

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «САНКТ-
ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭЛЕКТРОТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ «ЛЭТИ» им. В.И. УЛЬЯНОВА (ЛЕНИНА)»

На правах рукописи

Демкина Яна Юрьевна

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИСКУРСИВНОЙ
ЛИЧНОСТИ АМЕРИКАНСКОГО ПОЛИТИКА – КАНДИДАТА
В ПРЕЗИДЕНТЫ США**

Специальность 5.9.6. Языки народов зарубежных стран
(германские языки)

Диссертация

на соискание ученой степени кандидата филологических наук

Научный руководитель:
Кочетова Лариса Анатольевна
доктор филологических наук,
профессор

Санкт-Петербург – 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ДИСКУРСИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	11
1.1. Основные направления изучения языковой личности в лингвистике.....	11
1.2. Подходы и концепции в области изучения политического дискурса.....	22
1.3. Жанровая организация предвыборного политического дискурса.....	29
1.4. Методология корпусного исследования дискурсивной личности	40
Выводы к первой главе.....	46
ГЛАВА 2. ДИСКУРСИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ АМЕРИКАНСКОГО ПОЛИТИКА – КАНДИДАТА В ПРЕЗИДЕНТЫ США В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ И ИДЕОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ	48
2.1. Поведенческий аспект дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США.....	48
2.1.1. Коммуникативные действия кандидатов в президенты США от Демократической партии в жанре предвыборных дебатов.....	58
2.1.2. Коммуникативные действия кандидатов в президенты США от Республиканской партии в жанре предвыборных дебатов.....	71
2.2. Концептологический аспект дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США	77
2.2.1. Концептуальные доминанты в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты США от Республиканской партии.....	82
2.2.2. Концептуальные доминанты в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты США от Демократической партии.....	92
2.3. Ценностный аспект дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США	99

2.3.1. Метафорические репрезентации в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты США от Республиканской партии.....	104
2.3.2. Метафорические репрезентации в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты США от Демократической партии	111
2.4. Языковые особенности социолекта и идиолекта дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США.....	119
Выводы ко второй главе	145
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	149
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	154

ВВЕДЕНИЕ

Диссертационное исследование выполнено в русле теории дискурса, лингвоперсонологии, прагмалингвистики и функциональной стилистики английского языка.

Актуальность работы обусловлена следующим: 1) моделирование дискурсивной личности является одним из наиболее активно развивающихся направлений современной теории дискурса, при этом дискурсивная личность американского политика – кандидата в президенты США ещё недостаточно изучена; 2) исследование дискурсивных практик такой личности в аспекте анализа лингвокультурных особенностей политического социолекта является значимым для коммуникативной лингвистики, лингвокультурологии и политической коммуникации; 3) жанры политического дискурса относятся к важнейшим типам институциональной коммуникации, а специфика функционирования английского языка в жанре предвыборных дебатов американского политического дискурса не нашла полного отражения в работах по языкознанию.

Степень разработанности научной проблемы. В современной лингвистике проблематика изучения языковой личности восходит к трудам Г.И. Богина, В.В. Виноградова, Ю.Н. Караулова, В.И. Карасика, И.А. Стернина и др. В настоящее время активно развивается дискурсивно ориентированный подход к описанию языковой личности, предполагающий обращение к изучению ее поведенческого аспекта в контексте социокультурных интеракций определенного дискурса [Карасик, 2015; Плотникова, 2005; Синельникова, 2011]. В научной литературе разработаны модели и выделены типы языковой личности, предложены методики ее изучения. Языковая/дискурсивная личность рассматривалась в политическом [Дайнеко, 2011; Даулетова, 2004; Изюров, 2006; Цуциева, 2018, Цуциева, 2019], а также в медиаполитическом дискурсе

[Гунькова, 2021]. Тем не менее, дискурсивная личность американского политика – кандидата в президенты США до сих пор не получила должного освещения.

Гипотеза исследования состоит в том, что лингвокультурные характеристики дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США как носителя политического социолекта находят выражение в специфическом выборе коммуникативных действий, дискурсивных концептов, моделей метафорической концептуализации и жанрово-стилистических средств.

Цель работы заключается в выявлении лингвокультурных характеристик дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США с учетом идеологической специфики его социолекта.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- представить модель дискурсивной личности американского политика-кандидата в президенты США и разработать корпусную методику ее анализа;
- проанализировать поведенческий аспект дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США в жанре предвыборных дебатов, выражающийся в различных типах коммуникативных действий;
- установить метафорические модели, используемые в целях убеждения электората американскими политиками – кандидатами в президенты США в жанре предвыборных дебатов, и определить их социально-идеологическую специфику;
- выявить идеологические особенности в системе доминирующих концептов в жанре предвыборных дебатов американских политиков – кандидатов в президенты США, определяющих внутреннюю и внешнюю политику государства;
- описать жанрово-стилистические характеристики публичных выступлений американских политиков – кандидатов в президенты США, отражающие особенности их политического социолекта.

Объектом исследования выбрана дискурсивная личность американского политика – кандидата в президенты США. В качестве **предмета** рассматриваются лингвокультурные характеристики дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США в аспекте их идеологической специфики.

Теоретической базой исследования послужили классические и новейшие труды в области

- теории текста и дискурса (А.Н. Баранов, В.З. Демьянков, Т.В. Дубровская, М.Р. Желтухина, Е.Ю. Ильинова, О.С. Иссерс, В.И. Карасик, М.Л. Макаров, В.Е. Чернявская, А. П. Чудинов и др.);
- корпусного анализа дискурса (Т.А. Клепикова, Л.А. Кочетова, К.М. Шилихина, Р. Baker, M. Bednarek, A. Marchi и др.);
- стилистики английского языка (И.В. Арнольд, И.Р. Гальперин, В.В. Гуревич, Т. А. Знаменская, Ю.М. Скребнев и др.);
- политического дискурса (Т. А. ван Дейк, Э.В. Будаев, С.А. Домышева, С. Г. Кара-Мурза, Е.А. Попова, Т.П. Третьякова, Е.И. Шейгал и др.);
- когнитивной лингвистики (Е.С. Кубрякова, В.З. Демьянков, А.Н. Баранов и др.).

В работе применяются следующие **методы исследования**: общенаучные методы, описательный метод, метод дискурсивного анализа, методы корпусной лингвистики, контекстуальный анализ, интерпретативный метод, приемы сравнительно-сопоставительного анализа.

Материалом исследования послужил корпус текстов публичных дебатов американских политиков – кандидатов в президенты США от Республиканской и Демократической партий в период предвыборных кампаний 2000–2020 гг., представленных в открытых источниках. Объем корпуса составляет 293 494 слова.

Обоснованность и достоверность результатов исследования обеспечивается его теоретической базой, основу которой составляют работы

ведущих отечественных и зарубежных специалистов в области теории дискурса, теории жанров, лингвопрагматики, функциональной стилистики; использованием методов, релевантных цели и задачам исследования, в том числе применением методов корпусной лингвистики, позволяющих получить верифицируемые результаты; репрезентативным и актуальным материалом исследования.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности.

В соответствии с паспортом научной специальности 5.9.6 – «Языки народов зарубежных стран (германские языки)» в диссертации исследуются дискурсивные практики языковой личности в ситуации политического общения. Полученные научные результаты соответствуют следующим пунктам паспорта специальности: текст, дискурс, дискурсивные практики в языках народов зарубежных стран; корпусные исследования языка или языковой семьи, когнитивные, коммуникативно-прагматические и стилистические исследования языка или языковой семьи.

Научная новизна исследования заключается в том, что в нём впервые с применением корпусных методов определены лингвокультурные характеристики дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США в жанре предвыборных дебатов; установлен набор коммуникативных действий, свойственных американским политическим деятелям – кандидатам в президенты США; выявлена специфика аксиологических и концептологических черт дискурсивной личности американских политиков – кандидатов в президенты США; охарактеризованы жанрово-стилистические особенности их предвыборных выступлений.

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

1. Дискурсивная личность американского политика – кандидата в президенты США воплощает в своем коммуникативном поведении признаки, составляющие основу соответствующего социального типажа, которые могут

быть выявлены при помощи методов дискурсивно-корпусного анализа. Дискурсивная личность кандидата в президенты США отражает вариативную социально-идеологическую составляющую политического дискурса, которая проявляется в специфическом наборе речевых стратегий и тактик; эмоционально-стилевом формате общения, характеризующем манеру поведения дискурсивной личности; аксиологических характеристиках исследуемой дискурсивной личности, репрезентированных в выборе метафорических моделей и доминирующих концептах, определяющих воздействие на целевого электорального адресата.

2. Функциональную основу поведенческого аспекта дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты составляют различные виды коммуникативных действий, обладающие социально-идеологической спецификой. К основным типам коммуникативных действий кандидатов в президенты от Республиканской партии в жанре предвыборных дебатов относятся тактики обещания, обвинения и негативного прогнозирования. К ведущим типам коммуникативных действий кандидатов в президенты от Демократической партии в жанре предвыборных дебатов относятся тактики солидаризации, ориентации и призыва.

3. Кандидаты в президенты США используют метафорические модели, определяющие понимание дискурса и задающие ценностные ориентиры программы действий избирателей. В политическом социолекте республиканцев преобладают антропоморфные метафорические модели, отличающиеся новизной; американские политики – кандидаты в президенты от Демократической партии чаще обращаются к артефактным метафорам, имеющим конвенциональный характер.

4. Доминирующими концептами в дискурсе американских политиков – кандидатов в президенты от Демократической партии США являются «TRUTH/ПРАВДА», «DUTY/ДОЛГ», «EQUALITY/РАВЕНСТВО», основанные на аксиологемах, отражающих моральные ценности. К числу доминирующих

концептов в дискурсе американских политиков – кандидатов в президенты от Республиканской партии США относятся «LAW/ЗАКОН», «MONEY/ДЕНЬГИ», «POWER/ВЛАСТЬ», содержащие аксиологемы, основанные на утилитарных ценностях.

5. К жанрово-стилистическим характеристикам республиканцев относится сниженный регистр общения, выражающийся в использовании междометий, разговорной лексики и идиом; в синтаксическом плане для политического социолекта республиканцев характерны простые синтаксические структуры. Политическому социолекту демократов свойственно использование формальной лексики, сложных синтаксических структур, обилие вопросительных конструкций, отражающих риторический аспект общения.

Теоретическая значимость диссертационной работы заключается в развитии положений теории языковой личности, уточнении коммуникативных, ценностных и жанрово-стилистических характеристик одного из типов дискурсивной личности.

Практическая значимость диссертации заключается в возможности использования результатов исследования в разработке вузовских курсов по социолингвистике, лингвистике текста, стилистике и лексикологии английского языка, спецкурсах по политической лингвистике, когнитивной лингвистике, теории политической коммуникации и других смежных специальностей.

Апробация работы осуществлялась на международных, всероссийских и межвузовских научных и научно-практических конференциях: Второй Всероссийской (национальной) научной конференция с международным участием «Язык и культура в эпоху глобализации» (Санкт-Петербург, СПбГЭУ, 27-28 октября 2022 г.); IV Всероссийской (национальной) научной конференции с международным участием «Гуманитарные науки и вызовы нашего времени» (Санкт-Петербург, СПбГЭУ, 10-11 марта 2022); XI Межвузовской научно-практической конференции с международным участием «Актуальные проблемы языкознания» (Санкт-Петербург, СПбГЭТУ «ЛЭТИ»,

18-19 апреля 2022 г.); IV Международной научно-практической конференции «Синергия языков и культур: междисциплинарные исследования» (Санкт-Петербург, СПбГУ, 29 сентября – 1 октября 2022 г.), на заседаниях и научных семинарах кафедры иностранных языков Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова (Ленина).

Основные положения диссертации изложены в 10 публикациях общим объемом 4,7 п.л. (авторский вклад – 4,25 п.л.), 6 из которых – в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК Министерства науки и высшего образования РФ.

Объем и структура диссертации. Диссертация объемом 180 страниц состоит из введения, трех глав, сопровождаемых выводами, заключения, списка использованной литературы.

Во **введении** обосновывается выбор темы и ее актуальность, обозначаются объект и предмет исследования, определяются цель и задачи работы, обосновывается ее теоретическая и методологическая база, раскрываются ее научная новизна, теоретическая и практическая значимость, формулируются положения, выносимые на защиту, приводятся сведения об апробации результатов работы и ее структуре.

В **первой главе** излагаются теоретико-методологические положения работы, описывается методика корпусного исследования дискурсивных практик жанра предвыборных дебатов.

Во **второй главе** рассматриваются коммуникативные действия, метафорические модели и дискурсообразующие концепты, характерные для американских политиков – кандидатов в президенты США в аспекте лингвокультурной и социально-идеологической специфики. В **заключении** приводятся основные выводы и намечаются перспективы исследования.

ГЛАВА 1. ДИСКУРСИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

1.1. Основные направления изучения личности в лингвистике

Проблематика языковой личности, другими словами, воплощения человеческой личности в языке, имеет достаточно длительную историю исследований. В европейском языкознании первым ученым, обратившимся к языковой личности, к вопросу «язык и личность» стал немецкий лингвист И. Вайсгербер. В отечественном языкознании впервые модель языковой личности была разработана в 1960-е гг. в трудах Ю.Н. Караулова, Г.И. Богина, В.И. Карасика, С.Г. Воркачева и др. Ученые Г.В. Ейгер, С.В. Лебедева, И.А. Раппопорт, А.А. Залевская рассматривали языковую личность как *homo loquens*, Н.В. Уфимцева, Н.Л. Чулкина, В.М. Богуславский представляли языковую личность как носителя национального языка и культуры; А.В. Захарова, Л.П. Крысин, Г.Н. Беспмятнова, Т.А. Ивушкина, М.В. Ляпон выделяли два подтипа языковой личности: социолингвистический и психологический, описывая языковую личность аристократа, ребенка, интеллигента, жителя деревни, ведущего и др.; Л.П. Клобукова, Е.Ю. Прохоров, В.В. Красных установили переход от языковой личности к речевой личности.

В отечественной лингвистике понятие языковой личности ввел в научный оборот Ю. Н. Караулов, который установил ее критерии и представил модель языковой личности [Караулов,1987], включающую три структурных уровня: вербально-семантический, лингвокогнитивный, мотивационный (прагматический). В концепции Ю.Н. Караулова на вербально-семантическом уровне человек, решая коммуникативные задачи выстроенной им самим цели, использует структурно-системные связи, основываясь на системообразующей функции языка. На лингвокогнитивном уровне человек благодаря понятиям, идеям, концептам, которые являются единицами когнитивного уровня, актуализирует и осознает культурную картину мира и его ценности. В модели

Ю.Н. Караулова на мотивационном уровне языковая личность раскрывает свои цели и мотивы в коммуникативной деятельности. Мотивационный уровень является высшим уровнем прагматики развития языковой личности, ее культуры, тезауруса [Караулов, 1987]. Трехуровневая модель языковой личности определяется тремя аспектами: коммуникативным, интерактивным и перцептивным, а также видами коммуникативных потребностей: контактоустанавливающей, информационной и воздействующей [Караулов, 1987].

Уровневая модель языковой личности представляет собой обобщенный, многослойный и многокомпонентный тип личности, который проявляется в национально-культурном общении. Как отмечает Л.Н. Гришаева, языковая личность рассматривается как «теоретически выводимый в опоре на лингвистические процедуры конструкт (...) это культурно специфический, когнитивно-дискурсивный инвариант, реализуемый в различных дискурсивных условиях различными вариантами» [Гришаева, 2006, с. 17-18].

Идея дискурсивного измерения личности восходит к работам М. Фуко, рассматривавшим дискурс как «набор позиций, возможных для субъекта» [Фуко, 2020, с.211]. Речевое поведение личности ситуативно обусловлено и во многом определяется экстралингвистическими факторами, поскольку дискурс, понимаемый как «речь, рассматриваемая как целенаправленное, социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)» [Арутюнова, 1990, с. 136 - 137], предполагает учет «всех социокультурно- и личностно-обусловленных прагматических параметров» [Кубрякова, 2005, с. 32].

Дальнейшее изучение языковой личности, осуществляемое в тесной взаимосвязи человека и его языковых умений, выявило необходимость выделить индивидуальный и типизируемый аспекты в портрете человека с динамической

или статической точки зрения [Караулов, 1987; Нерознак, 1996; Сиротинина, 2003].

В научной литературе выделяются два подхода к изучению языковой личности: типологический, в фокусе которого находится описание обобщенных, модельных личностей, и индивидуализированный, направленный на описание индивидуального дискурса личности, ее идиостиля. Рассмотрим первый из подходов и определим его сущностные характеристики. Выделение и анализ модельных личностей осуществляется в рамках лингвокультурологии, с позиций которой В.И. Карасик выделяет лингвокультурный типаж, рассматриваемый как концепт типизируемой личности, характеризующийся его отношением к мировым культурным ценностям, вербальным и невербальным поведением в обществе [Карасик, 2002, с. 310]. Понятие лингвокультурный типаж основывается на релевантных характеристиках личности человека и является культурным портретом определенной нации [Карасик, Дмитриева, 2005, с. 8]. Оно раскрывает такой концепт, как менталитет определенной национальности, так как рассматривает культуру типизируемой личности и изучает личность с позиций вербального подхода к проблеме [Карасик, Дмитриева, 2005, с. 22]. Являясь трехмерным ментальным конструктом, существующим в коллективном сознании представителей определенной лингвокультуры и образованным понятийными, образными и ценностными признаками, лингвокультурный типаж представляет собой узнаваемый обобщенный образ личности, поведение которой является для определенной лингвокультуры знаковым [Карасик, 2002; Коровина, 2008; Ярмахова, 2006; Дмитриева, 2007; Лутовинова, 2006; Деревянская, 2008; Селиверстова, 2007; Гуляева, 2009; Мурзинова, 2009].

