные единства, где говорящий задает вопрос, не предполагая получения ответа от аудитории: (1) он сам отвечает на вопрос, таким образом выражая оценочные суждения о предмете обсуждения с манипулятивной целью либо (2) предоставляет аудитории самостоятельно сформулировать ответы на вопросы. Таким образом, несмотря на то, что вопрос употребляется в своей первичной функции, по прагматической направленности это риторический вопрос. Несобственно-риторические вопросы составляют основу манипулятивного дискурса исследуемой медийной языковой личности, количественно значительно преобладая над собственно-риторическими (в приблизительной пропорции 5:1).

Задавая несобственно-риторические вопросы аудитории и отвечая на них самостоятельно, радиокomentатор создает у слушателей иллюзию независимого осмысления описываемых фактов и самостоятельной оценки событий, в то время как в реальности оценка является навязанной.

Гипотезирование является одним из способов моделирования представлений о событиях в сознании масс. В отличие от фактической информации, предположение дает большую свободу в рамках истинности высказывания, в силу меньшего риска опровержимости.

Коммуникативный прием гипотезирования реализуется модальными глаголами *may/might* и *could*, модальным наречием *maybe* и другими словами, меняющими модальную рамку высказывания (*possibly, likely* и пр.).

Было показано, что основным типом воздействия, реализуемым в дискурсе радиопередач на политическую тему, является манипулятивное воздействие, основанное на искажении истинностного аспекта высказывания, однако достаточно значительную роль в дискурсе радиокomentатора играют и прямые воздействующие стратегии, к которым относится стратегия побуждения, которую также можно рассматривать как особый тип манипулирования сознанием адресата. Основным средством реализации стратегии побуждения в исследуемых текстах являются модальные глаголы с семантикой долженствования *have to, should, ought* и *must*.

Описание аксиологических характеристик исследуемой дискурсивной личности проводилось с привлечением корпусных методов исследования. Была предложена оригинальная методика исследования, включающая следующие этапы: семантическое тегирование корпуса отобранных текстов радиопередач с использованием системы семантической разметки исследовательского центра Ланкастерского университета, специализирующегося на автоматизированном анализе больших массивов естественного языка (UCREL Semantic analysis system); составление списка абсолютной частотности единиц корпуса с применением корпус-менеджера AntConc [Anthony, 2019] с их последующей семантической категоризацией с целью выделения ведущих дискурсивных ценностей; сопоставительный анализ результатов, полученных на первом и втором этапах исследования, с целью верификации выводов; интерпретативный анализ контекстов,

реализующих ценностные смыслы, с целью уточнения способов их репрезентации.

Было установлено, что доминантными ценностями, репрезентируемыми в дискурсе политического комментария на американском радио, являются: «*patriotism*», «*welfare*», «*family*», «*religion*», «*social security*», «*freedom*», «*social justice*», относящиеся к числу национальных ценностей американского народа. Дискурсивно специфичными являются ценности «*power*», «*fight*» и «*fear*», которые поддерживают агональный характер коммуникации, а также ценность «*truth*», способствующая реализации манипулятивного воздействия, основанного на искажении истинностного аспекта высказываний. Апелляция к данным ценностям является важным инструментом воздействия дискурсивной личности американского радиокомментатора.

Апробированная в работе методика описания дискурсивных личностей может быть применима в последующих научных исследованиях, направленных на конструирование типовых дискурсивных личностей в других типах коммуникации.

## Список использованной литературы

1. Абушенко, В. Л. Аксиология [Текст]: Всемирная энциклопедия: Философия XX век / В. Л. Абушенко. Главн. науч. ред. и сост. А.А. Грицанов. – Москва : АСТ, Современный литератор, Харвест, 2002. – С. 21-23.
2. Айтенова, И. К. Речевое поведение радиоведущего в ситуациях коммуникативного дискомфорта (на примере программ информационно-развлекательного вещания) [Электронный ресурс] / И. К. Айтенова, Л. А. Балобанова // Вестн. Том. гос. ун-та. Филология, 2016. №5 (43). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rechevoe-povedenie-radioveduschego-v-situatsiyah-kommunikativnogo-diskomforta-na-primere-programm-informatsionno-razvlekatelnogo> (дата обращения: 20.03.2022).
3. Алимджанов, А. А. Вопросно-ответная корреляция в современном американском политическом диалоге [Текст] / А. А. Алимджанов // Балтийский гуманитарный журнал. – 2019. – Т. 8, № 2 (27). – С. 201-204.
4. Акаева, Э. В. Языковая личность врача ведущего научно-популярной медицинской программы [Электронный ресурс] / Э. В. Акаева // Вестник ЧелГУ, 2011. №24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-lichnost-vracha-veduschego-nauchno-populyarnoy-meditsinskoj-programmy> (дата обращения: 20.03.2022).
5. Апресян, В. Ю. Имплицитная агрессия в языке [Текст] / В. Ю. Апресян // Труды международного семинара "Диалог 2003" по компьютерной лингвистике и ее приложениям. Под ред. А. С. Нариньяни. : Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии, Москва. – Москва: Наука, 2003. – С. 14-18.
6. Апресян, Ю. Д. Языковая картина мира и системная лексикография [Текст] / Ю. Д. Апресян. – Москва: Языки славянских культур, 2006. – 912 с.

7. Артамонова, Ю. Д. Герменевтический аспект языка СМИ [Текст] / Ю. Д. Артамонова, В. Г. Кузнецов // Язык средств массовой информации, 2008. – С. 99-117.
8. Арутюнова, Н. Д. Дискурс [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С.136-137.
9. Атьман, О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США [Текст] / О. В. Атьман // Политическая лингвистика. – Екатеринбург, 2011. – № 1 (35). – С. 96-101.
10. Базалук, Е. И. Целостность языковой личности: функционально-прагматический и риторический аспекты [Текст] : Автореф. дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Е. И. Базалук; Кубанский государственный университет. – Ставрополь, 2010. – 163 с.
11. Баранов, А. Н. Парламентские дебаты: традиции и новации. [Текст] / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. – Москва : Знание, 1991. – 42 с.
12. Бахтин, М. М. Проблема речевых жанров [Текст] / М. М. Бахтин // собр. соч. – М.: Русские словари, 1996. – Т. 5: Работы 1940-1960 гг. – С. 159-206.
13. Башиева, С. К. Языковая личность в полиэтнической кабардино-балкарии: влияние экстралингвистических факторов на ее становление и развитие (результаты социолингвистического опроса) [Текст] / С. К. Башиева // Известия кабардино-балкарского научного центра РАН, 2009. – № 6 (32). – С. 142-152.
14. Башиева, С.К., Билингвизм и полилингвизм как объединяющие начала различных социолингвокультурных сообществ Северного Кавказа (на примере Кабардино-Балкарской Республики) [Текст] / С. К. Башиева, З.Р. Дохова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Вопросы образования: языки и специальность», 2016. – №5. – С. 266-273.



15. Блинкина-Мельник, М.М. Рекламный текст. Задачник для копирайтеров / М.М. Блинкина-Мельник. – М.: ОГИ, 2004. – 200 с.
16. Богданов В.В. Лингвистическая прагматика и ее прикладные аспекты [Текст] / В. В. Богданов//Прикладное языкознание. – СПб., 1996. – С. 268–275.
17. Богин, Г. И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текста [Текст] : дис. ...докт. фил. наук : 10.02.19 / Г. И. Богин; Ленинградский государственный университет. – Ленинград, 1984. – 354 с.
18. Богомолов А. Ю. Языковая личность персонажа в аспекте психопоэтики (На материале романа Л. Н. Толстого «Анна Каренина») : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.01 : Череповец, 2005. – 207 с.
19. Болотнов, А. В. Идиостиль информационно-медийной языковой личности: коммуникативно-когнитивные аспекты исследования [Текст] : дис. ...доктора фил. наук : 10.02.01 / А. В. Болотнов; Томский государственный педагогический университет. – Томск, 2016. – 405 с.
20. Борисова, И. Н. Категория цели и аспекты текстового анализа [Текст] / И. Н. Борисова // Жанры речи, 1999. – № 2. – С. 81-96.
21. Бороденко, М. В. "Языковая" личность [Текст] / М. В. Бороденко. – Москва : Культурно-историческая психология развития, 2001. – С. 211-214.
22. Бровикова, Л. Н. Лингвокультурный типаж "английский викарий": эмблематические характеристики [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Л. Н. Бровикова; Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2013. – 235 с. – Волгоградский государственный социально-педагогический университет.
23. Будаев, Э. В. Зарубежная политическая лингвистика [Текст] / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Москва : Флинта, 2008. – 352 с.
24. Булыгина, Т. В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) : [Текст] / А. Д. Шмелев; Т. В. Булыгина. — Москва : Языки славянской культуры, 1997. – 577 с.