Таким образом, лингвокультурный типаж рассматривается как разновидность лингвокультурного концепта и представляет собой модельную личность, выделяемую на основе специфических признаков речевого и неречевого поведения [Лихачев, 1997; Степанов, 1997; Воркачев, 2001; Красавский, 2001; Бабаева, 2003; Слышкин, 2004; Приходько, 2013].

Исследованиям лингвокультурных типажей посвящено достаточное количество работ, в которых выделены и проанализированы их различные типы. Типология лингвокультурных типажей строится по различным основаниям: выделяются типажи реальные и фикциональные [Карасик, 2007]. В свою очередь реальные типажи делятся на исторические и современные. Так, к первым относятся такие исторические типажи, как «английский пират» [Асадуллаева, 2011], «английский викарий» [Бровикова, 2013], «рыцарь» [Голодова, 2015], «американский первопроходец» [Валяйбоб, 2013], «британский колониальный служащий» [Деревянская, 2008]. К современным можно отнести лингвокультурные типажи «американский адвокат» [Гуляева, 2009], «школьная учительница» [Попова, 2011] и др. Фикциональные типажи включают такие обобщенные личности, как «волшебник» [Ножевникова, 2018], «юный маг» [Шкотова, 2014] и др.

С точки зрения лингвокультурологии выделяются также этноспецифические и универсальные типажи. К первым относятся лингвокультурный типаж «английский чудак» [Карасик, Ярмахова, 2006], «английский сноб» [Коровина, 2008], «британская королева» [Мурзинова, 2009], «китайский врачеватель» [Рощина, 2012], «Звезда Голливуда» [Селиверстова, 2007], «британский премьер-министр» [Васильева, 2009], «представители России и Франции» [Дмитриева, 2007]. К разряду универсальных типажей можно отнести лингвокультурный типаж «хакер» [Лутовинова, 2006].

Несмотря на разнообразие лингвокультурных типажей исследователи выделяют их следующие характеристики: типичность; упрощенность; каноничность; обобщенность, узнаваемость и ассоциативность образа; символичность; облигаторность; повторяемость; яркость; интенсивность; реккурентность.

В результате рассмотренных исследований лингвокультурных типажей можно утверждать, что данный концепт является основой понимания культурных норм поведения представителей определенной нации. На

современном этапе развития науки изучением лингвокультурных типажей занимаются лингвокультурология, лингвоперсонология, лингвокогнитология, при этом лингвокультурология разрабатывает модели типизируемых личностей, которые позволяют строго охарактеризовать образ лингвокультурного типажа в соответствии с его культурной средой; лингвоперсонология исследует обобщенные лингвокультурные типажы с их ценностями и манерами поведения; именно, лингвоконцептология представляет лингвокультурный типаж как концепт типизируемой личности, при этом, каждое из направлений исследования лингвокультурных типажей пересекается с остальными подходами их изучения [Карасик, Дмитриева, 2005], [Деревянская, 2005].

Таким образом, лингвокультурный подход к исследованию языковой личности заключается в восприятии ее как основного обобщенного национально-культурного образа носителя определенного языка, его лексики и синтаксиса. Язык при этом является инвариантной частью модели языковой личности, а результатом языкового пространства можно представить сформированную языковая личность.

В рамках лингвоперсонологии (о теории языковой личности в рамках лингвоперсонологии см., напр., [Иванцова, 2010]) следует выделить направление, называемое лингвистическим речевым портретированием, которое разрабатывается такими учеными, как М. В. Китайгородская, Н. Н. Розанова, Л. П. Крысин, С. В. Леорд, Т. П. Тарасенко, Т. М. Николаева и др. В работах С. В. Леорда, Т. П. Тарасенко, Т. М. Николаевой речевой портрет представляется приемом исследования лингвокультурного типажа, который характеризует речевое поведение человека, личности в определенных коммуникативных ситуациях. Речевой портрет воплощает языковую личность в речи и дает языковую и речевую характеристику лингвокультурного типажа данной культуры в определенной обстановке. На основе исследований, проведенных в работах С. В. Леорда, Т. П. Тарасенко, Т. М. Николаевой, можно полагать, что речевой портрет является необходимой и неотъемлемой частью модели

лингвокультурного типажа. На основе речевого портрета рассматривается культурологическая классификация личностных типов, которые определяют вербальное и невербальное поведение представителей определенной культуры. Данная классификация включает в себя этнокультурный тип, представляющий оценку со стороны представителей другой культуры; социокультурный тип, который рассматривается как модельная личность, благодаря которой устанавливаются нормы поведения для подражания ей. В.И. Карасик считает, что главным аспектом развития общества является модельная личность.

В концепции В.И. Карасика языковая личность в условиях общения представляет собой коммуникативную личность, которая рассматривается в ее трех воплощениях: ценностном, познавательном и поведенческом. При этом ученый подчеркивает обобщенный образ «носителя культурно-языковых и коммуникативно-деятельных ценностей, знаний, установок и поведенческих реакций» [Карасик, 2002, с. 22]. Поведенческий аспект языковой личности проявляется в речевых действиях, имеющих мотивы, цели, стратегии и способы их реализации. Рассмотрение коммуникативной личности в познавательном (когнитивном) аспекте позволяет охарактеризовать предметно-содержательные и категориально-формальные способы интерпретации действительности, свойственные носителю определенных знаний о мире и языке, которые поддерживаются ценностными доминантами и поведенческими стереотипами; ценностный аспект коммуникативной личности содержит этические и утилитарные нормы поведения.

Основанием для выделения типов личностей может также стать тип общения, в котором соответствующая личность наиболее часто себя проявляет. В этом смысле речь идет о дискурсивной личности, которая понимается как личность, исследуемая с позиций того или иного дискурса, в котором человек участвует. Как отмечает В.И. Карасик, «языковая личность едина в ее различных проявлениях и аспектах изучения: изучая личность, мы должны прийти к специфическим для этой личности концептам и типам дискурса; моделируя

концепты, мы выявляем характеристики типизируемых личностей и типов дискурса; выделяя типы дискурса, мы с иных позиций устанавливаем характеристики личностей и определяем организующие тот или иной дискурс концепты» [Карасик, 2002, с. 5].

В рамках лингвистической персонологии к анализу дискурсивной личности обращаются О.А. Михайлова и Ю.Н. Михайлова, которые предлагают следующие параметры ее описания: характеристика институционального дискурса, имидж публичной личности; тематические приоритеты; типовые коммуникативные стратегии и тактики, используемые личностью; интерактивное поведение, модель взаимодействия с аудиторией; языковые средства воздействия и средства аксиологической модальности; фонационные и кинетические характеристики [Михайлова, Михайлова, 2021].

Отметим, что дискурсивным исследованиям присуще стремление установить зависимость речевого поведения участников институциональной коммуникации от особенностей устройства социального института. Институциональное общение строится в строгом соответствии с определенными конвенциями, его участники действуют в соответствии с типизируемыми ожиданиями обычно в специально отведенных местах в рамках предписанного времени, подчиняясь нормам поведения, принятым в данном типе дискурса. Общение осуществляется в пределах заданных коммуникативных стратегий и в рамках жанров, составляющих данный дискурс.

Ряд работ затрагивает проблематику коммуникативного поведения представителей различных профессиональных сообществ [Лазуренко, Саломатина, Стернин, 2007]. Так, в работе Т.В. Дубровской ставится цель построения модели речевого поведения судьи в судебном дискурсе [Дубровская, 2010]; в работе С.В. Ионовой в рамках лингвоэкологического подхода рассматривается деструктивный аспект профессиональной языковой личности руководителя [Ионова, 2018].

Описание языковой личности политика неоднократно становилось предметом изучения в лингвистике. В работе Е.В. Бакумовой для анализа характеристик «политического портрета» используются различные исследовательские подходы такие, как психологический, литературоведческий, психолингвистический и лингвистический. Автор утверждает, что языковая личность политика характеризуется текстовым выражением в жанре политического портрета, в котором формируется образ политического деятеля, описывается его ролевая структура, речевые стратегии и тактики. Вербальные компоненты политического портрета включают: слова, цитаты политика, отрывки из текстов его предвыборных выступлений; визуальные компоненты: рисунки политиков, их фотографии, видео-записи выступлений. Структурное содержание жанра политического портрета определяется исследователем как сочетание жанров очерка, эссе, беседы, биографии и литературного портрета [Бакумова, 2002]. Фрейм жанра «политический портрет» имеет четкую взаимосвязь с фреймом «политик»: свойства жанра «политический портрет» определяются базовыми качествами, характеристиками фрейма «политик». Ролевая структура фрейма политический портрет также, как фрейма политический дискурс, отражается в ролевых номинациях, которые играют важную роль идентификации портрета политика.

Роль политика осуществляется через идентификацию с электоратом. Ролевая номинация политика имеет языковой статус: выражение и описание. Слова, цитаты, реплики, характеризующие положение политического деятеля в обществе, являются ролевыми номинациями жанра политического портрета, наличие которых дает облигаторную языковую характеристику политического портрета. Институциональные роли агентов политики Е.И. Бакумова предлагает описывать с использованием следующих критериев: специфический набор идеологем; степень информативности/фатичности коммуникации; степень эмоциональности/рациональности дискурса; степень метафорической насыщенности и образности; особенности выражения оценки и проявления

вербальной агрессии; предпочитаемые способы воздействия; тематическая избирательность [Бакумова, 2002].

В нашем исследовании мы изучаем дискурсивную личность американского политика, выступающего в роли кандидата в президенты США. При описании дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США мы опираемся на следующие положения:

- модель языковой личности Ю.Н. Караулова, где релевантными признаками является способность человека создавать и воспринимать устную и письменную речь с учетом их целевой направленности, уровнем структурно-языковой сложности, глубиной отражения действительности [Караулов, 1987];

- подход Г.И. Богина, который главной характеристикой языковой личности видит текст, создаваемый для реализации заранее поставленных коммуникативных целей, оказания определенного прагматического эффекта [Богин, 1984]. Его модель языковой личности отражает особенности использования языка этой личностью [Бакумова, 2002];

- положения С.Г. Воркачева, рассматривающего языковую личность как закрепленный преимущественно в лексической системе базовый национально-культурный прототип носителя определенного языка, своего рода «семантический фоторобот» [Воркачев, 2001], составляемый на основе мировоззренческих установок, ценностных приоритетов и поведенческих реакций, отраженных в словаре личности;

- концепцию В.И. Карасика, основные положения которой сводятся к тому, что тот или иной участник дискурсивного пространства, будучи представителем определенной лингвокультуры, характеризуется эмблематическими характеристиками [Карасик, 2014];

- тезис о политическом социолекте, представляющем собой автономный номинативный код, «средство групповой солидарности», выполняющее корпоративную функцию [Hudson, 1978; Шейгал, 2000].

Важно отметить, что обзор научной литературы показывает, что в лингвистике выделяется языковая личность, коммуникативная личность и дискурсивная личность. Рассмотрим соотношение данных понятий. Как было показано выше, центральное место в антропологической лингвистике занимает языковая личность, которая в условиях общения рассматривается как коммуникативная личность. В.И. Карасик определяет коммуникативную личность как «наиболее конкретное проявление языковой личности в речевых действиях, имеющих мотивы, цели, стратегии и способы их реализации» [Карасик, 2002]. Дискурсивная личность выделяется на основе критерия типа общения, в котором она проявляет себя наиболее часто [Карасик, 2014]. Таким образом, дискурсивную личность можно считать типом коммуникативной личности в границах определенной социально-культурной ситуации.

Параметризация модели дискурсивной личности проводится с опорой на анализ ее коммуникативного поведения, которое определяется как коммуникативной компетенцией личности, так и прескриптивными ситуативно-обусловленными коммуникативными моделями, имеющими аксиологическое содержание. Мотивационный аспект дискурсивной личности определяет выбор соответствующих коммуникативных действий, моделей речевого поведения, языковых средств, соответствующих идеологическим рамкам дискурса. Описывая дискурсивную модель кандидата в президенты США, отметим прежде всего ее место в системе участников политического дискурса. Так, кандидат в президенты относится к политическим деятелям, соответственно его коммуникативное поведение, реализующееся в рамках дискурсивной модели предвыборного дискурса будет подчиняться параметрам, характерным для такого рода коммуникативной ситуации.

Способы интерпретации действительности, свойственные политикам, поддерживаются не только поведенческими стереотипами, но и ценностными доминантами, которые проявляются в репертуаре концептов, «квантах переживаемого знания», к которым они апеллируют в целях убеждения адресата;

в системе метафорических моделей, характеризующих дискурсивную практику и определяющих ценностные ориентиры, призванные оказать воздействие на избирателей. Нормы поведения дискурсивной личности опираются на этические и утилитарные ценности.

Важное место в исследованиях языковой личности занимает вопрос о соотношении в публичных видах дискурса частного и институционального (см. напр., [Болотнов, 2016]). Характеризуя автора публицистического произведения, Г.Я. Солганик отмечает антонимичные и в то же время тесно связанные его две грани: человек социальный и человек частный. По его мнению, человек социальный в структуре категории автора предполагает социальный анализ, объективно-субъективное отношение к действительности, которое проявляется в слабой авторской модальности. Человек частный в структуре категории автора предполагает анализ с позиции частного человека, субъективно-объективное отношение к действительности, что в речи приводит к высокой авторской модальности, к преобладанию я-высказываний [Солганик, 2005].

Представляется, что в коммуникативном поведении дискурсивной личности в институциональном общении может наблюдаться различное соотношение данных граней. В политическом общении коммуникативное поведение дискурсивной личности политика может приобретать индивидуальные черты, составляющие основу идиолекта личности, а также определяться не только институциональными рамками, но и идеологической дифференциацией и выражаться в политическом социолекте, основу которого составляет идеологическая ориентация, определяющая его специфические лингвистические характеристики [Шейгал, 2000, с. 262]. Таким образом, дискурсивная личность обладает спецификой признаков коммуникативного поведения, концептологических и аксиологических характеристик, которые могут быть выявлены при помощи методов лингвистического анализа.

Лингвокультурная специфика дискурсивной личности американского политика в роли кандидата в президенты США с учетом идеологического параметра будет рассмотрена во второй главе.

1.2. Подходы и концепции в области изучения политического дискурса

Интерес лингвистики к проблематике дискурсивной личности, рассматривающей специфику моделей ее коммуникативного поведения в ситуациях политической коммуникации, определяется необходимостью изучения политического дискурса, объясняемой требованиями не только лингвистической теории, но и общества, не существующего вне политики и социальной коммуникации. Изучение политического дискурса как коммуникативного взаимодействия стало одним из приоритетных направлений современной лингвистики, что во многом обусловлено необходимостью распознавания и верной интерпретации политического дискурса, осуществляемого политиками преимущественно в медиапространстве, потому что политический дискурс обладает воздействующим и манипулятивным потенциалом, обеспечивающим формирование у реципиентов необходимых установок, что особенно важно в предвыборной борьбе за политическую власть, и определяющим его роль как мощного рычага управления сознанием и поведением электората, принимающего участие в выборах политической власти.

В данном разделе мы рассмотрим формирование и развитие концепции политического дискурса в отечественной и англо-американской лингвистике с конца XX в. и до настоящего времени. Объектом нашего обзора стали основные направления, идеи и концепции политической лингвистики, жанрового и дискурсивного анализа, в рамках которых затрагивались проблемы политической коммуникации.

В западной лингвистике изучение политического дискурса началось непосредственно после окончания Второй мировой войны, в фокусе которого

находилась проблематика языка, использовавшегося национал-социалистами [Klemperer, 1947]; учеными ставилась задача понимания и объяснения роли языка и коммуникации в поддержании функционирования тоталитарного режима и его пропаганды.

Историю политической лингвистики мы условно разделили на три этапа с учетом периодизации, предложенной Р. Водак [Wodak, 2011]: ранний (1950–1970-е гг.), средний (1970–2000-е гг.), современный (2000-е гг. – настоящее время). Проследим эволюцию политического дискурса, выявим наиболее влиятельные исследовательские парадигмы и проанализируем вклад представляющих их ученых в формирование концепции политического дискурса.

Теоретической основой анализа политической коммуникации в зарубежной лингвистике выступает системно-функциональная модель языка М. Халлидея, рассматривающая язык как социальную семиотическую систему. В рамках данной концепции выделяются три основные функции языка, которые обуславливают векторы дискурсивного анализа – тематический, текстуальный и межличностный [Halliday, 1978]. Системно-функциональная лингвистика характеризуется многообразием подходов в изучении политического дискурса особенно среди американских лингвистов XX-XXI вв. С. Эггинс, Р. Мартинеса, Дж. Р. Мартина, Дэвид Роуза, Дж. Томпсона, которые проводят исследования на стыке многих наук: психологии, социологии, статистики, политической лингвистики. Американские лингвисты Дж. Р. Мартин, Д. Роуз на основе системно-функциональной модели М. Халлидея разрабатывают аналитические приемы исследования в области политического дискурса и лингвистики текста [Martin, Rose, 2003. p. 7].

Важную роль в изучении политической коммуникации играет модель критического дискурс-анализа Н. Фэрклава, которая предлагает социо-философский подход к рассмотрению данной проблемы. Н. Фэрклав выделяет аспекты дискурса, которые подлежат, во-первых, осмыслению, а, во-вторых,

описанию: субъекты дискурса и их социальные отношения; набор вербальных и паравербальных средств, которые используются участниками дискурса для реализации своих целей; объекты дискурса, предопределяющие процесс развертывания дискурсивного пространства, времени и места, ценностей, рассуждений, имеющих особое значение в аспекте временной эпохи с присущими ей идеологическими установками и реалиями конкретного исторического периода, но особое внимание уделяется их дискурсивным характеристикам [Fairclough, 1998].

Предметом критического анализа дискурса становятся процессы принятия решений в политических институтах и организациях различного уровня. Так, М. Кржыжановский и Ф. Оберхубер [Krzyżanowski, Oberhuber, 2008], используя междисциплинарный подход, интегрирующий методологию институциональной этнографии, политической социологии и дискурсивного анализа, исследуют текст Европейской конвенции, раскрывая механизмы дискурсивных политических практик на наднациональном уровне.

Реализуя исторический подход к изучению политической коммуникации, Р. Водак представляет современный дискурс-анализ, как исследование, направленное на установление параметров социальной коммуникации в рамках заданной тематики в их динамическом срезе. При этом язык рассматривается исследователем как социальный феномен, который предопределяет аспекты актуализации дискурса [Wodak, 2002]. Австрийская исследовательница выделяет следующие функции политического дискурса: функция убеждения; функция информирования; функция аргументации; функция отличия; функция обеспечения идентичности [Водак, 1997, с.117].

Метод дискурсивно-исторического анализа используется в изучении дискурса расовой дискриминации мигрантов из Румынии, дискурса о нации и национальной идентичности в Австрии [Kovács, Wodak, 2003; Wodak et al., 1999] и Европейском союзе [Muntigl et al., 2000; Wodak, van Dijk, 2000]. В исследованиях затрагиваются вопросы дискурсивного конструирования

характеристик «чужих» социальных групп, которые ведут к их социально-политическому отчуждению.

В концепции Т. А. ван Дейка политический дискурс определяется как комплексное коммуникативное событие, представленное в виде речевого события или письменного обращения, имеющего вербальные и невербальные составляющие, в котором выделяются личностные характеристики носителей языка с их намерениями, чувствами, эмоциями, ограниченными социальной и политической сферой. На определенных примерах выступлений политиков голландский лингвист показывает, что политический дискурс является сочетанием речевых жанров, таких как: парламентские дебаты, партийные программы, правительственные обсуждения, речи политиков [Дейк ван, 1989].

Зарубежные лингвисты выделяют следующие функции политической коммуникации: контролирующую функцию – функцию манипуляции сознанием и мобилизации к действию; интерпретационную функцию – функцию создания «языковой реальности» в области политики; социально-идентификационную функцию – функцию дифференциации и интеграции групповых элементов политики; атональную функцию.

В отечественной лингвистике традиция изучения политической коммуникации начинается гораздо позднее, в середине 1990-х гг., когда появляются первые работы, посвященные этому виду общения [Попова, 1995]. Теоретическим основанием дискурсивных исследований политической коммуникации становится модель анализа дискурса, предложенная В.И. Карасиком, в которой выделяются цель дискурса, участники, ценности, жанры и дискурсивные формулы [Карасик, 2002]. Классической отечественной работой, посвященной комплексному анализу политического дискурса, стала монография Е.И. Шейгал, в которой раскрываются его семиотические характеристики в аспекте основных функций, признаков, стратегий и жанров [Шейгал, 2000].

Жанровый подход к изучению политического дискурса реализуется в работах, посвященных предвыборному жанру [Гайкова, 2003],

инаугурационным обращениям [Шейгал, 2000; Пильгун, 2016], президентскому обращению к нации [Гусева, 2006], жанру субботнего радиообращения [Атьман, 2012] и др.

В начале 2000-х гг. ученые обращают внимание на риторические характеристики политического дискурса. Объектами исследований становятся стратегии и тактики, коммуникативные ходы, приемы аргументации, способы репрезентации идентичности, речи отдельных политических деятелей (см. напр. [Комиссарова, 2008]). С 2010-х гг. по настоящее время в фокусе внимания исследователей находятся различные стратегии, используемые в политическом дискурсе различных лингвокультур: стратегии конфликта в немецкой политической коммуникации, стратегия дискредитации в русской и английской политической коммуникации в диахронической перспективе [Лисюткина, 2021].

Особое внимание уделяется культурно-специфичным характеристикам политического общения. Так, анализируя речевое воздействие в скандинавских странах, Йенс Кьельдсен (Университет Бергена), Кристиан Кок (Копенгагенский университет), Орла Вигсё (Гётеборгский университет) в книге «Власть, коммуникация и политика в скандинавских странах» отмечают лингвокультурную специфику эмоционально-стилевого формата политической коммуникации. Авторы характеризуют политический дискурс в Скандинавии как неформальный и прагматичный, что отличает его от идеологического стиля политического дискурса США, который описывается как агрессивный и враждебный [Kjeldsen, Kock, Vigsø, 2021. p. 365]. К. Бевитори [Bevitori, 2018] выявляет лингвокультурные особенности речевого поведения коммуникантов в жанре парламентских дебатов. Так, английские парламентарии обращаются к председателю, чтобы иметь возможность прервать оппонента, а итальянцы обращаются к говорящему прямо без посредника.

Важнейшей составляющей политического дискурса является оценочная квалификация, которая выражается в оценочных номинациях, передающих позицию субъектов оценки, которыми выступают как собственно политические

деятели, так и журналисты, профессиональная деятельность которых связана с освещением политических событий и формированием общественного мнения. В.В. Дементьев раскрывает содержание (семантику и прагматику) «истерики» как характеризующей (оценочной) номинации субъектов и объектов политической коммуникации. С одной стороны, автор отмечает частотность лексем *истерика*, *истеричный*, *истерично*, *истеричность* в современной политической коммуникации, с другой, — их многозначность. Подчеркивается, что выбор авторами политических текстов принципиально амбивалентной оценочной номинации *истерика* / *истерично* только частично связан с объективным содержанием описываемого политического события: главной является оценочная характеристика, а истерике могут приписываться не только лично-характеризующие смыслы и целеполагание, но и речевая структурность. Противопоставляются истерика бессознательная и сознательная, — только в последнем случае можно говорить о иллокуциях. В текстах политиков, политологов истерика и доведение до истерики часто предстают как активная, но ошибочная политика в неблагоприятной ситуации, чьи результаты крайне редко оцениваются позитивно. В большинстве случаев подчеркиваются негативные результаты: утрата доверия, ухудшение отношений между странами, взаимонепонимание, вражда [Дементьев, 2022].

Описывая основные подходы к изучению политического дискурса, следует отметить, что гибридность и диффузность современных дискурсивных практик влияют на содержание, структуру и жанровое своеобразие текстов политического дискурса. Так, например, смещение политической коммуникации преимущественно в медийную сферу позволяет говорить о медиаполитическом дискурсе.

Важная роль в изучении политической коммуникации в отечественной лингвистике отводится моделированию и описанию концептов политического дискурса, среди которых выделяются дискурсообразующие концепты такие, как «ВЛАСТЬ» и «ПОЛИТИК» [Шейгал, 2000, с.74]. А.А. Карамова на материале

текстов программ политических партий, участвовавших в выборах в Государственную думу 2021г., систематизирует и описывает средства репрезентации концепта «власть» [Карамова, 2022].

В фокусе нашей работы находится дискурсивная личность политика, воплощающаяся в вербальной составляющей политической коммуникации, которая осмысливается как семантика общения, сводимая к проблемам наименования, динамики смысла, как средства репрезентации концептов, которые выражаются в основном языковыми знаками, словами, словосочетаниями, фразеологизмами. Как отмечает А.Ю. Мазаева, в рамках лингвистического исследования интерес представляют языковые маркеры, которые типично используются в политическом дискурсе для реализации его основных целей [Мазаева 2020, с. 79]. В поле зрения исследователей попадают такие составляющие языка политика, как лексико-тематическая стратификация используемых средств воздействия и их экспрессивно-оценочный потенциал [Купина, 2017; Кошкарлова, 2019], специфика аксиологической и метафорической концептуализации [Карасик, 2012; Чудинов, 2020], коды и жанровые формы языковой игры в политдискурсе [Гридина и др., 2021; Цонева, 2020] и др.

В настоящее время в лингвистике сложилось самостоятельное направление, называемое политической лингвистикой, которая определяется как направление филологических наук, изучающую функционирование языка и применение языковых ресурсов в сфере политики, исследующую языковые аспекты профессиональной коммуникации в политической сфере.

Область интересов политической лингвистики, использующей междисциплинарный подход, включает в себя изучение следующих ключевых направлений:

- социолингвистические аспекты политического дискурса,

- устное, письменное и технически-опосредованное профессиональное общение в сфере политики (вербальное, паравербальное и невербальное), его типология и жанровая классификация,
- политический дискурс рассматривается в ценностно-событийном аспекте языка политических выступлений как отражения ценностной картины мира,
- современные дискурсивные практики не имеют четко очерченных границ, им свойственна гибридность, интердискурсивность и диффузность. Политический дискурс не является исключением, и его жанры формируются на стыке с другими видами институциональной коммуникации: массово-информационным, рекламным, юридическим, религиозным, научным, педагогическим, спортивным, военным дискурсом, а также с художественным и бытовым дискурсом; политический дискурс, рассматриваемый на пересечении политического и медийного дискурса, образует медиаполитический дискурс или политический медиадискурс,
- политический дискурс образован особой системой языковых знаков, являющихся профессионально ориентированными, которые включают особую лексику, фразеологию, паремиологию и терминологию.

Подводя итоги, отметим, что в настоящее время в лингвистике активно развивается направление политической лингвистики, в фокусе которой находится проблематика использования языка представителями власти для достижения политических целей. Данное направление представляет собой междисциплинарную область, интегрирующую методологию социально-политических наук и лингвистического анализа дискурса.

1.3. Жанровая организация предвыборного политического дискурса

Одной из главных характеристик дискурса является его жанровая организация, имеющая полевую структуру, в которой выделяются прототипные

или дискурсообразующие жанры, а также дискурсоприобретенные или маргинальные жанры. Жанр представляется как «род, разновидность речи, определяемая данными условиями ситуации и целью употребления» [Базылев 1998, с.6].

В последние десятилетия представители отечественной лингвистики (см., напр., [Шмелева, 1997; Федосюк, 1997; Дементьев, 2001] и др.) занимаются исследованиями жанровых форм таких, как телеинтервью [Попова 2002, с. 27], жанры повседневного общения [Жанры речи 1997, 1999, 2002 и др.], научной речи [Салимовский, 2001], публицистики [Тертычный, 2002] в аспекте риторики, прагматики, стилистики, когнитивной лингвистики, а также новых направлений языкознания.

Речевой жанр понимается как «ментальная модель речевой коммуникации» [Балашова, Дементьев, 2022, с. 11] в которой представлены сложные взаимосвязи между языком, культурой, личностью и коммуникативной ситуацией. В современной отечественной науке разработаны три подхода к изучению жанров: подход к речевым жанрам на основе речевой системности, стилистический анализ жанров, разработка моделей жанра [Шмелева 1997, с. 91]. Наблюдается связь теории речевых актов с перформативным подходом, который объясняет содержание жанров на основе употребления глаголов речи. Стилистический подход к анализу жанровой природы текстов опирается на речевую системность жанра. Подход на основе анализа моделей жанра исследует специфические средства жанровой организации в контексте коммуникативного взаимодействия. В модели речевого жанра Т.В. Шмелевой выделяются следующие жанрообразующие признаки: коммуникативная цель как наиболее значимый признак; образ автора; образ адресата; образ предыдущих событий; образ будущих событий; отражение речевых ситуаций; языковое содержание речевого жанра, лексические и грамматические структуры [Шмелева 1997, р. 97]. Все параметры модели речевого жанра отражают реальную действительности и коммуникативную ситуацию.

В работе «Типология жанров деловой речи» Т.В. Анисимовой дается характеристика жанров деловой коммуникации и выделяется три уровня их описания [Анисимова, 2000]: концептуальный уровень выделения общих признаков для описания всех жанров; уточнение специфики жанра, описание определенного жанра; текстовый уровень, отражающий характеристики конкретного жанра.

Центральным вопросом жанрового подхода к изучению политического дискурса становится построение типологий жанров, которые могут классифицироваться по разным основаниям. Как отмечает В.Е. Гольдин, имена речевых жанров нередко совпадают с номинациями речевых событий, в составе которых реализуются эти жанры. Например, «интервью» как жанр представляет собой сложное речевое событие, которое имеет речевую форму, что позволяет дополнить оппозицию «речевой акт – речевой жанр» противопоставлением «речевой жанр – речевое событие» [Гольдин, 1999, с. 6].

Типологии жанров в политической коммуникации строятся на различных основаниях. В жанровой модели политического дискурса Е. И. Шейгал используется шесть основных параметров выделения жанров политической коммуникации: параметр институциональности, субъектно-адресатные отношения, социокультурный параметр, событийную локализацию, параметр полевой структуры, параметр функциональной структуры.

Политический дискурс получает воплощение во множестве жанров, которые могут выделяться по разным основаниям и образуют сеть множественных пересечений. Используя вышеперечисленные параметры, Е.И. Шейгал представляет многомерную классификацию жанров политического дискурса на материале текстов русского и американского политического общения [Шейгал, 2000]. Автор моделирует систему жанров политического дискурса, основываясь на полевым подходе, который позволяет выделить жанры прототипные для данного дискурса, занимающие центральное место в полевой

структуре, а также маргинальные жанры, находящиеся на ее периферии и пересекающиеся с другими типами дискурса.

Ведущим критерием построения жанровой классификации является интенциональный. В соответствии с основной интенцией жанры политического дискурса делятся на: эпидейктические жанры (инаугурационная речь, юбилейная речь, традиционное радиообращение; ориентационные жанры (партийная программа, конституция, послание президента о положении в стране, отчетный доклад, указ, соглашение); агональные жанры (лозунг, рекламная речь, предвыборные дебаты, парламентские дебаты) [Шейгал, 2000, с. 270]. Каждый из выделяемых жанров занимает определенное место в иерархии жанров и характеризуется степенью институциональности, событийной локализацией, типом субъектно-адресатных отношений, социокультурными параметрами.

Возможно и выделение жанров политической коммуникации на индуктивной основе. Выделяются такие жанры политической коммуникации, как памфлет, фельетон; проблемная аналитическая статья, написанная журналистом; колонка комментатора; передовая статья; репортаж со съезда, митинга и т.п.; информационная заметка; интервью с политиком – полемика: теледебаты, дискуссия в прессе; политический документ: указ президента, текст закона, коммюнике; проблемная аналитическая статья, написанная политиком; публичная речь политика являются жанрами и политического, и СМИ дискурсов. О.Н. Григорьева называет пять основных жанров политического дискурса, выделяемых на основе параметра режима общения и способа взаимодействия с адресатом. В соответствии с каналом передачи сообщений выделяются газетные (очерк, статья, репортаж), телевизионные (аналитические программы, диалоги в прямом эфире, интервью, информационные сообщения) жанры; на основе критерия взаимодействия с аудиторией автор говорит об ораторских (выступления политиков на митинге, дебатах) и коммуникативных (выступления политиков на пресс-конференции, саммитах) жанрах; особое место в данной

классификации отводится рекламным политическим жанрам (рекламные слоганы, очерки) [Григорьева, 2000].

Классификацию жанров политической коммуникации, основанную на цели высказывания, предлагает А. П. Чудинов, который выделяет информативные, оценочные и императивные (призывающие к действию) жанры. Предполагается, что данная модель является теоретическим конструктом и в реальной коммуникации информация, оценка и императив могут совмещаться в границах одного текста (например, в предвыборной листовке), также существуют тексты, в которых преобладает один из названных признаков [Чудинов, 2012, с. 54].

В ходе анализа типологии политического дискурса выявлено, что не существует единой классификации политических жанров, и в качестве критериев их выделения берутся иллюкативные характеристики политического дискурса; канал передачи информации, представляемый письменной или устной формами, внешняя форма политического дискурса, представляемая монологическим или диалогическим высказыванием; место в полевой структуре, понимаемое как взаимосвязь с другими типами дискурсов; способ выражения: вербальный и невербальный [Баранов, Казакевич, 1991].

Жанры политического дискурса представляются как информативные жанры, а именно, интервью, новости, политические мемуары, пресс-релизы, парламентские слушания, переговоры и парламентские дебаты; этикетные жанры, которые традиционно включают инаугурационные обращения и новогодние поздравления президентов; политическая реклама и императивные жанры политического дискурса: лозунги, политические пословицы, указы [Шмелева, 2000, с. 26–30].

В следствие того, что в пределах одного жанра могут совмещаться различные функции выделяются такие жанры как, например, информативно-императивный (предвыборная программа), информативно-оценочный (предвыборные дебаты и теледебаты) жанры и пр.

Исследование жанров политического дискурса с точки зрения канала передачи информации дает два основных жанра: устный (парламентские слушания, парламентские дебаты, теледебаты, переговоры и пр.) и письменный (аналитические статьи, политические мемуары, новости и пр.) [Шмелева, 2000, с. 35].

Классификация жанров политического дискурса может осуществляться по числу участников: монологические и диалогические жанры. К первым относятся новости, инаугурационное послание, политические мемуары и др. В числе последних выделяются диалогические форматы с различными интерактивными характеристиками, включающими в том числе и дебаты [Третьякова, Алимджанов, 2019].

С точки зрения места жанра в полевой структуре дискурса выделяются прототипные жанры: публичные речи политиков, лозунги, голосование; маргинальные жанры: памфлеты, указы, фельетоны, политические карикатуры.

На основании критерия семиотического способа выражения, выделяются жанры политического дискурса: вербальные (новости, интервью, теледебаты) и жанры, содержащие невербальные компоненты: политические плакаты, агитационные листовки, политическая карикатура [Шмелева, 2000, с. 37].