25. Вайсгербер, Й. Л. Родной язык и формирование духа [Текст] / Й. Л. Вайсгербер – Москва : URSS, 2009. – 232 с.
26. Виноградов, В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика / В.В. Виноградов. – М., 1963. – 253 с.
27. Виноградов, В. В. О языке художественной прозы. / В.В. Виноградов. – М., 1980. – 373 с.
28. Виноградов, С. И. Язык газеты в аспекте культуры речи // Культура русской речи и эффективность общения [Текст] / С. И. Виноградов. – Москва : Наука, 1996. – С. 281–317.
29. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика [Текст] / Р. Водак // Пер. с англ. и нем.; ВГПУ. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.
30. Вольтер, О. В. Идеология и политика: определение стратегических перспектив развития современного общества [Текст] / О. В. Вольтер // Вестник Омского университета, 2013. – № 3 (69). – С. 193-198.
31. Волкова Е. В. Анализ языковой личности радиоведущей "Эха Москвы" Ксении Лариной [Электронный ресурс] / Е.В. Волкова // Вестник Томского государственного ун-та, 2018. №434. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-yazykovoy-lichnosti-radioveduschey-eha-moskvy-ksenii-larinoj> (дата обращения: 01.09.2019).
32. Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании [Текст] / С. Г. Воркачев // Филологические науки, 2001. – № 1. – С. 64-72.
33. Воронцова, Т. А. Речевая агрессия в коммуникативно-дискурсивной парадигме [Текст] / Т. А. Воронцова // Вестник ВГУ: Серия «Лингвистика и межкультурная коммуникация», 2006. – № 1. – С. 83-86.
34. Ворошилова, М. Б. Лингвокультурный типаж рокера: ассоциативные признаки [Текст] / М. Б. Ворошилова // Екатеринбург: Лингвокультурология, 2007. – № 1. – С. 44-52.
35. Гак, В. Г. Языковые преобразования : Монография [Текст] / В. Г. Гак. – Москва : Языки русской культуры, 1998. – 768 с.

36. Галстян, С. С. Роль языковой личности в телевизионной речевой культуре [Текст] : Автореф. дис. ...канд. фил. наук : 10.01.10 / С. С. Галстян; «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания. – Москва, 2010. – 23 с.
37. Глухова, И. В. Лексико-семантические способы выражения речевой агрессии (на материале англоязычных печатных СМИ) [Текст] / И. В. Глухова // Вестник Челябинского государственного университета, 2017. – №. 12 (408), № 110. – С. 62-70.
38. Горбаневский, М. В. Об ответственности за слово [Текст] / М. В. Горбаневский // Русская речь, 2007. – № 1. – С. 69-73.
39. Горностаева, А. А. Ирония в политическом дискурсе: агрессия или развлечение? [Текст] / А. А. Горностаева // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика, 2014. – № 3. – С. 64-73.
40. Гуляева, Е. В. Лингвокультурный типаж «американский адвокат» [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Е. В. Гуляева; ВГПУ. – Волгоград, 2009. – 176 с.
41. Гуляева, Т. В. Вокативность американского официально-политического дискурса: коммуникативный и когнитивный аспекты [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.04 / Т. В. Гуляева; Пермский государственный университет. – Пермь, 2007. – 178 с.
42. Дайнеко, П.М. Дискурсивные стратегии самопрезентации в институциональном интернет-общении: дис. ... кан. филолог. наук: 10.02.19 / П.М. Дайнеко. – Москва, 2011. – 209 с.
43. Даулетова, В.А. Вербальные средства создания автоимиджа в политическом дискурсе (на материале рус. и англ. биограф. прозы): автореф. дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.20 / В.А. Даулетова. - Волгоград, 2004. - 22 с.
44. Дедушкина, Т. А. Жанровое пространство политического дискурса / Т. А. Дедушкина // Studia Linguistica, 2011. – № 5. – С. 472-477.

45. Деревянская, В. В. Лингвокультурный типаж "британский колониальный служащий" [Текст] : Автореф. дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / В. В. Деревянская; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2008. – 22 с.

46. Дмитриев, О.А. Структурно-семантическая характеристика слогана как особой разновидности рекламного текста : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / О.А. Дмитриев. – Орел, 2000. – 149 с.

47. Дмитриева, О. А. Лингвокультурные типы России и Франции XIX века [Текст] : дис. ...докт. фил. наук : 10.02.20 / О. А. Дмитриева; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2007. – 375 с.

48. Добреньков, В. И. Социология. Общий курс [Текст] : Учебное пособие для ВУЗов / В. И. Добреньков, А. И. Кравченко. – Москва : Инфра-М, 2007. – 624 с.

49. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиа текстов. Опыт исследования современной английской медиаречи [Текст] / Т. Г. Добросклонская. – Москва : МАКС-Пресс Москва, 2004. – 288 с.

50. Домышева, С. А. Технологизация дискурса в современном обществе: монография / С. А. Домышева, Н.В. Копылова, С.Н. Плотникова. - Иркутск: Иркутский государственный лингвистический университет, 2011. - 321 с.

51. Доценко, Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита [Текст] / Е. Л. Доценко. – Москва : ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.

52. Дубских, А. И. Средства реализации коммуникативной стратегии саморепрезентации личности в массово-информационном дискурсе [Текст] / А. И. Дубских // Вестник Челябинского государственного университета, 2008. – № 30 (171). Филология. Искусствоведение. – Вып. 35. – С. 50–54.

53. Дубских, А. И. Тактика эпатирования как инструмент провокационной саморекламы в «звездных» интервью [Текст] / А. И.

Дубских // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Лингвистика, 2012. – № 25. – С. 109-112.

54. Егорова, Э. Н. Речевая агрессия и стратегия дискредитации (на примере анализа газетных публикаций) [Текст] / Э. Н. Егорова // Язык и текст, 2015. – Т. 2, № 3. – С. 69-75.

55. Ермоленкина, Л. И. Дискурсивная личность в коммуникативном пространстве современного радио [Текст] / Л. И. Ермоленкина // Вестник ТГПУ, 2017. – № 2 (179). – С. 37-40.

56. Желтухина, М. Р. Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ [Текст] : дис. ...докт. фил. наук : 10.02.19 / М. Р. Желтухина; Институт языкознания РАН. – Москва, 2004. – 723 с.

57. Желтухина, М. Р. Медиадискурс / М. Р. Желтухина // Дискурс-Пи, 2016. – № 3-4 (24-25). – С. 292-296.

58. Жельвис, В. И. Поле брани: Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира [Текст] / В. И. Жельвис. – Москва : АСТ, 2008. – 318 с.

59. Журавлева, Е.А. Актуализация категории автора в текстах политических мемуаров (на материале мемуаров президентов США): автореф. дис. ... канд. филолог. наук: 10.02.04 / Журавлева Е. А. – Санкт-Петербург, 2012. – 26 с.

60. Запасник, С. Ложь в политике [Текст] / С. Запасник // Философские науки, 1991. – № 8. – С. 94-107.

61. Зернецкий, В.П. Лингвистические аспекты теории речевой деятельности [Текст] / В.П. Зернецкий // Языковые процессы и единицы: межвуз. сб. науч. тр. – Калинин: КГУ, 1988. – С. 36-41.

62. Зигманн, Ж. В. Структура современного политического дискурса: Речевые жанры и речевые стратегии [Текст]: дис. ...канд. фил. наук : 10.02.01 / Ж. В. Зигманн; МГУ им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2003. – 239 с.