Предвыборному дискурсу посвящено большое количество работ отечественных и зарубежных исследователей [Гайкова, 2003; Филинский, 2003; Левшина, 2005; Стрельников, 2005; Ворожцова, 2007; Голубева, 2009; Benoit, 2003, 2004; Corcoran, 1979; Joslyn, 1986; Pomper, 2001; Wodak, 2007 и др.]. В работах даются определения предвыборного дискурса, выявляются конститутивные признаки предвыборной коммуникации и ее основные характеристики, моделируется жанровая структура предвыборного дискурса, анализируется специфика ее языкового воплощения, разрабатываются модели организации и теоретические основы ее изучения. В фокусе внимания исследователей находится лингвокультурная специфика предвыборного дискурса, которая определяется на основе сравнительного анализа способов

реализации коммуникативных намерений политиков в ситуациях политического общения. Лингвокультурный подход предполагает изучение речевого поведения политиков, принадлежащих к различным национальным культурам, но находящихся в идентичной коммуникативной ситуации и преследующих одну и ту же коммуникативную цель. Это позволяет выявить общие и специфические тенденции в моделях реализации президентских кампаний в различных культурах [Халатян, 2011].

Исследователи предлагают следующие определения дискурса предвыборной кампании. Е. В. Попова определяет ее как «промежуток времени, в течение которого политические субъекты (личности, партии, общественные организации) должны предстать перед избирателем, привлечь к себе внимание электората (объекта своего влияния) и убедить людей проголосовать за кандидата тех или иных политических воззрений, который обещает своему электорату определенные социальные выгоды» [Попова, <https://core.ac.uk/download/pdf/324271836.pdf>]. Т.М. Голубева рассматривает предвыборный дискурс как «деятельность, локализацией которой выступают время и пространство предвыборной кампании, и речевые произведения, которые возникают в результате такой деятельности, двигаясь в единстве с экстралингвистическими факторами, которые актуализируют социокультурный контекст коммуникации» [Голубева, 2009, с. 10].

Основными характеристиками предвыборного дискурса являются стремление к «глорификации» (термин В.И. Шаховского), то есть возвышение, представление в позитивном ключе своего кандидата и партии, а также направленность на критику, дискредитацию своего оппонента. В этой связи позиционирование адресанта предполагает не только позитивную самопрезентацию, но и негативную характеристику других участников предвыборной гонки.

Предвыборная кампания занимает особое место в рамках политического дискурса, потому что при ее реализации задействуются почти все параметры,

описанные ранее, что обуславливается основной коммуникативной задачей отправителя сообщения – создание положительного имиджа политика в сознании аудитории и привлечение электората на свою сторону. Рассмотрим, какие жанры актуализируются в рамках предвыборного политического дискурса, и проследим их особенности.

Прежде всего отметим, что в рамках предвыборной кампании решаются задачи по привлечению электората на сторону конкретной партии, выражающейся в поддержке определенного кандидата на пост президента страны. Очевидно, что для реализации данной задачи необходимо ознакомить широкие слои населения с особенностями взглядов, мнений, программы того или иного политического деятеля и его партии, отличиями его воззрений от подходов оппонента и пр. В этом отношении все жанры предвыборного политического дискурса условно можно разделить на два типа:

1. Монологические выступления перед широкой аудиторией, в рамках которых происходит опосредованное взаимодействие с аудиторией.

2. Диалогическая интеракция, при этом коммуникативным партнером может выступать, как оппонент, так и журналист / эксперт, либо же представители электората.

Рассмотрим подробнее жанры, которые актуализируются в рамках названных типов. К монологическим выступлениям политика в рамках предвыборной кампании можно отнести политическую рекламу, выступления политика перед аудиторией, заявления в СМИ, обращения к народу и пр.

В монологических выступлениях субъекты политического дискурса выступают по конкретным темам, их речи направлены на взаимодействие с электоратом, с другими субъектами политики (партиями, ассоциациями, союзами и т.д.). На дискурсивном уровне выступления субъектов политического дискурса, актуализирующиеся в данном жанре, характеризуются высокой экспрессивностью, поскольку основной коммуникативной целью отправителя сообщения является оказание воздействующего эффекта на аудиторию,

убеждение ее в правоте своих слов. Особое место в политической коммуникации занимают публичные монологические жанры, цель которых оказать воздействие на аудиторию в борьбе за власть. Публичные выступления политических деятелей представляют собой живую речь и включают инаугурационные речи, послания Конгрессу, выступления в парламенте, предвыборные выступления и др.

Публичные выступления обладают высокой степенью институциональности, использованием определенных языковых средств влияния на аудиторию, их сознание и чувства с целью достижения цели – завоевание и удержание власти. В монологических выступлениях субъекты политического дискурса выступают по конкретным темам, их речи направлены на взаимодействие с электоратом, с другими субъектами политики (партиями, ассоциациями, союзами и т.д.). На дискурсивном уровне выступления субъекты политического дискурса, актуализирующиеся в данном жанре, будут характеризоваться высокой экспрессивностью, поскольку основной коммуникативной целью отправителя сообщения является оказание прагматического эффекта на аудиторию, убеждение ее в правоте своих слов.

В исследовании монологических жанров важная роль отводится риторической политической лингвистике, поскольку ее подходы особенно продуктивны при изучении одиночных выступлений политиков в рамках предвыборных кампаний. Изучение таких жанров предвыборного политического дискурса, как дебаты между оппонентами, интервью с журналистами и др., т.е. тех коммуникативных форм, в которых происходит диалогическое взаимодействие, требует дополнения риторического подхода интеракциональным, социокультурным и лингвокультурным.

К важнейшим диалогическим жанрам политического общения относится политическое интервью, которое является публичным речевым жанром со строгим распределением речевых ролей участвующих, в котором журналист стремится раскрыть важные для общества черты политика, тогда как политик,

отвечая на вопросы журналиста, пытается убедить общество в своей востребованности [Лавринова, 2009, с. 69]. Особенностью политического интервью является наличие тех же признаков, которые будут свойственны и дискурсу СМИ, и политическому дискурсу, и диалогическому тексту. Традиционная форма интервью – это беседа, текст которой, используется, как логическая структура, и имеет целый ряд модификаций: интервью-диалог, интервью-монолог, интервью-сообщение, интервью-зарисовка, интервью-мнение, коллективное интервью и анкета.

Политическое интервью является жанром, который может играть роль официального политического заявления, если его дает журналисту крупный политический деятель, глава правительства, президент. Главная функция таких официальных интервью состоит в том, что они отражают не индивидуальное мнение, а точку зрения официальной власти, политической партии, политического движения.

Центральное место в современном политическом предвыборном дискурсе занимают предвыборные теледебаты, представляющие особый вид состязательного дискурса, получающего внешнюю оценочную квалификацию со стороны избирателей. В политическом дискурсе происходит противопоставление оппонента и публики, и задача политика состоит в том, чтобы одержать верх над оппонентом и завоевать симпатию публики. Темы дебатов определяются заранее и отражают ключевые проблемы внешней и внутренней политики, интересы различных социальных групп общества. Кандидаты в президенты имеют возможность озвучить программные установки своей партии, убедить избирателей в правильности своего политического курса и высветить слабые места оппонента. Поведенческий аспект дискурсивной личности проявляется в речевых средствах (дискурсивные формулы, оценочные квалификации, интонационно-просодические характеристики речи). Как отмечает А.А. Голоднов, во время теледебатов противники часто прибегают к метафорам, цитированиям, сравнениям, фразеологическим выражениям для

придания своей речи экспрессивности и убедительности [Голоднов, 2003, с. 17]. К основным стратегиям жанра исследователи относят следующие: стратегия дискредитации, стратегия манипуляции и стратегия самопрезентации [Вознесенская, 2010, с. 15]. Значимыми в дебатах оказываются и неречевые средства, к числу которых относятся мимика, жесты, паузы и др.

Исследователи отмечают, что в современном демократическом обществе институт выборов ориентирован на усредненного избирателя, для которого характерны аполитичность, недостаточно высокий уровень образования, неумение воспринимать абстрактную информацию, следовать сложной структуре аргументации, что приводит к различной степени соотношения рациональной и иррациональной аргументации, с преобладанием последней, что свидетельствует о возрастании роли манипулятивных действий. Ценностный аспект жанра предвыборных дебатов проявляется в использовании дискурсивной личностью языковых структур, отражающих ценностные представления и установки участников коммуникации, зафиксированные в семантике языкового знака.

Концептологический аспект реализуется в апелляции к значимым для политического дискурса и программных заявлений американских политиков-кандидатов в президенты США концептам, которые изучаются в непосредственной связи с ценностными установками лингвокультуры, контекстом исторической эпохи, а также идеологически обусловленной ментальностью. Для современной политической коммуникации исследователи выделяют дискурсообразующие, вербально эксплицируемые в текстах концепты – «важнейшее средство категоризации политических феноменов» [Невинская, 2006, с. 226], базисные ментальные единицы индивидуального и массового сознания, задающие структуру и функциональные характеристики семиотического и жанрового пространства дискурса, составляющие основу различных стратегий воздействия (как аргументативного, так и манипулятивного типов).

Важным аспектом рассмотрения жанра является личностный параметр, который переводит изучение жанра в русло лингвоперсонологии, в рамках которой выделяются горизонтальная и вертикальная модели: первая предполагает изучение набора используемых личностью жанров, вторая нацелена на освещение уровня речевой и общей культуры того или иного индивида (и, соответственно, типа личности).

Жанровый подход к политическому дискурсу реализуется в работах, посвященных предвыборному жанру [Гайкова, 2003], инаугурационному обращению [Шейгал, 2000; Пильгун, 2016], президентскому обращению к нации [Гусева, 2006]. В рамках нашего исследования мы рассматриваем модель дискурсивной личности американского политика в ролевой функции кандидата в президенты США в идеологическом аспекте, оказывающем влияние на модели речевого поведения, выбор языковых средств и ценностных доминант. Данный тип личности изучается в рамках предвыборных дебатов, центрального жанра предвыборного дискурса как жанра институциональной публичной коммуникации, характеризующегося как статусно-индексальное общение на уровне «политик-политик» и «политик-граждане», осуществляемого посредством медийной коммуникации, ему свойственна социокультурная вариативность, поскольку представители различных партий используют политический социолект, для него характерна агональность, сопровождающаяся вербальной агрессией, а также тематическая определенность.

1.4. Методология корпусного исследования дискурсивной личности

В данной работе для изучения дискурсивной личности кандидата в президенты США используется методология корпусной лингвистики, получившая достаточно широкое распространение в дискурсивном анализе в зарубежной лингвистике и постепенно внедряемая в отечественные исследования коммуникативных феноменов: текстов, дискурсов, жанров. В

научной литературе корпусная лингвистика определяется как: а) как область лингвистических исследований, основанная на применении компьютерных технологий для статистической обработки текстовой информации; б) как один из методов, позволяющий верифицировать лингвистические теории и гипотезы, а также выявлять новые языковые факты, которые достаточно затруднительно идентифицировать обычными эмпирическими методами [Кочетова, 2016].

Корпусная методология дополняет классические интерпретативные, основанные на качественном анализе, подходы статистическими инструментами верификации гипотез, которые позволяют преодолеть субъективизм качественных методов, основанных на интуиции, и опереться на точность и объективность математических данных [Kibrik, 2002; Stefan, 2009; Шилихина, 2014; Валова, 2016].

Рассматривая методологические основы корпусной лингвистики и теории дискурса, можно утверждать, что оба направления лингвистической науки определяют построение абсолютно новых теорий, и материал, с которыми они имеют дело, выходит далеко за рамки того, что обычно изучает традиционная лингвистика.

Интеграция количественных методов в дискурсивный анализ, привела к возникновению подходов, которые получили различные наименования, такие как корпусный критический анализ дискурса («corpus-based CDA» (см., напр.: [Baker, 2006]), дискурс-анализ с применением корпусных методов («corpus-assisted discourse studies» (CADS) (см., напр.: [Partington, 2004]), корпус и дискурс-анализ («corpora and discourse studies» [Baker, McEnery, 2015]). Отмечается, что исследования, выполненные в русле корпусной стилистики («corpus stylistics»), корпусной прагматики («corpus pragmatics») и корпусной социолингвистики («corpus-based sociolinguistics» [Friginal, Hardy, 2014]) ставят перед собой цели так или иначе затрагивающие проблематику дискурс анализа.

Корпусному анализу дискурса посвящено множество работ, число которых увеличивается с каждым годом (наиболее полный библиографический список

трудов, использующих корпусные методы анализа дискурса, см. [Gabrielatos, 2020]). Отметим имеющиеся работы, посвященные изучению политического дискурса. Так, на методы корпусной лингвистики использовались для сравнительного изучения двух инаугурационных обращений президентов с точки зрения теории оценки [Yang, Cao, 2020]; исследования стратегий аргументации, выполненного на материале аннотированного корпуса текстов телевизионных дебатов предвыборной кампании 2016 г. и реакций пользователей социальных сетей [Visser et al., 2020]. В исследовании Д. Хамед представлен корпусный анализ ключевых слов и коллокаций президентского дискурса США с 1993 года по настоящее время [Hamed, 2020].

Корпусные методы используются для анализа особенностей идиостиля американских политиков. Изучается влияние политических и исторических факторов на стиль инаугурационных обращений американских президентов в диахроническом аспекте [Kubat, Cech, 2016]. Исследование показало, что стиль инаугурационного обращения определяется личностью и не зависит от политических воззрений и партийной принадлежности президента. В фокусе исследования других авторов находится сравнительный анализ стиля президентских кампаний Хилари Клинтон и Дональда. Анализ корпусов, выполненный с применением компьютерного менеджера *AntConc*, показал, что стиль Клинтон отличается большим лексическим разнообразием, она использует рациональные стратегии, положительно окрашенную лексику и проявляет интерес к нуждам и потребностям гражданам. Трамп, напротив, чаще обращается к эмоциям, использует негативно окрашенную лексику и акцентирует различия между собой и его оппонентами [Chen et al., 2019].

Корпусные исследования политического дискурса выполняются не только на материале английского языка, но и других языков, например, литовского. Так, корпусный анализ парламентских выступлений убедительно показывает, что гипотеза о специфической гендерной окрашенности речи литовских политиков не подтверждается [Bijeikienė, Utkā, 2006]; корпусные методы анализа

используются для изучения способов дискурсивного конструирования положительного образа Китая в политическом дискурсе [Li, Zhu, 2020]; семантические изменения концепта «права человека» анализируются на материале семантически размеченного корпуса финских парламентских протоколов [Kettunen, la Mela, 2020].

В современном мире высоких технологий корпусные методы исследований дискурса используют специализированные программы конкордансеров, позволяющие мгновенно сравнивать тексты, выделять контексты исследуемых лексических единиц, показывать количество различных частей речи: личных и указательных местоимений, наречий места и времени, существительных, которые являются наиболее частотными словами в речах политиков.

Наше исследование базируется на корпусной методологии, в частности методе идентификации ключевых слов, который используется для выявления специфики коммуникативного поведения дискурсивной личности [Карасик, 2014] американского политика – кандидата президента США с целью выявления особенностей политического социолекта. Для компьютерной обработки исследуемых корпусов мы воспользовались платформой CQPWeb, которая предоставляет возможность размещения собственного корпуса, проведения его автоматической морфологической и семантической разметки, а также использования функциональных возможностей платформы для извлечения статистических данных об употреблении языковых структур, построения списка ключевых слов, определения коллокаций и др.

Методы корпусной лингвистики являются ценными для выявления тактик коммуникативного поведения, которые с трудом поддаются квантификации в силу того, что достаточно сложно определить число тактик при помощи простого подсчета. Более того, простое указание частоты обращения к той или иной тактике не позволяет установить статистически значимые различия и сделать обоснованные выводы, касающиеся коммуникативной или

прагмалингвистической специфики языкового материала. Для изучения типичных коммуникативных тактик политического воздействия нами предложена корпусная методика, в основе которой лежит корпусный метод ключевых слов. В нашем исследовании мы исходим из гипотезы о том, что политический дискурс характеризуется вариативной социально-идеологической составляющей, которая проявляется в специфическом наборе речевых стратегий и тактик, а также реализующих их языковых структур, системе метафорических моделей и доминирующих концептов, что позволяет говорить о существовании особого политического социолекта, обладающего, как и любой социолект, корпоративной функцией.

В нашем исследовании метод ключевых слов используется в целях характеристики политического социолекта и определения особенностей коммуникативного поведения американских политиков кандидатов в президенты США, выявления концептологического и ценностного аспектов дискурсивной личности используется метод ключевых слов. Ключевые слова как индикаторы дискурсивной личности кандидата в президенты США устанавливаются на основе сопоставления корпуса текстов предвыборных дебатов кандидатов в президенты США во время президентских кампаний в период с 2000 по 2020 гг. Как было сказано выше, основой для выделения ключевых слов в корпусе, который выступает объектом изучения, является список слов референциального корпуса, выбор которого зависит от цели исследования.

На первом этапе исследования мы составили корпус текстов предвыборных дебатов представителей республиканской и демократической партий, происходивших в рамках предвыборных кампаний с 2000 по 2020 гг. Структура и данные об анализируемых корпусах представлены в Таблице 1.

Таблица 1. Структура корпуса текстов предвыборных дебатов кандидатов в президенты США

Республиканцы	Кол-во слов	Демократы	Кол-во слов
Буш	47 067	Байден	16 713

Ромни	27 931	Гор	23 123
Маккейн	30 937	Клинтон	23 428
Трамп	45 612	Обама	60 424
		Керри	18 259
Всего:	151 547	Всего:	141 947
ИТОГО:	293 494		

На втором этапе работы, используя программное обеспечение платформы CQPWeb, мы выделяли ключевые слова, сопоставляя корпус текстов предвыборных дебатов кандидатов в президенты от Демократической партии с аналогичным корпусом кандидатов в президенты от Республиканской партии. Далее, мы изучали дистрибуцию распределения ключевых слов в корпусе и проводили контекстуальный качественный анализ текстовых фрагментов, позволивший установить тактики, к которым прибегают кандидаты в президенты США в жанре предвыборных дебатов. На заключительном этапе мы устанавливали количественные параметры тактик в аспекте референциальной отнесенности местоимений, которые отражают специфику политического социолекта республиканцев и демократов.

На сегодняшний день корпусные методы исследования политического дискурса, работающие с лексическими единицами текстовых структур на основе количественного анализа, расширяют аналитический потенциал критического анализа политической коммуникации.

Анализ метафорических моделей, которые часто встречаются в политической коммуникации, также осуществляется с помощью корпусных методов исследования, выявляющих особенности и происхождение метафор и языковых явлений в культурном пространстве современного общества. Корпусные методы дают четкую оценку структуры и содержанию политических текстов, выделяют ключевые слова в политическом дискурсе, их культурные и идеологические импликации, идеи, задачи, цели политиков, которые стремятся имплицитно повлиять на сознание электората и осуществить свои политические задачи [Кашкин, Шилихина 2014, с.75].

Концептуальные доминанты, характерные для кандидатов в президенты двух соперничающих партий и отражающие их идеологемы, определялись на основе семантического анализа ключевых лексем каждого из исследуемых подкорпусов, дополненного качественным анализом конкордансов. Подробное описание исследовательских процедур приводится в параграфе 2.2 второй главы.

Выводы к первой главе

Политическая лингвистика как междисциплинарное направление, основанное на интеграции лингвистического дискурсивного анализа и методов социально-политических наук, опирается на методологию критического анализа дискурса, положения функционально-системного подхода к изучению языка, которые в последнее время дополняются методами корпусной лингвистики, позволяющей анализировать не отдельные коммуникативные феномены, а целые коллекции и извлекать смыслы из множества текстов.

Центральное место в антропологической лингвистике занимает языковая личность, которая в условиях общения рассматривается как коммуникативная личность. Дискурсивная личность является типом коммуникативной личности в границах определенной социально-культурной ситуации. Дискурсивная личность обладает спецификой признаков коммуникативного поведения, концептологических и аксиологических характеристик, которые могут быть выявлены при помощи методов лингвистического анализа.

В политическом дискурсе мы имеем дело с дискурсивной личностью политика, который выступает в различных институциональных ролях и владеет репертуаром институциональных жанров. Дискурсивная личность американского политика – кандидата в президенты США наиболее ярко проявляет себя в жанре предвыборных дебатов, характеризующегося высокой степенью интерактивности и агональности.

Модель дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США образована поведенческим, концептологическим и ценностным аспектами. Описание публичной дискурсивной личности американского политика-кандидата в президенты США сводимо к следующим процедурам: определению типов коммуникативных действий дискурсивной личности с целью достижения основной цели политического дискурса – завоевание и удержание власти; описанию эмоционально-стилевого формата общения, характеризующего манеру поведения дискурсивной личности и делающих ее узнаваемой; выявлению аксиологических характеристик исследуемой дискурсивной личности на основании выделения метафорических моделей концептуализации, концептологическому анализу дискурсивной личности как совокупности концептов, к которым она апеллирует и соответствующих им ценностным доминантам, определяющим воздействие на целевого электорального адресата.

Дискурсивная личность американского политика проявляет себя как представитель определенной партии, она является носителем ее программных положений и стратегий, а также ей свойственно использование определенного политического социолекта, который может быть объективно выделен на основе анализа частоты использования языковых средств при помощи корпусных методов. В то же время дискурсивная личность имеет индивидуально-личностные особенности, проявляющиеся в выборе лексических, синтаксических и стилистических языковых средств.

ГЛАВА 2. ДИСКУРСИВНАЯ ЛИЧНОСТЬ АМЕРИКАНСКОГО ПОЛИТИКА – КАНДИДАТА В ПРЕЗИДЕНТЫ США В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ И ИДЕОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ

2.1. Поведенческий аспект дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США

Американский политик – кандидат в президенты США является публичной личностью, которая выступает в определенном репертуаре жанров, используя многообразные стратегии и тактики ведения диалога [Cowley, 2011, с. 3-5; Иссерс, 2008, с. 135-139]. Жанр политических дебатов представляет собой четко структурированный и регламентированный обмен мнениями по определенным общественно значимым темам между двумя оппонентами в рамках определенной речевой (коммуникативной) ситуации.

По мнению исследователей, принятый институциональный регламент вынуждает партнеров по коммуникации взаимодействовать друг с другом с целью успешной реализации своей интенции, несмотря на то, что их мнения и убеждения, стратегические или тактические цели могут противоречить друг другу или полностью расходиться [Кравченко, 2011, с. 98-99; Седов, 2004, с. 199-203].

Прагматический эффект политических дебатов определяется речевыми действиями участников, выбором стратегий, тактик и языковых средств, которые они используют в своих ответных репликах с целью переконструировать коммуникативное пространство оппонента и наблюдателей (аудиторию) и добиться необходимого эффекта, тем самым убедив третью сторону (аудиторию) в правомерности своих суждений и убеждений [Куприянова, 2009, с. 7].

Для человека стратегическое и тактическое планирование речевых действий – это осознанная задача. О. С. Иссерс в монографии «Коммуникативные стратегии и тактики русской речи» пытается наметить

теоретический базис для описаний стратегий и тактик речевого воздействия, достигаемых за счет прагматического подхода к анализу коммуникации, который основывается на изучении функционирования языка в коммуникативном контексте [Иссерс, 2017, с. 176].

Интенциональный анализ речевого поведения участников коммуникации как прагматический подход к анализу дискурса осуществляется при помощи выделения стратегий и тактик речевого общения, которые неоднократно становились предметом лингвистического изучения в рамках политической коммуникации, в том числе и предвыборного дискурса [Иванова, 2003]. Прагматический подход позволяет объединить исследования в разных областях гуманитарных знаний, дает возможность для обогащения концепций, гипотез и методов. Проводя сравнительное изучение российского и американского политического предвыборного дискурса, Е.Б. Халатян выделяет стратегию ориентации, представленную стратегией самопрезентации и информационно-интерпретационной стратегией, стратегии убеждения, к которым относятся аргументативная и агитационная стратегии, конфронтационную стратегию, реализующую повышенную агональность исследуемого дискурса, и интеграционную стратегию, формирующую эмоциональный настрой адресата и способствующую объединению сторонников коммуникантов для достижения цели предвыборного дискурса [Халатян, 2011]. В качестве наиболее распространенных коммуникативных стратегий, используемых участниками предвыборных дебатов в рамках прямой ответной реплики, выделяются стратегии согласия/несогласия [Космодемьянская, 2020], в рамках которых выделяются тактики объяснения причин несогласия и опровержения.

Как отмечает Т.Н. Колокольцева, несогласие также, как и согласие, принадлежит к сфере реагирующей модальности. Однако, несмотря на то что в понятии несогласия заложена сема отрицания, т. е. коммуникант изначально имеет отрицательное (или негативное) отношение к каким-либо высказываниям, точке зрения, мнению или действиям партнера по коммуникации и не

солидаризируется с ними, коммуникативная стратегия несогласия достаточно часто и широко используется в кооперативной сфере общения [Колокольцева 2001, с. 134].

В зависимости от коммуникативных целей, преследуемых в политическом дискурсе, О.Н. Паршина выделяет следующие речевые стратегии: «самопрезентации, дискредитации, нападения, самозащиты, формирования эмоционального настроения адресата, а также информационно-интерпретационную, аргументативную, агитационную и манипулятивную» [Паршина 2005, с. 22]. На наш взгляд, стратегия борьбы за власть и удержания власти, является конститутивной характеристикой политического дискурса и отражает его цель. Манипулятивную стратегию можно рассматривать как макростратегию или составляющую практически каждой речевой стратегии, используемой в политическом дискурсе, так как борьба за власть и приемы манипулирования сознанием стали неразделимыми понятиями в современном мире. Кроме того, представляется, что нападение вряд ли можно отнести к отдельной стратегии, т.к. его можно трактовать как составляющую более общей стратегии дискредитации. Более того, иллокутивная функция нападения остается неясной, поскольку оно может включать обвинение, упрек, оскорбление, критику и т.д.

Стратегия дискредитации, суть которой заключается в понижении статуса политического и идеологического оппонента в борьбе за достижение и удержание власти, становилась предметом анализа в исследовании И.С. Лисюткиной. В рамках реализации стратегии дискредитации автор выделяет набор коммуникативных тактик, к числу которых относятся тактики «навешивание ярлыков», тактики обвинения, тактики негативного прогнозирования, тактики апелляции к национальности и тактики фактуализации [Лисюткина, 2021]. Выделение последних двух тактик в рамках американского предвыборного дискурса представляется маловероятным, поскольку сочетание этнонима/квазиэтнонима и негативно окрашенной лексемы вряд ли допустимо в современной американской политической коммуникации,

основанной на принципах толерантности и равенства; тактики фактуализации, реализуемые сочетанием негативно окрашенных лексем и средств повышения категоричности в отсутствие ссылок на источник информации, скорее можно рассматривать как тактику негативной оценочной категоризации ситуации.

Иная классификация стратегий и тактик предложена О. Л. Михалёвой, которая выделяет стратегию, направленную на понижение; стратегию, направленную на повышение; стратегию театральности [Михалева, 2009, с. 168]. Первая стратегия реализуется при помощи тактик, выражающих имплицитное и эксплицитное негативное отношение к ситуации и к оппоненту, дискредитацию соперника по политической борьбе. Данная стратегия образована следующими тактиками: тактика анализ – «минус», базирующаяся на акцентировании отрицательных характеристиках и неудачных решениях оппонента; тактика обвинения, раскрывающая недостатки, приписывающая отрицательные качества или характеристики политическому оппоненту и предполагающая его вину в совершенных действиях. Данная тактика способствует дискредитации политического противника, понижению доверия к нему. Тактика обличения направлена на выявление очевидной виновности оппонента. Обличение отличается от обвинения указанием на конкретную вину оппонента с приведением фактов, аргументов [Михалёва, 2004]. Многие политики применяют стратегию обвинения, которая не основана на аргументации и/или фактических доказательствах. В целях смягчения коммуникативного эффекта используется тактика безличного обвинения, которая опирается на синтаксические и лексические средства, грамматические конструкции, описывающие ситуацию в негативном свете, однако не называют виновного в сложившейся негативной обстановке. Эта тактика противопоставляет две группы: «свои» и «чужие», в этом случае «своим» приписываются положительные качества, а «чужие» получают отрицательные характеристики, при этом открыто не называется имя обвиняемого. Тактика оскорбления, являющаяся самым эмоциональным способом воздействия в политике,

характеризуется отсутствием аргументов и доказательств в речи политиков. Тактика угрозы, применяемая в адрес политического противника, предсказывает ему неприятности в случае провала на выборах.

Стратегия на повышение характеризуется желанием говорящего представить себя в выгодном свете, повысить свою значимость в глазах электората [Михалева, 2009, с. 176]. В рамках данной стратегии используется тактика анализ – «плюс», предлагающая такое описание сложившейся политической диспозиции, которое имплицитно ее положительное восприятие. Тактика презентации представляет собой конструирование имиджа политического деятеля в положительном свете. Она использует лексические единицы с положительной коннотацией для репрезентации положительных качеств представляемого объекта. Еще одной тактикой на повышение является отвод критики [Михалёва, 2004], заключающийся в приведении аргументов и которые объясняют и оправдывают какие-либо действия и поступки.

Важную роль в политическом дискурсе исследователи отводят стратегии театральности. В жанре предвыборных дебатов стратегия театральности использует ряд тактик: тактика побуждения, тактика размежевания, тактика обещания. Тактика побуждения состоит в том, чтобы убедить аудиторию совершить определенное действие, аргументируя при этом правильность своих убеждений, подчеркивая единство со слушателями через использование «мы»-инклюзивного. А. А. Кобелев выделяет тактику побуждения, использующую специфические средства речевой выразительности, которая проявляется как доминирующая коммуникативная функция и определяет прагматическую и тематическую структуру текста [Кобелев, 2006, с. 15-16]. Тактика размежевания основана на оппозиции «свой–чужие» и демонстрирует потенциальному избирателю, что избираемый политик не совершал компрометирующих его действий. В политическом дискурсе часто используется тактика обещания, которая реализуется при помощи формы будущего времени глагола

совершенного вида, выражающих уверенность в осуществлении обещанного [Кобелев, 2006, с. 186].

Особое внимание исследователи политического дискурса уделяют анализу манипуляции как основного коммуникативного действия политического дискурса. Е.И. Шейгал рассматривает манипулирование как тенденциозное представление действительности, что неизбежно связано с определенным оперированием информацией. Автор выделяет две разновидности манипулирования: фактологическое, включающее операции с истинностным аспектом высказывания, такие как ложь, подтасовка фактов, преувеличение, недоговорки, создание референциальной неопределенности; фокусирующее манипулирование, сдвиг прагматического фокуса, когда меняется характер восприятия денотата [Шейгал, 2000, с. 190-191]. В.И. Карасик определяет манипулятивное действие как двухплановый поступок с демонстрируемой интенцией принести благо кому-либо и скрываемой интенцией получить выгоду [Карасик, 2014]. Суть манипуляции исследователь понимает как получение контроля над действиями объекта, который считает, что принимает самостоятельное решение [там же, с. 219]. Отметим, что в жанре предвыборных дебатов типовой установкой кандидата в президенты на взаимодействие с политическим оппонентом является соперничество, а в отношении целевой аудитории – потенциального избирателя это может быть установка на манипуляцию, что обусловлено ситуативными обстоятельствами.

Отметим, что выделенные стратегии и тактики носят абстрактный, отвлеченный характер и не имеют конкретной жанровой и лингвокультурной отнесенности. Вместе с тем предложенные классификации стратегий и тактик политического дискурса могут быть использованы при моделировании дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США.

При проведении дискурсивного анализа стратегии и тактики как правило выделяются исследователями субъективно на основании приписываемых

коммуникативным поступкам интенций, которые определяются либо с опорой на эксплицитные средства их выражения, либо на ситуативный контекст. Кроме того, даже если возможно определить интенцию по эксплицитным маркерам, достаточно затруднительно определить количественные аспекты выражаемых интенций. Наиболее сложным является квантификация различий в используемых тактиках в сравнительном аспекте, что необходимо для установления специфики коммуникативного поведения различных индивидов или социальных групп, в нашем случае это представители двух политических сил в американском политическом пространстве.

В этой связи для выявления тактик коммуникативного поведения, которые с трудом поддаются квантификации в силу того, что достаточно сложно определить число тактик при помощи простого подсчета, применяются методы корпусной лингвистики. Эти методы особенно ценны, т.к. позволяют не просто, указать частоту использования того или иного маркера, указывающего на обращение к той или иной тактике, но установить статистически значимые различия в частоте использования тактик, а значит сделать обоснованные выводы, касающиеся коммуникативной или прагмалингвистической специфики языкового материала.

Для изучения типичных коммуникативных тактик политического воздействия в жанре предвыборных дебатов нами предложена корпусная методика, в основе которой лежит корпусный метод ключевых слов. В нашем исследовании мы исходим из гипотезы о том, что политический дискурс характеризуется вариативной социально-идеологической составляющей, которая проявляется в специфическом наборе речевых стратегий и тактик и реализующих их языковых структур, что позволяет говорить о существовании особого политического социолекта, обладающего, как и любой социолект, корпоративной функцией.

Применение функции выделения ключевых слов корпусного менеджера *CQPweb* позволило составить список из ключевых лексем, который извлекался

из корпуса с применением статистических мер *Log Ratio* и *LL*. Бинарный логарифм *Log Ratio* является статистической мерой, обозначающей различие в частоте использования слова в исследуемом и референциальном корпусах, где каждое значение меры указывает на удвоение разницы в употреблении слова и не зависит от размера корпуса. Мера *K (LL)* указывает на статистическую значимость ключевого слова и зависит от размера корпуса. Список ключевых слов подкорпуса текстов жанра предвыборных дебатов кандидатов в президенты от Республиканской партии составил 19 единиц, а от Демократической партии – 18 единиц. Далее, из списка мы исключили имена собственные, поскольку их наличие объясняется упоминанием политических оппонентов и однопартийцев, а также особенностями устного взаимодействия, предполагающего обращение к участникам коммуникации. Итоговый список ключевых слов представлен в Таблице 2.

Таблица 2. Ключевые слова корпуса текстов жанра предвыборных дебатов кандидатов в президенты от Республиканской и Демократической партий

	Республиканцы	K	Log Ratio	Демократы	K (LL)	Log Ratio
1	opponent	41.91	3.48	families	34.32	1.49
2	must	32.10	2.98	fact	42.82	1.28
3	she	140.65	1.98	who	46.23	0.76
4	ought	33.61	1.59	has	39.04	0.69
5	'll	77.00	1.33	make	45.98	0.68
6	America	64.24	1.15	are	69.55	0.61
7	you	79.47	0.45	that	211.04	0.54
8	n't	38.10	0.43	've	37.30	0.53

Как следует из Таблицы 2, список ключевых слов текстов предвыборных дебатов кандидатов в президенты от Республиканской партии включает местоимения *she*, *you*, *they* и *I*; модальные глаголы *ought*, *must*, а также глагол *will*, маркирующий тактику обещания; отрицание *n't*; содержательные лексемы *America* и *opponent*. Вместе с тем анализ дистрибуции ключевых слов в корпусе показывает, что ключевые слова неравномерно распределены в корпусе. Так,

лексему *ought*, которая в большей степени апеллирует к правилам этики, моральному долгу, в подавляющем количестве случаев использует Джордж Буш (85 %), только два раза Трамп (1 %), остальные 14 % приходятся на Маккейна, Керри и Ромни.