63. Иванова, Е. Н. Языковая личность в условиях формирования норм русского литературного языка: первая половина XVIII века : на

материале писем и распоряжений А.Н. Демидова [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.01 / Е. Н. Иванова; Уральский государственный университет им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2008. – 270 с.

64. Иванцова, Е. В. Феномен диалектной языковой личности [Текст] : дис. ...докт. фил. наук : 10.02.01 / Е. В. Иванцова; Томский государственный университет. – Томск, 2002. – 395 с.

65. Изюров, А. М. Актуализация речевого субъекта в политическом дискурсе (на материале современного немецкого языка): автореф. дис. ...канд. филолог. наук: 10.02.04 / А.М.Изюров. – Санкт-Петербург, 2006. – 24 с.

66. Ильинова, Е. Ю. Эколингвистический модус событийности в пространстве массмедийного дискурса [Текст] / Е. Ю. Ильинова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание, 2010. – № 2 (12). – С. 168-176.

67. Ионова, С. В. Основные направления эколингвистических исследований: зарубежный и отечественный опыт [Текст] / С. В. Ионова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание, 2010. – № 1 (11). – С. 86-93.

68. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О.С. Иссерс. – Изд. 5-е. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.

69. Казак, М. Ю. Специфика современного медиатекста [Текст] / М. Ю. Казак. Лингвистика речи. Медиастилистика : коллективная монография, посвящ. 80-летию проф. Г.Я. Солганика / ред.: Г. Я. Солганик [и др.] . – 2-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2013. – С. 320-334.

70. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием [Текст] : учеб. пособие / С. Г. Кара-Мурза. – Москва : Алгоритм, 1996. – Т. 528. – 832 с.

71. Карасик, В. И. Структура институционального дискурса [Текст] / В. И. Карасик // Проблемы речевой коммуникации. Саратов: Изд-во Саратовского ун-та, 2000. – С. 25-33.

72. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В. И. Карасик. – М.: Гнозис, 2002. – 220 с.

73. Карасик, В. И. Американский супермен как коммуникативный типаж [Текст] / В. И. Карасик // Интенсивное обучение иностранным языкам: проблемы методики и лингвистики, 2004. – № 2. – С. 115-113.

74. Карасик, В. И. Лингвокультурный типаж: к определению понятия [Текст] / В. И. Карасик, О. А. Дмитриева // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика. – Волгоград : Парадигма, 2005 (А). – С. 5-25.

75. Карасик, В. И. Фанат как типаж современной массовой культуры [Текст] / А. В. Карасик // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажы : сб. науч. тр. / под ред. В. И. Карасика. Волгоград : Парадигма, 2005 (Б). – 282 с.

76. Карасик В.И. Лингвокультурный типаж "английский чудак" [Текст] / В.И. Карасик, Е.Н. Ярмахова. – М. : Гнозис, 2006. – 240 с.

77. Карасик, В. И. Дискурсивная персонология [Текст] / В. И. Карасик // Язык, коммуникация и социальная среда, 2007. – № 7. – С. 78-86.

78. Карасик, В. И. Коммуникативная тональность [Текст] / В. И. Карасик // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова, 2008. – № 4. – С. 20-29.

79. Карасик, В. И. Языковые ключи [Текст]: монография / В. И. Карасик; науч.-исслед. лаборатория «Аксиологическая лингвистика». – М.: Гнозис, 2009. – 406 с.

80. Карасик, В. И. Аксиогенная ситуация как единица ценностной картины мира [Текст] / В. И. Карасик // Политическая лингвистика, 2014 (А). – № 1 (47). – С. 65-75.

81. Карасик, В. И. Языковые проявления личности [Текст]: монография / В. И. Карасик. – Волгоград : Парадигма, 2014 (Б). – 449 с.

82. Карасик, В. И. Дискурсивное проявление личности [Текст] / В. И. Карасик // Вестник РУДН, Серия: Лингвистика, 2016. – Т. 2, № 4. – С. 56-77.

83. Карасик, В. И. Ценности как культурно значимые ориентиры поведения [Текст] / В. И. Карасик // Гуманитарные технологии в

современном мире. Лингвокультурные ценности в языковом сознании и коммуникативной практике: материалы Международной научной конференции (Тяньцзинь, Тяньцзиньский университет иностранных языков, 16 ноября 2018 г.). Тяньцзинь, 2019. – С. 22-25.

84. Караулов, Ю. Н. Язык и личность [Текст] / Ю. Н. Караулов. – Москва : Наука, 1989. – 216 с.

85. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю. Н. Караулов. – Изд. 7-е. – Москва : ЛКИ, 2010. – 264 с.

86. Карякин, А. В. Стратегемно-тактические способы реализации речевой агрессии в политическом дискурсе: на материале немецкого языка [Текст] : Автореф. дис. ...канд. фил. наук : 10.02.04 / А. В. Карякин; ВолГУ. – Волгоград, 2010. – 23 с.

87. Карякин, А. В. Стратегемно-тактические способы реализации речевой агрессии в политическом дискурсе: на материале немецкого языка : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.04 / А. В. Карякин; Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2010. – 164 с.

88. Касимханова, А. Ф. Языковая личность регионального телеведущего в контексте телевизионного дискурса [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.01 / А. Ф. Касимханова; Башкирский государственный университет. – Уфа, 2015. – 177 с.

89. Кибрик, А. А. Когнитивное исследование по дискурсу [Текст] / А. А. Кибрик // Вопросы языкознания, 1994. – № 5. – С. 126-139.

90. Клеменова, Е. Н. Персуазивная функция масс-медийных текстов: эвиденциальность и эпистемическая модальность [Текст] / Е. Н. Клеменова, И. А. Кудряшов // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: История. Филология, 2016. – Т. 15, № 6. – С. 93-99.

91. Кнорозов, Ю. В. К вопросу о классификации сигнализации [Текст] // Основные проблемы африканистики / Ю. В. Кнорозов. – Москва : Наука, 1973. – С. 324-334.



92. Кобозева, И. М. Семантические проблемы анализа политической метафоры [Текст] / И. М. Кобозева // Вестник Московского университета: Серия 9: Филология, издательство Изд-во Моск. ун-та, 2001. – № 6. – С. 132-149.
93. Колесниченко, А. В. Практическая журналистика [Текст]: Учебное пособие / А. В. Колесниченко. – Москва : Московский государственный университет имени МВ Ломоносова, 2010. – 181 с.
94. Конецкая, В.П. Социология коммуникации [Текст]: / В. П. Конецкая. - М. : Междунар. ун-т бизнеса и упр. (Братья Карич), 1997. - 302 с.
95. Корнилова, Е.Е. Язык телевизионной рекламы: Функция воздействия и функция сообщения : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е.Е. Корнилова. – Ростов-на-Дону, 1997. – 170 с.
96. Коровина, А. Ю. Лингвокультурный типаж «английский сноб» [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / А. Ю. Коровина; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2008. – 226 с.
97. Косинова, Е. В. Лингвопрагматические особенности перевоплощенной языковой личности : на материале немецкого языка [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Е. В. Косинова; Кемер. гос. ун-т. – Новокузнецк, 2013. – 185 с.
98. Котова, Н. С. Амбивалентная языковая личность: лексика, грамматика, прагматика [Текст] : дис. ...докт. фил. наук : 10.02.01 / Н. С. Котова; Южный федеральный университет. – Краснодар, 2008. – 551 с.
99. Кочетова, Л.А. Динамика аксиологических характеристик рекламного дискурса [Текст] // Гуманитарные и социально-экономические науки, 2013. – № 2 (69). С. 61–64.
100. Кочетова, Л. А., Кононова, И. В. Когнитивно-корпусный подход к анализу конструирования ценностных смыслов в рекламном дискурсе [Текст] / Л.А. Кочетова, И.В. Кононова // Вопросы когнитивной лингвистики, 2019. – № 2. С. 65–74.