В подавляющем количестве случаев к данному модальному глаголу обращается Джордж Буш, который употребляет его при обсуждении многих актуальных тем: когда говорит об увеличении возрастного порога при выдаче разрешения на владение оружием:

I think we ought to raise the age at which a juvenile can carry a handgun from 18 to 21. – Я думаю, что мы должны повысить возраст, в котором несовершеннолетний может носить пистолет, с 18 до 21 года; совершенствовании системы налогообложения и справедливых для всех граждан страны налоговых льготах:

What is fair everybody who pays taxes ought to get a relief; о помощи пожилым гражданам страны: I believe we ought to give seniors more options. I believe we ought to make the system work better. I know this. – Что справедливо, что каждый, кто платит налоги, должен получить помощь от государства. Я считаю, что мы должны дать пожилым людям больше возможностей. Я считаю, что мы должны сделать так, чтобы система работала лучше. Я знаю это.

Необходимость реформ определяется в предвыборных выступлениях кандидата в президенты как моральный выбор, который должны сделать избиратели.

В предвыборных речах Трампа данный глагол выполняет иную функцию. Дональд Трамп использует его в дебатах с Хилари Клинтон, упоминая скандал с использованием личной электронной почты для служебной переписки во время ее пребывания в должности в Госдепартаменте. Трамп заявляет, что это деяние, достойное осуждения, и Клинтон стоит устыдиться:

And it's a disgrace. And honestly, you ought to be ashamed of yourself. – Это позор. И, честно говоря, вам должно быть стыдно.

В сочетании с инфинитивом *to be ashamed* высказывание приобретает порицающую тональность, которая в данном случае является не вполне уместной, т.к. она носит дидактический характер, более подходящий при разговоре с детьми.

В списке ключевых слов кандидатов в президенты от Демократической партии присутствует местоимение первого лица множественного числа *we*, а также отрицательная частица *not*, которая часто является маркером дискредитации. Большая часть ключевых слов корпуса текстов дебатов представителей Демократической партии являются относительными местоимениями (*that, who*), являющихся элементами сложных предложений; дискурсивными маркерами (*in fact, the fact of the matter*), существительное *fact* также часто используется как часть конструкции *the fact is that*; грамматическими глаголами *has, 've*, сигнализирующими об использовании грамматического времени *Present Perfect*, глаголов *is, are*, часто являющихся маркерами страдательного залога, грамматического времени *Present Continuous*, а также содержательными лексемами (*families, make*).

Известно, что политик адресует свои высказывания одновременно всему населению страны, своим сторонникам, своим оппонентам, а также международному сообществу [Карасик, 2014, с.152], что определяет присутствием в списке ключевых слов личных местоимений *you, we, they*, которые имеют различную референциальную отнесенность. Так, в публичных дебатах референтом местоимения *you* может выступать политический оппонент: *you announce that you're going to launch an attack into another country, it's pretty obvious that you have the effect that it had in Pakistan.* - Вы объявляете, что собираетесь совершить нападение на другую страну, совершенно очевидно, что вы будете иметь тот же эффект, что и в Пакистане; обобщенный адресат: *you feel that cynicism and mistrust, because the system in Washington is broken.* - Вы чувствуете этот цинизм и недоверие, потому что система в Вашингтоне не работает.

Местоимение *we* может выступать как в инклюзивной, так и эксклюзивной функции: *We're a nation that believes in the Second Amendment; We can have serious differences about our health care policy.* – Мы нация, которая верит во Вторую поправку; У нас могут быть серьезные разногласия по поводу нашей политики в области здравоохранения.

В первом случае оно используется в тактиках солидаризации с адресатом сообщения, которым в нашем случае выступает американский народ, во втором случае местоимение используется в программных предвыборных заявлениях кандидатов в президенты.

Референциальная природа местоимения *they* заключается в том, что оно может относиться к внешним врагам, другим народам и национальностям, например: *Right now, other nations are taking our jobs and they're taking our wealth.* – Прямо сейчас другие страны отбирают наши рабочие места и наше богатство; а также местоимение *they* имеет референциальную отнесенность к политическим оппонентам.

Далее, мы выявляли распределение местоимений в исследуемых корпусах и на основе их референциальной отнесенности проводили качественный анализ конкордансов и интерпретативный анализ интенций кандидатов в президенты от двух основных партий США с целью определения речевых тактик, которые они используют для воздействия на аудиторию. В данной части работы выявим отличительные черты и особенности, присущие выступлениям кандидатам в президенты США представителям Республиканской и Демократической партий.

2.1.1. Коммуникативные действия кандидатов в президенты США от Демократической партии в жанре предвыборных дебатов

Политические деятели стратегически выстраивают свои выступления с целью воздействия на мышление электората, пытаясь вызвать положительную оценочную квалификацию своих действий избирателями и получить их

поддержку. Отмечаем, что коммуникативный эффект публичной деятельности политика определяется выбором стратегий и тактик речевого поведения, реализуемых с помощью лингвистических средств воздействия, определяемых конвенциями жанра. В жанре предвыборных дебатов как устной разновидности политической коммуникации поведенческий аспект дискурсивной личности проявляется в выборе личных местоимений, которые с учетом референциальной отнесенности мы рассматриваем как маркеры выделения коммуникативных тактик. Статистические данные об использовании местоимений извлекались из корпуса на основе введения соответствующего поискового запроса. Далее, с учетом большого количества примеров, которые с трудом поддаются категоризации, применялась функция прореживания таким образом, что программа случайным образом отбирала 10 процентов контекстов. Количественные данные об использовании личных местоимений американскими политиками кандидатами в президенты США от Демократической партии представлены в Таблице 3.

Таблица 3. Частота (относительная) использования местоимений в текстах предвыборных дебатов кандидатов в президенты от Демократической партии

Местоимение	Байден	Гор	Клинтон	Обама	Керри	Всего
we	14 360.08	13 406.56	18 183.37	25 701.71	13 856.18	20 471.91
they	9 214.38	4 584.18	4 140.34	5 295.91	5 695.82	5 482.358
you	13 223.24	9 860.31	10 073.42	10 211.17	16 594.56	10 527.454
I	13 881. 41	29 234.96	25 055.49	16 085.01	26 233.64	20 118. 032

Следует отметить, что в связи с тем, что автоматическое выделение маркеров конкретных коммуникативных тактик едва ли представляется возможным, поскольку конкретные функции высказывания реализуются широким набором языковых способов и средств, равно как они и те же языковые средства реализуют различные коммуникативные функции, дальнейший анализ контекстов осуществлялся вручную.

Как видно из Таблицы 3, демократы используют местоимение *we* в жанре предвыборных дебатов 2 528 раз, что в относительном значении составляет 20 471.91 в расчете на миллион слов. Вместе с тем, как свидетельствуют данные корпуса, дистрибуция местоимения в текстах корпуса показывает, что чаще к использованию данного местоимения обращается Обама и Клинтон, реже Гор и Байден. Идиостилевые черты использования местоимений кандидатами в президенты США от Демократической партии будут рассмотрены нами ниже.

В предвыборных речах представителей Демократической партии местоимение *we* является ключевым и имеет различную референциальную отнесенность. Местоимение *we* может использоваться в инклюзивной функции, обозначая партию и народ, ее избирателей, как единое целое и эксклюзивной функции, обозначая коллективного адресата, кандидата в президенты и его партию. В первом случае реализуется тактика солидаризации и интеграции, во втором случае применяется тактика ориентации. Рассмотрим тактики с использованием местоимения *we* в предвыборных выступлениях кандидатов в президенты от Демократической партии.

Итак, в инклюзивной функции местоимение *we* часто употребляется демократами в тактиках солидаризации с народом, в основе которых лежит обращение к общедемократическим ценностям: *we will respect one another,we will work with one another....we will celebrate our diversity* (мы будем уважать друг друга,мы будем работать друг с другом....мы будем радоваться нашему разнообразию). Так, тактику солидаризации использует Байден, который, говоря о преимуществах и перспективах развития зеленой энергетики, обещает экономический рост и процветание: *We can grow and we can be cleaner, if we go the route I'm proposing. And we have never walked away from trying to require, acquire equity for the whole of America.* – Мы можем развиваться и становиться лучше, если пойдём по пути, который я предлагаю. И мы никогда не отказывались от попыток добиться равенства для каждого гражданина Америки.

К этой же тактике прибегает Альберт Гор: *I believe we have to make the right and responsible choices.* – Я считаю, что мы должны сделать правильный и ответственный выбор.

I think that one of the problems that we have faced in the world is that we are so much more powerful than any other single nation has been in relationship to the rest of the world than at any time in history, that I know about, anyway. – Я думаю, что одна из проблем, с которой мы столкнулись в мире, заключается в том, что мы намного сильнее, чем любая отдельная нация была в отношениях с остальным миром, чем когда-либо в истории, о которой я знаю, во всяком случае.

Анализ дистрибуции местоимения *we* показывает, что Барак Обама использует его гораздо чаще, чем его сторонники по партии: *The only point I want to make is this, that in order to make those tough decisions we have to know what our values are and who we're fighting for and what our priorities are.* – Единственное, что я хочу сказать, это то, что для того, чтобы принимать эти трудные решения, мы должны знать, каковы наши ценности, за кого мы боремся и каковы наши приоритеты.

Как было сказано выше, местоимение *we* используется в тактиках ориентации при обозначении программной позиции или программного заявления. Так, кандидат в президенты от демократов Байден заявляет о том, что он будет продолжать реформу в здравоохранении, начатую Бараком Обамой: *What I proposed is that we expand Obamacare and we increase it.* – Я предложил расширить программу *Obamacare* и увеличить ее финансирование. Хиллари Клинтон использует тактику ориентации, делая программные заявления об экономическом развитии страны: *We've got to do more to get the whole economy moving, and that's what I believe I will be able to do.* – Мы должны сделать больше, чтобы заставить всю экономику двигаться, и это то, что, я верю, я смогу сделать.

Тактику ориентации использует во время своей первой президентской кампании Барак Обама, представляя свой план по реформе системы медицинского страхования в стране:

Now, if we get our tax policies right so that they're good for the middle class, if we reverse the policies of the last eight years that got us into this fix in the first place and that Senator McCain supported, then we are going to be in a position to deal with Social Security and deal with Medicare, because we will have a health care plan that for all Americans and not just some. – Теперь, если мы правильно будем проводить нашу налоговую политику, чтобы она была приемлема для среднего класса, если мы изменим политику последних восьми лет, которая привела нас к необходимости реорганизации старой системы налогов, которую поддержал сенатор Маккейн, тогда мы будем в состоянии иметь дело с социальным обеспечением и иметь дело с Medicare. потому что у нас будет план здравоохранения, который действительно работает для вас, сокращает расходы и расходы в долгосрочной перспективе, и будет социальное обеспечение, которое является стабильным и платежеспособным для всех американцев, а не только для некоторых.

Следует отметить что обращение к тактикам солидаризации, прямые призывы к избирателям, демонстрация осведомленности о нуждах и чаяниях избирателей призваны формировать доверительную тональность предвыборных выступлений кандидатов в президенты от Демократической партии.

Известно, что в силу повышенной агональности предвыборного политического дискурса в жанре предвыборных дебатов ведущей является стратегия дискредитации, предполагающая агрессивную направленность на соперника и стремление сформировать у электората негативное мнение о позиции оппонента. Цель коммуникативной стратегии дискредитации – изобразить политического противника в отрицательном свете, при этом, как было показано выше, реализация стратегии дискредитации осуществляется посредством следующих тактик: тактики прямого обвинения, тактики

опосредованного обвинения, тактики обличения, тактики оскорбления, тактики угрозы.

Кандидаты в президенты США от Демократической партии в жанре предвыборных дебатов используют тактики обвинения, которые реализуются в приписывании оппоненту вины за совершение или не совершение каких-либо действий, выражающихся в нарушении норм и ценностей американского общества.

В дискурсе предвыборных выступлений Дж. Байдена обнаружены многочисленные случаи использования тактик обвинения в рамках стратегии дискредитации. В основе тактик обвинения лежит бездействие политического оппонента действующего президента Трампа в период распространения коронавирусной инфекции, ошибочные действия действующего президента США и отрицательная оценка личных качеств Д. Трампа. Обратимся к оригиналу политического дискурса Джо Байдена: *And so, the point was, he missed enormous opportunities and kept saying things that weren't true.* – *Итак, дело в том, что он упустил огромные возможности и продолжал говорить вещи, которые не были правдой.*

В данном фрагменте речи Дж. Байден обвиняет Д. Трампа в том, что он упустил возможности исправить ситуацию в стране, вызванную распространением коронавирусной инфекции, в результате которой погибли 220 тысяч американцев. Данное обвинение является опосредованным, поскольку Байден не обращается к Трампу прямо при помощи местоимения *you*, а использует местоимение третьего лица единственного числа во фразе *he missed enormous opportunities он упустил огромные возможности*, дискредитирующее действующего президента Трампа в глазах электората. Джо Байден использует глагол *missed (упускать)*, обладающий негативным оценочным значением, оценочное прилагательное *enormous (огромный, чудовищный, ужасный)*, призванное многократно увеличить вину действующего президента США в условиях пандемии.

Байден обвиняет Трампа во лжи, бездействии, отсутствии плана по исправлению ситуации, коррупции. В своих высказываниях Дж. Байден употребляет лексемы, которые обладают негативной оценочной коннотацией и соотносятся с агрессивным речевым поведением по отношению к действующему президенту. Давая негативную оценочную квалификацию действиям своего оппонента Дж. Байден использует отрицательные формы глаголов, которые выражают негативные стороны деятельности оппонента Дж. Байдена.

He sends out wishful thinking. He has Executive Orders that have no power. He hasn't lowered drug costs for anybody. He's been promising a healthcare plan since he got elected. He has none, like almost everything else he talks about. He does not have a plan. He doesn't have a plan. And the fact is this man doesn't know what he's talking about. – Он выдает желаемое за действительное. У него есть указы, которые не имеют силы. Он ни для кого не снизил стоимость лекарств. Он обещал план здравоохранения с тех пор, как его избрали. У него их нет, как и почти всего, о чем он говорит. У него нет плана. У него нет плана. И дело в том, что этот человек не знает, о чем говорит.

Как показывает анализ, Дж. Байден часто эксплицитно выражает нежелание слушать своего оппонента, старается максимально игнорировать Д. Трампа, прибегая к тактике опосредованного обвинения, что выражается в использовании местоимения *he*, например:

The fact is that everything he's saying so far is simply a lie. I'm not here to call out his lies. Everybody knows he's a liar. – Дело в том, что все, что он говорит до сих пор, это просто ложь. Я здесь не для того, чтобы обвинять его в лжи. Все знают, что он лжец.

Манипулятивный характер обвинений выражается в апелляции ко всеобщему знанию. Байден апеллирует к факту, что Трамп говорит ложь, тем самым нарушая моральные ценности.

Рассмотрим следующий пример: *Number one, President Trump talks about things that just aren't accurate about everything from vaccines; we're going to have*

one right away, it's going to happen and so on. – Президент Трамп неверно говорит о том, что касается вакцины. Он говорит, что мы ее очень скоро получим, что это вот-вот произойдет.

В данном случае Дж. Байден критикует Д. Трампа за искажения в представлении действительности, используя отрицательные формы, которые прямо указывают на ложность утверждений действующего президента. Обвиняя Трампа во лжи Дж. Байден использует прилагательное *accurate*, означающего: *correct, exact, and without any mistakes; correct and true in every detail правильно, точно и без ошибок; правильно и верно в каждой детали [MWOD]*. Использование данного прилагательного с отрицательной частицей дает основание расценить высказывание Дж. Байдена как агрессивное и содержащее в себе оценку действий Д. Трампа, которые, как следует из семантики прилагательного *accurate*, он расценивает как нарушающие моральные ценности.

Интересно отметить инклюзивное использование местоимения *we* в речи Хилари Клинтон, когда она заявляет о несоответствии Трампа должности кандидата в президенты, обвиняя его в расизме и сексизме. В данном случае инклюзивное местоимение *we* включает саму Хилари и представителей всего американского общества, разделяющего ценности толерантности, гендерного равноправия, которые стали свидетелями недопустимого поведения кандидата в президенты, нарушающего базовые ценности американского общества. *Because we've seen this throughout the campaign. We have seen him insult women. We've seen him rate women on their appearance, ranking them from one to ten. We've seen him embarrass women on TV and on Twitter. We saw him after the first debate spend nearly a week denigrating a former Miss Universe in the harshest, most personal terms. – Потому что мы видели это на протяжении всей кампании. Мы видели, как он оскорблял женщин. Мы видели, как он оценивал женщин по их внешности, ранжируя их от одного до десяти. Мы видели, как он смущает женщин по телевизору и в Твиттере. Мы видели, как он после первых дебатов провел почти*

неделю, очерняя бывшую Мисс Вселенная в самых суровых выражениях, личных оскорблениях).

So, yes, this is who Donald Trump is. But it's not only women, and it's not only this video that raises questions about his fitness to be our president, because he has also targeted immigrants, African-Americans, Latinos, people with disabilities, POWs, Muslims, and so many others. – Так что, да, это то, кем является Дональд Трамп. Но не только женщины, и не только это видео поднимает вопросы о его пригодности быть нашим президентом, потому что он также против иммигрантов, афроамериканцев, латиноамериканцев, людей с ограниченными возможностями, военнопленных, мусульман и многих других.