101. Кочетова, Л.А., Попов, В.В. Исследование аксиологических доминант в жанре пресс-релиза на основе методов автоматического извлечения ключевых слов корпуса текстов [Текст] / Л.А. Кочетова, В.В. Попов // Научный диалог, 2019. – № 6. С. 32-49.
102. Кохтев, Н.Н. Реклама: искусство слова / Н.Н. Кохтев. – М.: Изд-во МГУ, 1997. – 96 с.
103. Кравченко, Е. В. История регионального радиовещания: на примере Краснодарского края [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.01.10 / Кравченко Е. В.; Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2007. – 176 с.
104. Красных, В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология [Текст]: Курс лекций / В. В. Красных. – Москва : ИТДГК Гнозис, 2002. – 284 с.
105. Красных, В. В. "Свой" среди "чужих": миф или реальность? [Текст]: Монография / В. В. Красных. – Москва : ИТДГК "Гнозис", 2003. – 375 с.
106. Кузьмина, О. В. Антропоцентрированный характер рекламного дискурса [Текст] / О. В. Кузьмина, А. П. Макаров // Современные проблемы науки и образования, 2003. – № 4. – С. 383-383.
107. Курганова, Е.Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте : учебное пособие / Е.Б. Курганова. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 2004. – 124 с.
108. Кусов, Г. В. Оскорбление как иллокутивный лингвокультурный концепт [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Кусов Г. В.; Кубанский государственный технологический университет. – Волгоград, 2004. – 245 с.
109. Лебедева, Н.Б. Языковая личность и речевой жанр: проблема типологии [Текст] / Н.Б. Лебедева, А.С. Юркевич // Вопросы лингвоперсонологии. – Барнаул, 2007. – Ч. 1. – С. 53-57.
110. Лермонтовская энциклопедия [Текст] / АН СССР. Ин-т рус. лит. (Пушкин. Дом); Науч.-ред. совет изд-ва "Сов. Энцикл."; Гл. ред. Мануйлов В.

А., Ред.кол.: Андроников И. Л., Базанов В. Г., Бушмин А. С., Вацуро В. Э., Жданов В. В., Храпченко М. Б. – М.: Сов. Энцикл., 1981. – 746 с.

111. Линдстрем, Е. Н. Классификация русских вопросительных по форме высказываний на базе прагматически обоснованной универсальной модели [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.01 / Линдстрем Е. Н.; Петрозаводский государственный университет. – Петрозаводск, 2003. – 225 с.

112. Лутовинова, О. В. Лингвокультурный типаж «хакер» [Текст] / О. В. Лутовинова // Политическая лингвистика: Екатеринбург, 2006. – № 20. – С. 170-174.

113. Маслова, В. А. Политический дискурс: языковые игры или игры в слова? [Текст] / В. А. Маслова // Политическая лингвистика: Екатеринбург, 2008. – № 1 (24). – С. 43-48.

114. Мельник, Н. В. Лингвоперсонология политического интернет-комментария [Электронный ресурс] / Н. В. Мельник // Политическая лингвистика, 2017. №5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/lingvopersonologiya-politicheskogo-internet-kommentariya> (дата обращения: 12.02.2020).

115. Мечковская, Н. Б. Язык и религия [Текст]: Пособие для студентов гуманитарных вузов / Н. Б. Мечковская. – Москва : Агентство Фаир, 1998. – 352 с.

116. Михальская, А. К. Основы риторики. Мысль и слово [Текст]: учеб. пособие для учащихся 10-11 кл / А. К. Михальская. – Москва : Просвещение, 1996. – 416 с.

117. Нерознак, В.П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины [Текст] / В.П. Нерознак // Язык. Поэтика. Перевод: сб. науч. тр. Моск. линг. ун-та. Вып. 426. – М.: Изд-во Моск. линг. ун-та, 1996. – С.112-116.

118. Никитин, М. В. Никитин М. В. Основы лингвистической теории значения [Текст] / М. В. Никитин. – Москва : Высшая школа, 1998. – 168 с.

119. Николаева, Т. М. Лингвистическая демагогия [Текст] / Т. М. Николаева // Прагматика и проблемы интенциональности: Сб. статей / Под ред. Н. Д. Арутюновой / Ин-т языкознания АН СССР. М.: Наука, 1988. – С. 154-165.

120. Оленёв, С. В. Динамическое моделирование русской языковой личности [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.01 / Оленёв С. В.: Кемеровский государственный университет. – Кемерово, 2006. – 270 с.

121. Олянич, А. В. Театральность как категория политического дискурса [Текст] / А. В. Олянич // Дискурс-Пи, 2015. – № 2. – С. 176-179.

122. Омельченко, Е. В. Фасцинативные средства и приемы в коммуникации [Текст] / Е. В. Омельченко // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук, 2013. – Т. 7. – № 2. – С. 93-95.

123. Пак, Л. Е. Дискурсивная личность спортивного комментатора США и России: гендерный аспект [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.20 / Л. Е. Пак; Дальневосточный федеральный университет. – Владивосток, 2018. – 178 с.

124. Папченко, М.Ю. О функционировании языковой игры в немецкоязычной рекламной коммуникации / М.Ю. Папченко // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – М., 2013. – No 9 (84). – С. 85-89.

125. Парастаев, Г. Н. Лексико-семантические особенности американского политического дискурса: на примере исторических и общественно-политических реалий [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.04 / Парастаев Г. Н.; Московский государственный областной социально-гуманитарный институт. – Москва, 2012. – 209 с.

126. Паршина О.Н. Российская политическая речь: Теория и практика [Текст] / О.Н. Паршина / под ред. О. Б. Сиротининой, год.2-е, испр. и доп. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. - 232 с.

127. Первухин, А. А. Теоретические аспекты понятия «Медиамистификация» [Текст] / А. А. Первухин // Вестник Челябинского государственного университета, 2012. – Т. 32 (286). Филология. Искусствоведение., № 71. – С. 82-85.

128. Плотникова, С. Н. Языковая, коммуникативная и дискурсивная личность: к проблеме разграничения понятий [Текст] / С. Н. Плотникова // Лингвистика дискурса. Иркутск: ИГЛУ, 2005 (А). – № 4. – С. 5-16.

129. Плотникова, С.Н. Политик как конструктор дискурса реагирования [Текст] / С.Н. Плотникова // Политический дискурс в России: Святыне без житий: материалы постоянно действующего семинара / под ред. В.Н. Базылева, В.Г. Красильниковой. – М.: МАКС Пресс, 2005 (Б). – Вып. 8. – С. 22-26.

130. Почепцов, Г. Г. Информационно-политические технологии [Текст] / Г. Г. Почепцов. – Москва : Центр, 2003. – 384 с.

131. Прокофьева, В. Ю. Дейктивческие элементы рекламного хронотопа [Текст] / В.Ю. Прокофьева, Е.Г. Прончатова // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – Новосибирск, 2015. – No 1. – С. 119-126.

132. Распопова, С. С. Автор как реальный человек и образ автора в медиатексте [Текст] / С. С. Распопова // Вопросы теории и практики журналистики, 2015. – Т. 4, № 2. – С. 149-158.

133. Ревзина О. Г. Дискурс и дискурсивные формации [Текст] / О. Г. Ревзина. // Критика и семиотика – Вып. 8. – Новосибирск, 2005. – С. 66-78.

134. Риффатер, М. Критерии стилистического анализа [Текст] / М. Риффатер. – Москва : Высшая школа, 1981. – С. 9-25.

135. Рокич, М. Методика "Ценностные ориентации" [Текст] / М. Рокич. – Москва // Большая энциклопедия психологических тестов / авт.-сост. А.А. Карелин. – Москва : Эксмо, 2009. – С. 26-28.

136. Романов, А. А. Политическая лингвистика: Функциональный подход [Текст] / А. А. Романов. – Тверь : ИЯ РАН ТвГУ, 2002. – 191 с.

137. Руженцева, Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе [Текст]: Монография / Н. Б. Руженцева. – Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет, 2004. – 294 с.

138. Русакова, О. Ф. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики [Текст] / О. Ф. Русакова, Е. Г. Грибовод // Антиномии, 2014. – № 4. – С. 65-77.

139. Сахарова, А. В. Формирование языковой личности: социально – философский аспект [Текст] : Автореф. дис. ...канд. фил. наук : 09.00.11 / А. В. Сахарова; ФГБОУ ВО «Ивановский государственный политехнический университет. – Иваново, 2017. – 30 с.

140. Светоносова, Т. А. Сопоставительное исследование ценностей в российском и американском политическом дискурсе [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.20 / Светоносова Т. А.; Уральский государственный педагогический университет. – Екатеринбург, 2006. – 174 с.

141. Севастьянова, А. Л. Прагмалингвистический анализ ценностно-событийного дискурса: на материале выступлений политических лидеров США [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.04 / Севастьянова А. Л.; Санкт-Петербургский государственный университет. – Москва, 2018. – 202 с.

142. Савельева, И. В. Вариативность стратегий текстовосприятия и текстопорождения: лингвоперсонологический аспект (на материале текстов политических интернет-комментариев) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / И. В. Савельева; Кемеровский государственный университет. – Кемерово, 2013. — 251 с.

143. Седов, К. Ф. Типы языковых личностей и стратегии речевого поведения [Текст] / К. Ф. Седов // Речевое общение: специализированный вестник Красноярского государственного университета, 2000. – № 2 (10). – С. 6-12.

144. Седов, К. Ф. Агрессия как вид речевого воздействия [Текст] / К. Ф. Седов // Прямая и непрямая коммуникация. – Саратов: Рос УНЦ «Колледж», 2003. – С. 196-212.

145. Сентенберг, И. И. Языковая личность в коммуникативно-деятельностном аспекте [Текст] / И. И. Сентенберг // Языковая личность: проблемы значения и смысла. – Волгоград: Перемена, 1994. – С. 14-25.

146. Серио, П. Как читают тексты во Франции [Текст] / П. Серио // Квадратура смысла. Французская школа анализа дискурса. – М., 1999. – С. 12-53.

147. Синельникова, Л. Н. О научной легитимности понятия «Дискурсивная личность» [Текст] / Л. Н. Синельникова // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Филология. Социальные коммуникации», 2011. – Т. 24 (63), № 2-1. – С. 454-463.

148. Сиротинина, О. Б. Тексты, текстоиды, дискурсы в зоне разговорной речи [Текст] / О. Б. Сиротинина // Человек - Текст - Культура. Екатеринбург, 1994. – С. 105-124.

149. Сковородников, А. П. Языковое насилие в современной российской прессе [Текст] / А. П. Сковородников // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения: науч.-метод. бюллетень / Краснояр. гос. ун-т, 1997. – № 2. – С. 51-53.

150. Соковнин, В. М. Фасцинология. Прологомены к науке о чарующей, доминантной и устрашающей коммуникации животных и человека [Текст] / В. М. Соковнин. – Екатеринбург : Изд-во Ур. ун-та, 2005. – 400 с.

151. Соколова, О. П. Коммуникативная культура индивида: социально-философский анализ [Текст] : Автореф. дис. ...канд. фил. наук : 09.00.11 / О. П. Соколова; «Удмуртский государственный университет». – Ижевск, 2002. – 15 с.

152. Солдаткина, Я. В. «Журналистский текст» как знаковая система [Текст] / Я. В. Солдаткина // Преподаватель XXI век, 2014. – Т. 2, № 3. – С. 293-299.
153. Сорокин, Ю. А. Политический дискурс: попытка истолкования понятия [Текст] / Ю. А. Сорокин // Политический дискурс в России : Материалы рабочего совещания, Москва, 30 марта 1997. – Москва: НИОПИК, 1997. – С. 57–62.
154. Старых, Н.В., Ученова, В.В. История рекламы / Н.В. Старых, В.В. Ученова. – СПб.: Питер, 2002. – 304 с.
155. Стегний, В. Н. Политология [Текст]: учебное пособие / В. Н. Стегний, Н. Н. Целищев, В. И. Шерпаев ; М-во образования и науки Российской Федерации, Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования "Пермский гос. технический ун-т". - Пермь : Изд-во Пермского гос. технического ун-та, 2011. – 346 с.
156. Степанов, В. Н. Провокативный дискурс массовой коммуникации [Текст] : дис. ...докт. фил. наук : 10.01.10 / Степанов В. Н.; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург, 2007. – 380 с.
157. Степанов, Ю. С. Язык и метод. К современной философии языка [Текст] / Ю. С. Степанов. – Москва : Языки русской культуры, 1998. – 784 с. – Язык. Семиотика. Культура.
158. Степанов, Ю. С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации [Текст] / Ю. С. Степанов. – Москва : Языки славянских культур, 2007. – 248 с.
159. Стернин, И. А. Когнитивная лингвистика [Текст]: Монография / И. А. Стернин, З. Д. Попова. – Москва : АСТ Восток-Запад, 2010. – 314 с.
160. Сусов, И. П. Лингвистическая прагматика [Текст] / И. П. Сусов. – Винница : НОВА КНИГА, 2009. – 272 с.
161. Сухих, С. А. Прагмалингвистическое измерение коммуникативного процесса [Текст] : дис. ...докт. фил. наук : 10.02.01 /



Сухих С. А.; Кубанский государственный университет. – Краснодар, 1998. – 257 с.

162. Сюй, Б. Речевой портрет ведущего реалити-шоу о моде и красоте (на материалах программы «успеть за 24 часа») [Текст] : бакалавр. работа : 45.03.02 / Сюй Б.; Сибирский федеральный университет. – Екатеринбург, 2019. – 63 с.

163. Темнова, Е. В. Современные подходы к изучению дискурса [Текст] / Е. В. Темнова // Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей / Отв. ред. В. В. Красных, А. И. Изотов. – М.: МАКС Пресс, 2004. – № 26. – С. 24-32.

164. Тертычный, А. А. Аналитическая журналистика [Текст]: Учебное пособие для студентов ВУЗов / А. А. Тертычный. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 352 с.

165. Тортунова И. А. Жанрово-стилистический портрет современного политического лозунга [Электронный ресурс] / И. А. Тортунова // Научный диалог. 2015. №9 (45). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhanrovo-stilisticheskiy-portret-sovremennogo-politicheskogo-lozunga> (дата обращения: 15.03.2021).

166. Трубецкой, Н. С. К проблеме русского самопознания [Текст] / Н. С. Трубецкой // Вавилонская башня-2: Слово. Текст. Культура. Чтения 2002 – 2003. М, 2003. – С. 7-12.

167. Тупикова, Н. А. О выражении славянской языковой личности в деловых текстах начала VVII века [Текст] / Н. А. Тупикова // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 2: Языкознание, 2007. – № 6. – С. 168-173.

168. Тхорик, В. И. Языковая личность: Лингвокультурологический аспект [Текст] : дис. ...докт. фил. наук : 10.02.19 / Тхорик В. И.; Кубанский государственный университет. – Краснодар, 2000. – 304 с.

169. Филимонова, Е. П. Языковая личность спортивного комментатора в дискурсивном пространстве СМИ [Электронный ресурс] / Е. П.

Филимонова // Вестник Адыгейского государственного университета. Филология и искусствоведение, 2017. №1 (192). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-lichnost-sportivnogo-komentatora-v-diskursivnom-prostranstve-smi> (дата обращения: 20.03.2021).

170. Фирсова, М. А. Когнитивно-дискурсивные параметры языковой агрессии в речи публичной языковой личности [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.01 / Фирсова М. А.; Астраханский государственный университет. – Астрахань, 2018. – 236 с.

171. Фролова, С. М. Институциональные основы повседневности [Текст] // Вестник ПАГС, 2014. – С. 112-120

172. Фуко, М. Порядок дискурса [Текст] // Фуко М // Воля к истине: по ту сторону знания, власти и сексуальности. М.: Касталь. – 1996. – Вестник Вятского государственного университета, 2017. – 448 с.

173. Хуранова, Л. А. Типология языковой личности в отечественной и зарубежной лингвистике [Текст] / Л. А. Хуранова // Вестник Вятского государственного университета, 2017. – № 5. – С. 75-80.

174. Цурикова, Л. В. Вопрос и прагматический диапазон вопросительного предложения [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Цурикова Л. В.; Воронежский гос. ун-т. – Воронеж, 1992. – 158 с.

175. Чернявская, В. Е. Программа политической партии как персуазивный текст [Текст] / В. Е. Чернявская, И. Ю. Логинова // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена, 2005. – Т. 5, № 11. – С. 64-75.