Анализ контекстов с местоимением *you* показывает, что демократы часто используют его в тактиках прямого призыва, обращаясь к народу Америки:

That's not true. It doesn't want to talk about what you need. You, the American people. It's about you. That's what we're talking about here. – Это неправда. Он не хочет говорить о том, что вам нужно. Вы, американский народ. Это о вас. Это то, о чем мы здесь говорим.

Местоимение *you* кандидаты в президенты от Демократической партии используют при адресации к большинству населения страны. Так, Байден, употребляет местоимение *you*, чтобы противопоставить действующего президента и самых богатых людей страны, с одной стороны, и представителей Демократической партии и простых американцев, с другой, подчеркивая, что Трамп действует прежде всего на благо большого бизнеса, к которому он и сам принадлежит:

You have to provide them classic- the difference is millionaires and billionaires like him in the middle of the COVID crisis have done very well. Billionaires have made another \$300 billion because of his profligate tax proposal, and he only focused on the market. But you folks at home, you folks living in Scranton and Claymont and all the small towns and working class towns in America, how well are you doing? This guy paid a total of \$750 in taxes. – Вы должны предоставить им классику - разница в

том, что миллионеры и миллиардеры, подобные ему, в разгар кризиса COVID преуспели. Миллиардеры заработали еще 300 миллиардов долларов из-за его расточительного налогового предложения, и он сосредоточился только на рынке. Но вы, люди дома, вы, люди, живущие в Скрантоне и Клеймонте и во всех небольших городах и городах рабочего класса в Америке, насколько хорошо вы справляетесь? Этот парень заплатил в общей сложности 750 долларов в виде налогов.

Местоимение *they* с референцией к политическому оппоненту используется демократами в тактиках негативного прогнозирования действий политических оппонентов на основе модальности сомнения:

... Will they create jobs in America? Will they raise incomes in America?are they good for our national security? – Создадут ли они рабочие места в Америке? Будут ли они повышать доходы в Америке? Хороши ли они для нашей национальной безопасности?

Кандидаты в президенты от Демократической партии преимущественно используют местоимение *they* для обозначения своих избирателей, народа Америки:

The American people have a right to have a say in who the Supreme Court nominee is and that say occurs when they vote for United States Senators and when they vote for the President of United States. They're not going to get that chance now because we're in the middle of an election already. – Американский народ имеет право голоса по поводу того, кто является кандидатом в Верховный суд, и это происходит, когда они голосуют за сенаторов Соединенных Штатов и когда они голосуют за президента Соединенных Штатов. Они не получают такого шанса сейчас, потому что мы уже находимся в середине выборов.

В тактиках обвинения используется местоимение *they*, которое имеет референциальную отнесенность к политическим оппонентам. Так, характеризуя предвыборную кампанию республиканцев, Байден в своих предвыборных дебатах обвиняет их в пренебрежительном отношении к религиозным

конфессиям, в частности католикам, бедным людям, цветному населению, т.е. обвиняет действующего президента в нарушении норм толерантного поведения и, соответственно, моральных ценностей:

They look down their nose on people like Irish Catholics, like me, and grew up in Scranton. They look down on people who don't have money. They look down on people who are of a different faith. They look down on people who are a different color.

Они смотрят свысока на таких людей, как ирландские католики, как я, которые выросли в Скрантоне. Они смотрят свысока на людей, у которых нет денег. Они смотрят свысока на людей другой веры. Они смотрят свысока на людей другого цвета.

Следует отметить, что кандидаты в президенты от Демократической партии сравнительно редко используют тактики обещания, маркерами которых служат личные местоимения первого лица единственного и множественного числа в сочетании с грамматическими формами, выражающими будущее время: *will, going to*. Обещания, даваемые кандидатами в президенты от Демократической партии, часто носят конкретный характер и сопровождаются рациональной аргументацией. Так, Альберт Гор дает обещание балансировать бюджет каждый год, чтобы сократить бюджетный дефицит: *Now under my plan we'll balance the budget every year. – По моему плану мы будем регулировать бюджет каждый год.*

Байден обещает, что в случае своего избрания президентом, он создаст новые рабочие места: *And what – right now, by the way, Wall Street firm has indicated that my plan – my plan will, in fact, create 18.6 million jobs, 7 million more than his. This from Wall Street and I'll create \$1 trillion more in economic growth than his proposal does, not on climate change just on the economy. – Прямо сейчас, кстати, фирма Уолл-стрит указала, что мой план – мой план, по сути, создаст 18,6 млн рабочих мест, на 7 млн больше его. Это от Уолл-стрит и я создадим на 1 триллион долларов больше экономического роста, чем его предложение, а не только на изменение климата, только на экономику.*

Байден также подкрепляет свое обещание ссылкой к авторитетному источнику, компании с Уолл-стрит, что повышает уровень доверия аудитории к его словам.

Тактики самопрезентации демократов включают констатирующие высказывания с эксплицитной позитивной оценкой собственных моральных качеств. Так, в дебатах с действующим президентом Дональдом Трампом кандидат от Демократической партии Байден претендует на обладание правдой:

He doesn't want to let me answer, because he knows I have the truth. His position has been totally thoroughly discredited. – Он не хочет, чтобы я отвечал, потому что он знает, что за мной правда. Он абсолютно дискредитировал себя.

Барак Обама позиционирует себя как политика, заботящегося о безопасности нации и которого понимает народ Америки: *But what the American people understand is that I look at what we need to get done to keep the American people safe and to move our interests forward, and I make those decisions. – Но американский народ понимает, что я смотрю на то, что нам нужно сделать, чтобы обеспечить безопасность американского народа и продвигать наши интересы, и я решаю эти вопросы.*

Альберт Гор позиционирует себя как приверженца экологических ценностей: *I'm really strongly committed to clean water and clean air, and cleaning up the new kinds of challenges like global warming. He is right that I'm not in favor of energy development of these new kinds of technologies. – Я действительно твердо поддерживаю вопросы о чистой воде и чистом воздухе, а также решаю новые проблемы, таких как глобальное потепление. Он прав, что я не поддерживаю налоги на энергию. Я за снижение налогов, чтобы поощрять и стимулировать более быстрое развитие этих новых видов технологий.*

В ходе анализа коммуникативных действий, составляющих поведенческий аспект дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США от Демократической партии были выявлены следующие тактики, которые представлены в Таблице 4.

Таблица 4. Частота использования коммуникативных тактик американскими политиками-кандидатами в президенты США от Демократической партии в жанре предвыборных дебатов

Местоимение	Референциальное значение	тактики	Кол-во (%)
<i>I</i>	автореференция	Тактика обещания	3,96
<i>we</i>	инклюзивное обращение: мы с вами	Тактика солидаризации	24,35
	эксклюзивное обращение: мы как партия, вы как народ	Тактика ориентации	42,5
<i>you</i>	референция к обобщенному адресату, американскому народу	Тактика прямого призыва	7,82
	референция к политическому оппоненту	Тактика прямого обвинения	6,83
<i>they</i>	референция к «чужим» (другим народам и нациям)	Тактика негативного прогнозирования	2,83
	референция к политическим оппонентам	Тактика опосредованного обвинения	0,38
	референция к избирателям	Тактика ориентации	4,18

Сравнительный анализ тактик показывает, что ведущими тактиками демократов являются тактика солидаризации и тактика ориентации. В гораздо меньшей степени используются тактики обвинения, в том числе опосредованного обвинения.

На основании анализа данных, представленных в Таблице 4, отметим, что наибольшее число личных местоимений *we* использует Барак Обама. Характеризуя идиостиль Барака Обамы с позиции концепции Ю.Н. Караулова, отметим, что он наиболее последовательно реализует цель единения с аудиторией, что находит отражение в активном использовании личных

местоимений. Как показывает анализ текстов предвыборных дебатов, почти в каждом предложении политик использует личные местоимения для того, чтобы подчеркнуть свою связь с народом, что в концепции Ю.Н. Караулова и Г.И. Богина отражает тенденции использования языковой личностью определенных средств языка, позволяющих достигнуть заранее поставленную коммуникативную цель. С одной стороны, такая дискурсивная черта поведения кандидата в президенты способствует реализации манипулятивной стратегии, которая позволяет ему убедить аудиторию в том, что политик находится на стороне простого населения, что вызывает доверие к его словам. С другой, характеризует языковую личность политика как коммуниканта, нацеленного на единение со своей аудиторией.

Как показывает Таблица 4, коммуникативные действия демократов преимущественно сводятся к тактикам солидаризации и тактикам ориентации. Как показывает таблица, кандидаты в президенты от Демократической партии в гораздо меньшей степени используют тактики обещания, прямого обвинения и негативного прогнозирования.

2.1.2. Коммуникативные действия кандидатов в президенты США от Республиканской партии в жанре предвыборных дебатов

В параграфе 2.1 работы мы приводим Таблицу 2, отражающую лексемы уникальные для исследуемых корпусов текстов предвыборных дебатов американских политиков кандидатов в президенты от Республиканской и Демократической партий. Как следует из Таблицы 2, список ключевых слов текстов предвыборных дебатов кандидатов в президенты от Республиканской партии включает личные местоимения *she*, *you*, *they* и *I*, которые используются для идентификации коммуникативных действий политиков. Присутствие в списке местоимения *she* обусловлено участием в дебатах кандидата в президенты Хилари Клинтон и используется только Дональдом Трампом.

Исходя из того, что ключевые слова корпуса текстов предвыборных дебатов представителей Демократической партии несут содержательную информацию и не маркируют тактики речевого поведения, мы исключили их из нашего дальнейшего анализа.

Рассмотрим контексты использования данных местоимений и проведем анализ интенций кандидатов в президенты и определим речевые тактики, которые они используют для воздействия на аудиторию.

Как показывает анализ корпуса, местоимения распределяются в речи кандидатов в президенты от Республиканской партии следующим образом.

Таблица 5. Частота использования личных местоимений в текстах предвыборных дебатов американских политиков-кандидатов в президенты от Республиканской партии с указанием нормализованной частоты

Местоимение	Буш	Ромни	Маккейн	Трамп	Всего
you	11 685.47	10 704.95	9 891.07	20 959.40	14 369.798
they	4 844.16	6 408.65	4 396.03	11 838.99	7 313.760
I	25 644.29	21 553.11	22 658.95	23 491.07	23 689.618
we	16 933.61	16 361.75	19 717.49	15 807.24	16 905.335

Анализ контекстов показывает, что в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты США от Республиканской партии местоимение *you* с референцией к политическим оппонентам используется в речевых тактиках прямого обвинения, которые носят в этом случае персонализированный характер: *Joe, you've had 308,000 military people dying because you couldn't provide them proper healthcare in the military. So don't tell me about this.* – Джо, у вас было 308 000 военных, погибших, потому что вы не могли обеспечить им надлежащую медицинскую помощь в армии. Так что не говорите мне об этом.

В следующем примере действующий республиканский президент Трамп, обвиняя Байдена в бездействии, использует местоимение *you* в прогностических тактиках, что позволяет ему позиционировать себя как дальновидного политика,

сумевшего предотвратить гораздо большую трагедию. Таким образом, Трамп прибегает к самопрезентации с элементами манипуляции, оперируя необоснованными цифрами:

And if you were here, it wouldn't be 200, it would be two million people because you were very late on the draw. You didn't want me to ban China, which was heavily infected. You didn't want me to ban Europe. – И если бы вы были здесь, это было бы не 200, это было бы два миллиона человек, потому что вы очень опоздали на жеребьевку. Вы не хотели, чтобы я запретил отношения с Китаем, который имел высокий уровень заражения. Вы не хотели, чтобы я запретил отношения с Европой.

Действующий президент Трамп использует также местоимение *you* в речевых тактиках упрека: *I'm cutting drug prices. I'm going with Favored Nations, which no President has the courage to do because you're going against big pharma. Drug prices will be coming down 80 or 90%. **You could have done it during your 47-year period in government, but you didn't do it. Nobody's done it.** – Я снижаю цены на лекарства. Я собираюсь сотрудничать с Favored Nations (с кампанией Избранные нации), на что ни у одного президента не хватит смелости, потому что вы идете против большой фирмы. Цены на лекарства снизятся на 80 или 90%. Вы могли бы сделать это в течение своего 47-летнего периода в правительстве, но вы этого не сделали. Никто этого не сделал.*

Как показывает вышеприведенный фрагмент, Трамп позиционирует себя как смелого и решительного политика, который не боится противостоять фармацевтическим корпорациям и борется за снижение цен на лекарства. Действующий президент считает, что за то продолжительное время, которое Байден работает в правительстве, тот также мог защищать интересы простых американцев. Таким образом, мы видим, что обвинения Трампа строятся на ценностных пресуппозициях, выражающих готовность к действию, решимость, смелость, практичность, а у политических оппонентов он осуждает нерешительность и бездействие.

Тактики обвинения политических оппонентов типичны для всех кандидатов в президенты от Республиканской партии. Так, в отсутствие действий обвиняет демократов Джордж Буш: *Vice President, you've been there for eight years and nothing has been done.* – *Вице-президент, вы были там в течение восьми лет, и ничего не было сделано;* он же, обвиняя демократов в том, что они перекладывают непомерные долги на будущие поколения американцев, призывает к немедленным действиям: *You leave future generations with tremendous IOUs. It's time to have a leader who doesn't put off till tomorrow what we should do today.* – *Вы оставляете будущие поколения с огромными долговыми расписками. Пришло время иметь лидера, который не откладывает на завтра то, что мы должны делать сегодня.*

Различия в использовании местоимения *you* состоят в том, что республиканцы используют его преимущественно при прямом обращении к своему оппоненту, а кандидаты в президенты от Демократической партии при адресации к большинству населения страны.

В жанре предвыборных дебатов республиканцев местоимение *they* используется тактики предостережения, которые указывают на угрозы, исходящие извне: *Our country is in big trouble. We don't know what we're doing when it comes to devaluations and all these countries all of the world, especially China. They are the best, the best ever at it. What they are doing to us is a very, very sad thing.* – *Наша страна в большой беде. Мы не знаем, что мы делаем, когда речь заходит о девальвации и о всех этих странах мира, особенно о Китае. Они лучшие, лучшие когда-либо в этом. То, что они делают с нами очень, очень печально.*

В результате проведенных исследований было выяснено, что Дональд Трамп часто в своем выступлении оперирует числовыми данными, которые выполняют манипулятивную функцию, в частности, они призваны убедить аудиторию в неоспоримом преимуществе политики президента страны:

That ended when we in fact passed the affordable care act. There are 100 million people who have pre-existing conditions and they will be taken away as

well, those pre-existing conditions, insurance companies are going to love this. – Это закончилось, когда мы фактически приняли закон о доступном медицинском обслуживании. Есть 100 миллионов людей, которые имеют уже существующее медицинское обслуживание, и они будут отняты у них, а также, у тех, которые собираются получить медицинское обслуживание, страховым компаниям нравится эта ситуация.

Джордж Буш в дебатах с Альбертом Гором использует тактику предложения в форме вопросительной структуры, которая призвана подчеркнуть заботу о простых гражданах страны:

People need to know that over the next ten years it is going to be \$25 trillion of revenue that comes into our treasury and we anticipate spending \$21 trillion. And my plan say why don't we pass 1.3 trillion of that back to the people who pay the bills? – Люди должны знать, что в течение следующих десяти лет в нашу казну поступит 25 триллионов долларов дохода, и мы ожидаем, что потратим 21 триллион долларов. И мой план говорит, почему бы нам не передать 1,3 триллиона из них обратно людям, которые платят по счетам?

К числу доминирующих в жанре предвыборных дебатов республиканцев относятся тактики обещания, маркерами которых выступают вспомогательный глагол *will*, а также выражения *am (are) going*, перформативные глаголы *pledge*, *guarantee*, *promise* и др.

Тактики самопрезентации республиканцев нацелены на создание имиджа оппозиционного действующей власти. Так, кандидат в президенты Буш позиционирует себя как представителя американской глубинки, а не официального Вашингтона: *Look, I fully recognize I'm not of Washington. I'm from Texas. – Послушайте, я полностью осознаю, что я не из Вашингтона. Я из Техаса.*

Республиканец Маккейн позиционирует себя как политика, стоящего на страже безопасности Америки: *I think it – that we have a safer nation, but we are a long way from safe . And I want to tell you that one of the things I'm most proud of,*

among others, because I have worked across the aisle.– Я думаю, что у нас более безопасная нация в безопасности, но мы далеки от полной безопасности. И я хочу сказать вам, что одной из вещей, которыми я больше всего горжусь, среди прочего, является то, что я работал для преодоления партийных разногласий.

Подведем некоторые итоги использования местоимений и соотносимых с ними тактик в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты от Республиканской партии.

Таблица 6. Частота использования местоимений в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты от Республиканской партии с указанием референциальной отнесенности

Местоимение	Референциальное значение	тактики	Кол-во (%)
I	автореференция	Тактика обещания	9,56
they	референция к «чужим» (другим народам и нациям)	Тактика негативного прогнозирования	8,70
	референция к политическим оппонентам	Тактика опосредованного обвинения	7,94
	референция к избирателям	Тактика ориентации	0,09
we	инклюзивное обращение: мы с вами	Тактика солидаризации	12,38
	эксклюзивное обращение: мы как партия, вы как народ	Тактика ориентации	29,70
you	референция к политическому оппоненту	Тактика прямого обвинения	16,94
	референция к обобщенному адресату, американскому народу	Тактика прямого призыва	5,70

Таким образом, в результате проведенных корпусных исследований и методов интерпретативного анализа мы установили специфику коммуникативных поступков кандидатов в президенты от Республиканской и Демократической партий, которая определяется на основе употребления личных местоимений и выражается в доминировании различных тактик.