176. Чернявская, В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия [Текст]: Учебное пособие / В. Е. Чернявская. – Москва : Directmedia, 2014. – 185 с.

177. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале: Когнитивное исследование политической метафоры (1991–2000) [Текст]: Монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2001. – 238 с.

178. Чудинов, А. П. Метафорическая мозаика в современной политической коммуникации [Текст] : Монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2003. – 248 с.

179. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика [Текст] / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Общество с ограниченной ответственностью ФЛИНТА, 2012. – 283 с.

180. Чудинов, А. П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации [Текст] / А. П. Чудинов // Политическая лингвистика, 2012. — № 2(40). — С. 53–59.

181. Чудинов, А. П. Очерки по современной политической метафорологии [Текст]: Монография / А. П. Чудинов. – Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2013. – 176 с.

182. Шатин, Ю.В. Построение рекламных текстов / Ю.В. Шатин. – М.: Бератор-Пресс, 2002. – 128 с.

183. Шевченко, О. Н. Языковая личность переводчика: На материале дискурса Б.В. Заходера [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Шевченко О. Н.; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2005. – 255 с.

184. Шевченко, О. Н. Вопросы теории радиожурналистики на страницах профессиональной прессы [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.01.10 / Шевченко О. Н.; Кубанский государственный университет. – Ростов-на-Дону, 2007. – 223 с.

185. Шейгал, Е. И. Вербальная агрессия в политическом дискурсе [Текст] / Е. И. Шейгал // Антропоцентрические исследования. Саратов, 1999 (А). – № 28. – С. 204-222.

186. Шейгал, Е. И. Язык и власть [Текст] / Е. И. Шейгал // Языковая личность : проблемы лингвокультурологии и функциональной семантики. Волгоград : Перемена, 1999 (Б). – С. 142-158.

187. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса : дис. ...докт. фил. наук : 10.02.01 / Шейгал Е. И.; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2000 (А). – 431 с.

188. Шейгал, Е.И. Театральность политического дискурса [Текст] / Е.И. Шейгал // Единицы языка и их функционирование: межвуз. сб. науч. тр. – Саратов: изд-во СГАП, 2000 (Б). – Вып. 6. – С. 92-96.

189. Шейгал, Е.И. Культурные концепты политического дискурса [Текст] / Е.И.Шейгал // Коммуникация: теория и практика в различных социальных контекстах: мат-лы Междунар. науч.-практ. Конференции «Коммуникация – 2002». – Пятигорск: изд-во ПГЛУ, 2002. – С. 24-26.

190. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса [Текст]: монография / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2004. – 367 с.

191. Шейгал, Е. И. Политические эмоции и их дискурсивное проявление [Текст] / Шейгал Е. И. // Язык и эмоции: номинативные и коммуникативные аспекты : сб. науч. тр. Волгоград : Волгогр. науч. изд-во, 2009 (А). С. 175–182.

192. Шейгал, Е.И., Дешеева, В.В. Агональность в коммуникации: структура понятия [Текст] / Е.И. Шейгал, В.В. Дешеева // Вестник Челябинского государственного ун-та, 2009 (Б). - № 34 (172). - Вып. 36. - С. 145-148.

193. Шиллер, Г. Манипуляторы сознанием [Текст] / Г. Шиллер. – Москва : Мысль, 1980. – 326 с.

194. Ширяев, Н. С. Коммуникативные стратегии репрезентации национальной идентичности в политическом медиадискурсе (на материале английского и французского языков) [Текст] : дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Ширяев Н. С.; Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского. – Саратов, 2017. – 195 с.

195. Шкондин, М. В. Функциональная целостность медиасистемы [Текст] / М. В. Шкондин // Известия Байкальского государственного университета, 2014. – № 2. – С. 144-149.

196. Шмелева, Т. В. Дискурс и исследовательский инструментарий медиалингвистики [Текст] / Т. В. Шмелева // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания, 2012. – № 15 (137). – С. 157-163.

197. Шмелева, Т. В. Медийное речеведение: сборник статей [Электронный ресурс] / Т. В. Шмелёва. – Режим доступа: [http://jf.spbu.ru/upload/files/file\\_1354569984\\_6705.pdf](http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1354569984_6705.pdf) (дата обращения: 12.03.2018).

198. Шойсоронова, Е. С. Языковая личность: этнический аспект: на материале бурятской языковой личности [Текст] : Автореф. дис. ...канд. фил. наук : 10.02.19 / Шойсоронова Е. С.; Восточно-сибирская академия культуры и искусств. – Улан-Удэ, 2006. – 21 с.

199. Щербинина, Ю. В. Вербальная агрессия [Текст] / Ю. В. Щербинина. – Изд. 2-е. – Москва : Изд-во ЛКИ, 2008. – 360 с.

200. Щепаньский Я. Элементарные понятия социологии [Текст] / Я. Щепаньский. // Общая ред. и посл. ак. А.М. Румянцева, пер. с польского М.М. Гуренко. М.: Прогресс, 1969. – 240 с.

201. Baudrillard, J. The consumer society: myths and structures [Text] / J. Baudrillard. //Trans. Chris Turner. – Sage Publications : London, 1998. – 221 p.

202. Burkhardt, F. Sprache in der Politik: Linguistische Begriffe und Methoden [Text] / F. Burkhardt // Englisch-Amerikanische Studien, 1988. – № 10. – P. 333-358.

203. Chignell, H. Key concepts in radio studies [Text] / H. Chignell. – London : SAGE, 2009. – 200 p.

204. Chignell, H. Public Issue Radio. Talks, News and Current Affairs in the Twentieth Century [Text] / H. Chignell. – 1st ed. – Gurgaon : Palgrave Macmillan UK, 2013. – 249 p.

205. Chomsky, N. Chomsky N. et al. Media control: The spectacular achievements of propaganda [Text] / N. Chomsky. – New York : Seven Stories Press, 2002. – Vol. 7. – 112 p.

206. Dori-Hacohen, G. Radio Talk [Electronic resource] / G. Dori-Hacohen // The International Encyclopedia of Language and Social Interaction, 2015. – Available from: [https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1101&context=communication\\_faculty\\_pubs](https://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1101&context=communication_faculty_pubs).

207. Fairclough, N. Critical discourse analysis: The critical study of language [Text] / N. Fairclough. – New York : Longman, 1995. – 265 p.

208. Hobbs, M. On discourse and representation: reflections on Michel Foucault's contribution to the study of mass [Text] / M. Hobbs. – Melbourne : The Australian Sociological Association: The Annual Conference of The Australian Sociological Association (TASA): Re-imagining Sociology. TASA 2008 Conference Proceedings: Re-imagining Sociology (Melbourne, Vic. 2-5 December, 2008), 2008. – 15 p.

209. Kaid, L. L. Handbook of Political Communication Research [Text] / L. L. Kaid. – Routledge : Taylor & Francis Group, 2004. – 560 p.

210. Karpf, D. Online Political Mobilization from the Advocacy Group's Perspective: Looking Beyond Clicktivism [Electronic resource] / D. Karpf // Policy & Internet. – 2010. – Vol. 2, № 4. – P. 7-41. – Available from: <https://doi.org/10.2202/1944-2866.1098>.

211. Kellner, D. Media spectacle [Text] / D. Kellner. – 1st ed. – London : Routledge, 2003. – 208 p.

212. McLeod, D. M. Resurveying the boundaries of political communication effects [Text] / D. M. McLeod, G. M. Kosicki. – 2nd ed. – New York : Routledge, 2002. – 254 p.

213. McLuhan, M. Understanding Media [Text] / M. McLuhan, M. McLuhan. – New York : MIT press, 1994. – 389 p.

214. Molek-Kazakowska, K. Perspectives in Politics and Discourse [Text] / K. Molek-Kazakowska // Discourse Approaches to Politics // Labelling and Mislabeled in American Political Discourse, Society and Culture, 2010. – Vol. 36. – P. 83-98.

215. Mrozowski, M. Media masowe i polityka – niebezpieczne związki [Mass media and politics - dangerous connections] [Text] / M. Mrozowski // Dyskurs, 2006. – P. 4-30.

216. Okulska, U. Perspectives in Politics and Discourse [Text] / U. Okulska // Analysis of political discourse // Labelling and Mislabeled in American Political Discourse, Society and Culture, 2010. – Vol. 36. – P. 3-20.

217. Partington, A. Modern diachronic corpusassisted discourse studies on UK newspapers: an overview of the project [Text] / A. Partington // Corpora, 2010. – Vol. 5, iss. 2. P. 83–108.

218. Scannell, P. Culture and Power [Text] / P. Scannell, P. Schlesinger, C. Sparks. – 1st ed. – London : Sage Publications Ltd, 1992. – 368 p.

219. Schudson, M. Sending a Political Message: Lessons from the American 1790s [Text] / M. Schudson // Media, Culture and Society, 1997. – Vol. 19. – P. 311-330.

220. Schwartz, S. H. Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries [Text] / S. H. Schwartz // Advances in Experimental Social Psychology, 1992. – Vol. 25. – P. 1-65.

221. Van Dijk, T. A. What is Political Discourse Analysis? [Text] / T. A. van Dijk // Political Linguistics, 1997. – Vol. 11. – P. 11-52.

222. Van Dijk, T. A. Power and the News Media [Text] // Political Communication in Action: States, Institutions, Movements, Audiences / T. A. Van Dijk. – New York : Hampton Press Communication, 1995. – 9-36 p.

223. Van Dijk, T. A. What is Political Discourse Analysis? [Text] / T. A. van Dijk // Political Linguistics, 1997. – Vol. 11. – P. 11-52.

224. White, J. H. *The Power of Words: Emotional appeals, fallacies, manipulations, truth and lies* [Text] / J. H. White. – Los Gatos, California : Smashwords, 1996. – 55 с.

225. Wilson, J. *Political Discourse* [Electronic resource] / J. Wilson // *The Handbook of Discourse Analysis*, 2005. – P. 398-415. – Available from: <https://doi.org/10.1002/9780470753460.ch21>.

### **Программное обеспечение**

1. Anthony L., 2019. *AntConc (Version 3.5.8)* [Computer Software]. Tokyo, Waseda University. URL: <http://www.laurenceanthony.net/> (date of access: 04.12.2019)
2. UCREL Rayson P., Piao S., Moore A. *UCREL Semantic analysis system* [Computer Software]. Lancaster, Lancaster University. URL: <https://ucrel.lancs.ac.uk/usas/> (date of access: 13.05.2018)

### **Список источников эмпирического материала**

1. Beck, G. L. *The Glenn Beck Program* [Electronic resource] – Available from: <https://www.glennbeck.com/st/live-player>.
2. Levin, M. R. *The Mark Levin Show* [Electronic resource] – Available from: <https://www.marklevinshow.com/>
3. Savage, M. A. *The Savage Nation* [Electronic resource] – Available from: [https://web.archive.org/web/20110420122234/http://radiotime.com/program/p\\_20626/The\\_Savage\\_Nation.aspx](https://web.archive.org/web/20110420122234/http://radiotime.com/program/p_20626/The_Savage_Nation.aspx)



## Приложение

*Таблица 1. Список частотных слов корпусов (Word-list), полученный с помощью корпус-менеджера AntConc*

Майкл Сэвидж		Марк Левин		Гленн Бекк	
	КОЛ-ВО		КОЛ-ВО		КОЛ-ВО
you	574	you	572	you	1375
they	267	they	382	we	840
this	208	this	349	this	665
know	164	we	337	they	600
like	130	what	249	know	475
we	117	know	176	think	345
there	112	now	124	there	343
war	76	Trump	121	right	261
think	67	people	103	here	127
why	59	here	102	our	123
Russian	58	like	99	these	123
very	55	go	94	those	118
Russia	51	right	77	good	93
here	42	think	77	believe	90
new	42	these	72	America	60
left	39	states	55	win	63
look	38	why	49	years	60
Obama	38	guy	46	great	59
illegal	33	way	46	remember	51
country	32	then	45	against	46
immigration	32	campaign	44	sure	46
America	30	take	44	big	45
even	31	administration	43	FBI	44
American	30	country	37	country	43
money	26	money	37	money	42
company	23	need	37	American	40
white	21	man	35	change	38
wrong	21	see	35	chance	36
believe	20	every	34	everybody	36
great	20	spending	33	land	36
hear	20	American	32	man	36
Russians	20	media	32	understand	35
stop	20	exactly	27	together	33
woman	16	left	26	better	31
different	14	Russian	26	heard	31
fact	14	dollars	24	different	30
job	14	fake	24	life	30
men	14	free	23	Republicans	29
welfare	14	jobs	23	nobody	28
black	13	infrastructure	22	person	28
democrat	13	remember	22	tax	28
true	13	Obamacare	21	principles	27
aliens	12	together	18	guys	25
communist	12	law	17	work	25

short	12	running	17	correct	24
want	12	scandal	16	matter	24
wisdom	12	those	16	supporters	24
attack	11	guys	15	lose	23
God	11	America	14	true	23
middle	11	constitutional	14	wrong	23
women	11	destroy	14	death	17
best	10	national	14	movement	22
Jewish	10	work	14	white	22
business	9	speak	13	business	21
deported	9	help	12	open	21
position	9	defense	11	fact	20
radical	9	heard	11	honestly	20
threat	9	liberty	11	investigation	20
baby	8	history	10	difference	19
diplomat	8	trade	10	God	19
fake	8	God	9	history	19
family	8	immigration	9	job	19
gas	8	trust	8	problem	19
hide	8	security	7	running	18
illegals	8	coup	7	worst	18
meet	8	fight	7	hope	17
order	8	idiot	7	possible	17
paid	8	unconstitutional	7	reason	17
social	8	control	6	choice	16
union	8	individual	6	politician	16
agree	7	principles	6	power	16
assistance	7	responsible for	6	corruption	15
camps	7	invest	5	family	15
eastern	7	investment	5	men	15
fight	7	nation	5	Americans	14
intelligence	7	children	4	control	14
kids	7	citizens	4	evidence	14
killed	7	fair	4	fear	14
mobs	7	family	4	system	13
mother	7	independent	4	afraid	13
Nazi	7	Muslims	4	Constitution	13
network	7	taxes	4	corrupt	13
rat	7	tomorrow	4	friend	13
resign	7	workers	4	huge	13
society	7	Americans	3	law	13
alien	6	education	3	Muslim	13
amnesty	6			nation	13
arrested	6			truly	13
border	6			wife	13
cold	6			worse	13
corrupt	6			criminal	12
force				failed	12
foreign	6			honest	12

immigrants	6			market	12
Islam	6			depression	11
Islamist	6			dollars	11
Islamofascism	6			economy	11
leads	6			friends	11
mouth	6			hate	11
Muslim				Hitler	11
progressives	6			justice	5
				laws	11
Putin	6			middle	11
question	6			protect	11
rats	6			racist	
refugees	6			average	10
soft	6			black	10
Ukrainian	6			gay	10
bomb	5			oh my gosh	10
children	5			leaders	10
destroy	5			sorry	10
Hitler	5			trust	10
Islamic	5			children	9
evil	4			church	9
				freedom	9
				mistakes	9
				security	9
				truth	9

*Таблица 2. Распределение лексических единиц по тематическим классам, представленных в системе семантического анализа*

A1	GENERAL AND ABSTRACT TERMS	
A1.1.1	General actions, making etc.	1412
A1.1.2	Damaging and destroying	111
A1.2	Suitability	3
A1.3	Caution	-
A1.4	Chance, luck	52
A1.5	Use	-
A1.5.1	Using	65
A1.5.2	Usefulness	1
A1.6	Physical/mental	8
A1.7	Constraint	+64 / -83
A1.8	Inclusion/Exclusion	+64 / -23
A1.9	Avoiding	19
A2	Affect	
A2.1	Affect:- Modify, change	+325 / -25
A2.2	Affect:- Cause/Connected	312
A3	Being	+3887 /-3
A4	Classification	-

A4.1	Generally kinds, groups, examples	-
A4.2	Particular/general; detail	-
A5	Evaluation	-
A5.1	Evaluation:- Good/bad	-
A5.2	Evaluation:- True/false	-
A5.3	Evaluation:- Accuracy	-
A5.4	Evaluation:- Authenticity	-
A6	Comparing	
A6.1	Comparing:- Similar/different	+234 / -356
A6.2	Comparing:- Usual/unusual	+92 / -66
A6.3	Comparing:- Variety	+26 / -
A7	Definite (+ modals)	+1223 / -17
A8	Seem	183
A9	Getting and giving; possession	+1430 / -319
A10	Open/closed; Hiding/Hidden; Finding; Showing	+244 / -113
A11	Importance	
A11.1	Importance: Important	286
A11.2	Importance: Noticeability	33
A12	Easy/difficult	12
A13	Degree	
A13.1	Degree: Non-specific	21
A13.2	Degree: Maximizers	23
A13.3	Degree: Boosters	109
A13.4	Degree: Approximators	122
A13.5	Degree: Compromisers	53
A13.6	Degree: Diminishers	97
A13.7	Degree: Minimizers	91
A14	Exclusivizers/particularizers	211
A15	Safety/Danger	61
B1	Anatomy and physiology	210
B2	Health and disease	+21 / -70
B3	medicines and medical treatment	73
B4	Cleaning and personal care	38
B5	Clothes and personal belongings	120
C1	Arts and crafts	96
E1	EMOTIONAL ACTIONS, STATES AND PROCESSES General	10
E2	Liking	1
E3	Calm/Violent/Angry	+58 / -174
E4	Happy/sad	99
E4.1	Happy/sad: Happy	+68 / -65
E4.2	Happy/sad: Contentment	+39 / -13
E5	Fear/bravery/shock	+17 / -101
E6	Worry, concern, confident	+26 / -80
F1	Food	213
F2	Drinks	48
F3	Cigarettes and drugs	7
F4	Farming & Horticulture	26
G1	Government, Politics and elections	
G1.1	Government etc.	144

G1.2	Politics	117
G2	Crime, law and order	
G2.1	Crime, law and order: Law and order	70
G2.2	General ethics	44
G3	Warfare, defence and the army; weapons	+58 / -39
H1	Architecture and kinds of houses and buildings	101
H2	Parts of buildings	19
H3	Areas around or near houses	8
H4	Residence	59
H5	Furniture and household fittings	84
I1	Money generally	
I1.1	Money: Affluence	63
I1.2	Money: Debts	80
I1.3	Money: Price	76
I2	Business	
I2.1	Business: Generally	154
I2.2	Business: Selling	103
I3	Work and employment	
I3.1	Work and employment: Generally	189
I3.2	Work and employmeny: Professionalism	17
I4	Industry	41
K1	Entertainment generally	113
K2	Music and related activities	42
K3	Recorded sound etc.	26
K4	Drama, the theatre and showbusiness	41
K5	Sports and games generally	
K5.1	Sports	96
K5.2	Games	34
K6	Childrens games and toys	8
L1	Life and living things	+60 / -91
L2	Living creatures generally	85
L3	Plants	62
M1	Moving, coming and going	916
M2	Putting, taking, pulling, pushing, transporting &c.	407
M3	Vehicles and transport on land	97
M4	Shipping, swimming etc.	37
M5	Aircraft and flying	28
M6	Location and direction	1357
M7	Places	198
M8	Remaining/stationary	86
N1	Numbers	742
N2	Mathematics	38
N3	Measurement	
N3.1	Measurement: General	4
N3.2	Measurement: Size	+163 / -40
N3.3	Measurement: Distance	66
N3.4	Measurement: Volume	7
N3.5	Measurement: Weight	24
N3.6	Measurement: Area	10
N3.7	Measurement: Length & height	89

N3.8	Measurement: Speed	30
N4	Linear order	155
N5	Quantities	
N5.1	Entirety; maximum	222
N5.2	Exceeding; waste	82
N6	Frequency etc.	90
O1	Substances and materials generally	
O1.1	Substances and materials generally: Solid	87
O1.2	Substances and materials generally: Liquid	48
O1.3	Substances and materials generally: Gas	27
O2	Objects generally	258
O3	Electricity and electrical equipment	16
O4	Physical attributes	
O4.1	General appearance and physical properties	80
O4.2	Judgement of appearance (pretty etc.)	+94 / -65
O4.3	Colour and colour patterns	75
O4.4	Shape	82
O4.5	Texture	32
O4.6	Temperature	65
P1	Education in general	151
Q1	LINGUISTIC ACTIONS, STATES AND PROCESSES; COMMUNICATION	
Q1.1	LINGUISTIC ACTIONS, STATES AND PROCESSES; COMMUNICATION	187
Q1.2	Paper documents and writing	365
Q1.3	Telecommunications	98
Q2	Speech acts	
Q2.1	Speech etc:- Communicative	70
Q2.2	Speech acts	78
Q3	Language, speech and grammar	13
Q4	The Media	
Q4.1	The Media:- Books	69
Q4.2	The Media:- Newspapers etc.	87
Q4.3	The Media:- TV, Radio and Cinema	112
S1	SOCIAL ACTIONS, STATES AND PROCESSES	
S1.1	SOCIAL ACTIONS, STATES AND PROCESSES	
S1.1.1	SOCIAL ACTIONS, STATES AND PROCESSES	16
S1.1.2	Reciprocity	33
S1.1.3	Participation	86
S1.1.4	Deserve etc.	5
S1.2	Personality traits	
S1.2.1	Approachability and Friendliness	30
S1.2.2	Avarice	22
S1.2.3	Egoism	19
S1.2.4	Politeness	40
S1.2.5	Toughness; strong/weak	36
S1.2.6	Sensible	60
S2	People	
S2.1	People:- Female	99
S2.2	People:- Male	261

S3	Relationship	
S3.1	Relationship: General	118
S3.2	Relationship: Intimate/sexual	63
S4	Kin	136
S5	Groups and affiliation	+328 / -70
S6	Obligation and necessity	+619 / -36
S7	Power relationship	
S7.1	Power, organizing	+614 / -53
S7.2	Respect	+42 / -9
S7.3	Competition	+14
S7.4	Permission	+34 / -45
S8	Helping/hindering	+90 / -35
S9	Religion and the supernatural	82
T1	Time	
T1.1	Time: General	
T1.1.1	Time: General: Past	144
T1.1.2	Time: General: Present; simultaneous	189
T1.1.3	Time: General: Future	255
T1.2	Time: Momentary	87
T1.3	Time: Period	271
T2	Time: Beginning and ending	+122 / -82
T3	Time: Old, new and young; age	86
T4	Time: Early/late	+32 / -34
W1	The universe	75
W2	Light	11
W3	Geographical terms	50
W4	Weather	28
W5	Green issues	15
X1	PSYCHOLOGICAL ACTIONS, STATES AND PROCESSES	12
X2	Mental actions and processes	
X2.1	Thought, belief	56
X2.2	Knowledge	+146 / -49
X2.3	Learn	+97
X2.4	Investigate, examine, test, search	43
X2.5	Understand	+38 / -14
X2.6	Expect	+ 67 /-46
X3	Sensory	
X3.1	Sensory:- Taste	5
X3.2	Sensory:- Sound	161
X3.3	Sensory:- Touch	5
X3.4	Sensory:- Sight	267
X3.5	Sensory:- Smell	6
X4	Mental object	
X4.1	Mental object:- Conceptual object	60
X4.2	Mental object:- Means, method	44
X5	Attention	
X5.1	Attention	+24 / -10
X5.2	Interest/boredom/excited/energetic	+96 / -11
X6	Deciding	+66 / -9

X7	Wanting; planning; choosing	+529 / -16
X8	Trying	138
X9	Ability	
X9.1	Ability:- Ability, intelligence	+68 / -22
X9.2	Ability:- Success and failure	+198 / -84
Y1	Science and technology in general	17
Y2	Information technology and computing	99
Z0	Unmatched proper noun	
Z1	Personal names	2208
Z2	Geographical names	1180
Z3	Other proper names	515
Z4	Discourse Bin	2392
Z5	Grammatical bin	23881
Z6	Negative	1641
Z7	If	355
Z8	Pronouns etc.	14034
Z9	Trash can	
Z99	Unmatched	1813