В отличие от кандидатов в президенты от Демократической партии в жанре предвыборных дебатов республиканцев доминируют тактики обещания, тактики негативного прогнозирования, связанные с внешними угрозами, тактики прямого и опосредованного обвинения своих политических оппонентов, что в целом характеризует тональность общения республиканцев как агрессивную.

2.2. Концептологический аспект дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США

Одной из основных задач лингвокультурологии является выделение и анализ концептов, которые рассматриваются «как кванты переживаемого знания о том, что понимается как ценность» [Карасик, 2019, с. 23]. Объективируясь в дискурсе, ценности конструируются как «квант знания» и по мере развертывания дискурса прирастают новыми смыслами. Аксиологические характеристики политического дискурса неоднократно становились предметом изучения в отечественной и зарубежной лингвистике [Гайкова, 2003; Дотдаева, 2013; Шейгал, 2000; Sowinska, 2013; Кононова, Мельничук, 2021], и для их обозначения используется понятие аксиологемы. Как указывает А.А. Кретов, под аксиологемой понимаются «концепты (смыслы), которые воспринимаются носителями языка (точнее — лингвокультуры) как абсолютные ценности и игнорирование которых обществом, обслуживаемым данным языком, осуждается [Кретов и др., 2016]. Как отмечает Е.Г. Малышева, «Языковая объективация концепта в тексте и – шире – в дискурсе происходит прежде всего на лексико-семантическом уровне, и данное обстоятельство позволяет нам утверждать, что элементы поля концепта (ядро, приядерная область и периферия) реализуются в разных группах лексем и словосочетаний (семантических группах), заданных семантикой концепта» [Малышева, 2008, с. 78].

Таким образом, можно утверждать, что концепт в дискурсе представлен семантическими группами, образованными, лексическими единицами и словосочетаниями, в том числе и теми, которые репрезентируют его опосредованно, метафорически и метонимически, образуя функциональный дискурсивный тезаурус концепта, который определяет специфику его интерпретационного поля, а значит, его прагматические, ценностные составляющие.

В данном разделе работы ставится задача выявления концептуальных доминант (концептов), характерных для дискурса представителей двух конкурирующих партий, которые фиксируют ценностные установки участников политического дискурса, предназначенные для прагматического воздействия на адресата.

Ранее проведенные исследования показали, что аксиологическая составляющая западного политического дискурса представлена такими ценностями, как свобода, демократия, равноправие, поскольку именно они формируют отношение индивида и общества к социально-политическим проблемам [Dijk, van 1998]. В научной литературе концепты политического дискурса не раз становились предметом изучения. Ученые рассматривали дискурсообразующие концепты, присущие политическому дискурсу в целом такие, как «Власть» и «Политик» [Шейгал, 2000], которые являются базовыми в силу их высокого манипуляторного и контролирующего потенциала. По мнению О.И. Уланович, «концептосфера политического дискурса представляется комплексом следующих взаимосвязанных и взаимообуславливающих друг друга концептов: народ, власть, политика (демократия), патриотизм (Россия / Америка), процветание, кризис, президент, солидарность, враг (терроризм)» [Уланович, 2013, с. 105-106]. Вместе с тем в немногочисленных исследованиях выделяются концепты, которые являются жанрообразующими. Так, основой жанра инаугурационного обращения является концептуальная триада «президент – власть – народ» является [Моргун, 2010].

Таким образом, в большинстве проанализированных работах концепты политического дискурса рассматриваются вне жанровой специфики, что представляется не вполне правомерным. Мы опираемся на положение о том, что специфика концептологических характеристик политического текста определяется его жанровой принадлежностью, а также культурными различиями между представителями различных политических партий, которые выражаются в использовании политического социолекта, в основе которого лежит его идеологическая ориентация [Шейгал, 2000]. К дифференциальным признакам различных политических социолектов относится специфический набор слов, отражающий смысловые и ценностные доминанты данной политической группы. Как отмечает Д.Е. Гунькова, ценности могут получать различную субъектную интерпретацию, которая определяется идеологической самоидентификацией индивида или группы [Гунькова, 2021].

Цель данного раздела работы заключается в установлении доминирующих аксиологем политического социолекта республиканцев и демократов в жанре предвыборных дебатов американского политического дискурса, на основе выделения и сравнительного анализа концептуальных доминант (концептов), отражающих специфические ценностные установки представителей двух конкурирующих партий, которые предназначены для прагматического воздействия на адресата.

Проводя исследование концептуальных ценностных доминант в жанре предвыборных дебатов американского политического дискурса, мы обращаемся к корпусным методам, которые позволяют объективно выявить языковые структуры, передающие ценностные смыслы. В рамках сравнительного анализа аксиологической составляющей дискурсивной личности кандидатов в президенты США от Республиканской и Демократической партий в центре нашего внимания находятся лексические единицы, уникальные с точки зрения частотности их употребления для кандидатов каждой из политических партий. Данные лексемы, объективирующие ценностные доминанты представителей той

или иной партии, устанавливаются при помощи корпусного метода ключевых слов, позволяющего выявить уникальные для рассматриваемого корпуса лексемы. Анализ содержательной специфики предвыборного дискурса проводился с применением семантической разметки корпуса, выполненной при помощи компьютерной программы автоматического семантического тегирования, являющейся встроенной функцией платформы *CQPWeb*, [<https://cqpweb.ac.uk/usas/>]. Корпус, снабженный семантической разметкой, автоматически обрабатывался при помощи функциональных возможностей *CQPWeb* с целью семантической категоризации лексических единиц и выделения специфических для дискурса кандидатов двух партий семантических классов слов. Семантические категории, используемые для разметки корпуса, образуют иерархическую структуру, в которой выделяются более конкретизированные классы и подклассы (Таблица 7).

Таблица 7. Семантические категории, представленные в системе семантического анализа USAS.

А Общие понятия	В Тело человека	С Искусства и ремесла	Е Эмоциональные действия, состояния и процессы
Ф Пища и сельское хозяйство	Г Сфера деятельности государства	Н Архитектура, здания, сооружения и дом	І Деньги, торговля и промышленность
К Развлечения, спорт и игры	Л Жизнь и все живое	М Движение, передвижение и местоположение	Ν Числа и системы мер и измерений
О Вещества и материалы, Предметы и оборудование	Р Образование	Q Язык и коммуникация	S Общественные действия, состояния и процессы
Т Время	W Мир и окружающая среда	Х Психологические действия, состояния и процессы	Υ Наука и техника
Z Имена собственные и служебные слова			

В рамках сравнительного анализа дискурсивных аксиологем, характеризующих политический социолект республиканцев и демократов, в центре нашего внимания находятся уникальные с точки зрения частотности их употребления семантические классы слов, используемые представителями каждой из политических партий. Уникальные семантические классы слов для каждого из анализируемых подкорпусов устанавливались на основе метода ключевых слов (о методе ключевых слов см. [Кочетова, Кононова, 2019]).

Ключевые семантические категории в корпусе текстов предвыборных выступлений кандидатов в президенты США от Республиканской партии выделялись на основе сопоставления с корпусом предвыборных выступлений кандидатов в президенты от Демократической партии. В целях выделения доминирующих семантических групп использовалась функция построения ключевых слов, и для построения списка выбирался семантический тег. В силу того, что ценностные смыслы не лежат на поверхности текста, а выводятся из семантики языковых структур, их синтагматических отношений в процессе развертывания дискурса, ассоциативных рядов и выводимых смыслов, возникающих в процессе его интерпретации, количественный анализ сопровождался качественным интерпретативным анализом контекстов, позволяющим установить ценностные ориентиры, выступающие инструментами убеждения электората в ситуации политического воздействия.

В следующих разделах мы проведем подробный анализ выявленных семантических доминант, контекстов их употребления и проанализируем инференции и импликации рассматриваемых суждений, а также выявим ценностные установки участников предвыборного политического дискурса.

2.2.1. Концептуальные доминанты в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты США от Республиканской партии

В целях выявления концептуальных доминант в предвыборных выступлениях кандидатов в президенты целесообразным представляется выделение методом ключевых слов доминирующих семантических категорий, которые не сводимы к использованию отдельных лексем, а представляют группы лексики, репрезентирующие основные содержательные признаки дискурса. Семантический корпусный анализ текстов жанра предвыборных дебатов кандидатов в президенты США представителей Республиканской партии, проведенный с использованием компьютерного инструментария платформы CQPWeb, позволил выявить список ключевых семантических категорий, отражающих концептуальные доминанты, выражающие программные ориентиры политиков. На следующем этапе анализа мы извлекали ключевые семантические группы лексики для подкорпуса текстов предвыборных дебатов каждого из политиков, которые образуют отличительные концептуальные доминанты предвыборной кампании их партий, а также выявляли специфические средства концептуализации обсуждаемых тем.

Анализ лексических единиц и контекстов их употребления показывает, что к числу доминирующих у республиканцев относится концепт «MONEY/ДЕНЬГИ», репрезентированный как прямыми номинациями (*money* - 1539.372; *tax* - 2925,5044; *pay* - 1135.274, *dollar* - 1922.474), так и опосредованными репрезентантами, к которым относятся лексические единицы семантической группы лексики «Здания и сооружения». Так, кандидат в президенты Джордж Буш использует лексему *fence* как составляющую идиомы *stand on the side of the fence*, имеющую значение *in a position of neutrality or indecision* [Merriam-Webster Online Dictionary], занимать позицию нейтралитета или нерешительности:

The Strunk family in Allentown, Pennsylvania, I campaigned with them the other day. They make \$51,000 combined income, they pay about \$3,500 in taxes. Under my plan, they get \$1,800 of tax relief. Under Vice President's Gore plan they get \$145 of tax relief. Now tell me who stands on the side of the fence. – Я проводил анализ бюджета на примере расходов семьи Струнк в Аллентауне, штат Пенсильвания, на днях. Их совокупный доход составляет 51 000 долларов, они платят около 3 500 долларов в виде налогов. Согласно моему плану, они получают налоговые льготы в размере 1 800 долларов. В соответствии с планом вице-президента Гора они получают 145 долларов налоговых льгот. Теперь скажите мне, кто не способен к решительным действиям.

Предлагая план по снижению налогов для семей с низкими доходами и используя тактику сравнения Буш приводит конкретные цифры, наглядно демонстрирующие избирателям перспективы улучшения их материального положения в случае своего избрания. Использование идиомы позволяет адресату самому решить, какой из кандидатов обладает решимостью повысить материальное благосостояние граждан, а кто придерживается консервативной политики, избегая радикальных мер.

Дональд Трамп в дебатах с Хилари Клинтон, использует лексему *room* для того, чтобы позволить избирателям наглядно представить сумму денег налогоплательщиков, потраченную США на сделку с Ираном, которую Трамп оценивает как крайне негативную: *Well, what Russia did with Assad and, by the way, with Iran, who you made very powerful with the dumbest deal perhaps I've ever seen in the history of deal-making, the Iran deal, with \$150 billion, with the 1.7 billion in cash, which is enough to fill up this room. – Ну, то, что Россия сделала с Асадом и, кстати, с Ираном, который стал самым глупым проектом США, возможно, который я когда-либо видел в истории заключения сделок, сделкой с Ираном, с 150 миллиардами долларов, с 1,7 миллиардами наличными, этих денег было достаточно, чтобы заполнить эту комнату.*

К ключевым у республиканцев относится концепт «LAW/ЗАКОН», репрезентантами, среди репрезентантов которого используются лексические единицы семантического класса «Печатные документы и письмо». Республиканцы в жанре предвыборных дебатов чаще апеллируют к различным документам, соглашениям и законам. Так, Трамп в дебатах с Хилари Клинтон обвиняет ее мужа, президента США Била Клинтона, в подписании в 1994 году Соглашения о североамериканской зоне свободной торговле, которое, по его мнению, привело к сокращению промышленного производства во многих штатах: *Your husband signed NAFTA, which was one of the worst things that ever happened to the manufacturing industry. – Ваш супруг подписал договор НАФТА, который стал худшим из того, что когда-либо случалось с обрабатывающей промышленностью.*

You go to New England, you go to Ohio, Pennsylvania, you go anywhere you want, Secretary Clinton, and you will see devastation where manufacture is down thirty, forty, sometimes fifty per cent. – Отправляясь в Новую Англию, отправляясь в Огайо, Пенсильванию, отправляясь куда угодно, госсекретарь Клинтон, Вы увидите разруху там, где производство упало на тридцать, сорок, а иногда и на пятьдесят процентов.

NAFTA is the worst trade deal maybe ever signed anywhere, but certainly ever signed in this country. And now you want to approve Trans-Pacific Partnership. – НАФТА — это худшая торговая сделка, которая когда-либо была заключена где-либо, но, безусловно, когда-либо была заключена в этой стране. А теперь вы хотите одобрить ТрансТихоокеанское партнерство.

В дебатах с Бараком Обамой кандидат в президенты от Республиканской партии Маккейн использует лексему *pen*: для наложения вето на законопроект необходима ручка, которая имеется у президента. Ручка в данном случае выступает инструментом письма и символом президентской власти:

As president of the United States, I want to assure you, I've got a pen. This one's kind of old. I've got a pen, and I'm going to veto every single spending bill that comes

across my desk. – Как президент Соединенных Штатов, я хочу заверить вас, что у меня есть ручка. Этот какой-то старый прибор для письма. У меня есть ручка, и я наложу вето на каждый законопроект о расходах, который попадет мне на стол.

Кандидат в президенты Джордж Буш в дебатах с Альбертом Гором использует сочетание *fine print* в целях критики демократов в несправедливом налогообложении. Как правило, мелким шрифтом указываются условия, которые существенно меняют содержание закона, договора и т.д.

*Secondly, I think your plan - a lot of fine print in your plan, Mr. Vice President with all due respect. It is – I'm not sure 80 per cent of the people get the death tax. I know this, 100 per cent will get it if I'm the president. I just don't think it's fair to tax people's assets twice regardless of your status. It's a fairness issue. It's an issue of principle, not politics. I know this, 100per cent will get it if I'm the president. I just don't think it's fair to tax people's assets twice regardless of your status. It's a fairness issue. It's an issue of principle, not politics. – Во-вторых, я думаю, что в вашем плане много мелкого шрифта, господин вице-президент, при всем уважении к вам. Да, я не уверен, что 80 процентов людей получают налог на смерть. Я знаю это, 100 процентов получают его, если я стану президентом. Я просто не думаю, что справедливо облагать налогом имущество людей дважды, независимо от вашего статуса. Это вопрос справедливости. Это вопрос принципа, а не политики. Я знаю это, 100 процентов получают это, если я стану президентом. Я просто не считаю справедливым дважды облагать налогом имущество людей, независимо от вашего статуса. Это вопрос справедливости. Это вопрос принципа, а не политики. Для реализации данного концепта также используются лексические единицы семантической группы «Здания и сооружения», используемые в метафорической функции. Говоря о необходимости принятия закона, касающегося обложения налогом имущества, полученного по наследству, Ромни использует лексему *aisle*, имеющую значение *such a passage regarded as separating opposing parties in a legislature* [MWOD]:*

And we have to have a president who can reach across the aisle and fashion important legislation with the input from both parties. – И у нас должен быть президент, который может преодолеть разногласия и разработать важные законы с участием обеих сторон.

Ромни призывает политиков к объединению усилий в целях нахождения компромисса по данному вопросу, вызывающего множество разногласий и споров.

В предвыборных дебатах республиканцев доминирует концепт «POWER/ВЛАСТЬ», представленный лексикой, относящейся к семантической категории «Сфера деятельности государства» и семантической группе лексических единиц со значением «Государственное устройство и правительство»: *government, opponent, state, federal, nation, legislature, country* и др. Изучение контекстов слов, составляющих данную семантическую категорию, показывает, что политический социолект республиканцев отличает критическое отношение к текущей политической ситуации и действиям правительства. Анализ употребления существительного «government» демонстрирует, что оно используется республиканцами преимущественно в отрицательных контекстах: *Our government should not have allowed that to happen. – Наше правительство не должно было этого допустить.*

В следующем высказывании акцентируется необходимость сокращения численности правительства и повышения эффективности его работы, а также сокращение расходов:

By having a limited government and a focused government we can send more of the money back to the people who pay the bills. The first thing we have to do is to get spending into control in Washington. It's completely out of control. We have now presided over the largest increase in the size of government. – Имея меньшее по численности и целеустремленное, работающее правительство, мы можем перенаправить больше денег людям, которые оплачивают счета по налогам. Первое, что мы должны сделать, это взять под контроль расходы в

Вашингтоне, которые полностью вышли из-под контроля. Сейчас мы фиксируем самое большое увеличение численности правительства.

Важное место в предвыборных дебатах республиканцев отводится лексике, обозначающей «знание». Такие глаголы, как *know, recognize, forget, bear in mind, remember* обозначают апелляцию к рациональной сфере адресата. Так, Джордж Буш, говоря об улучшении системы здравоохранения, использует глагол *know*, тем самым демонстрируя, что для решения проблем необходим новый тип лидера, способный объединить усилия двух партий для достижения цели. В данном контексте Буш заявляет о том, что он знает, что способен справиться с данной задачей.

I believe we ought to give seniors more options. I believe we ought to make the system work better. I know this. I know it will require a different kind of leader to go to Washington to say to both Republicans and Democrats, let's come together. – Я считаю, что мы должны дать пожилым людям больше возможностей. Я считаю, что мы должны сделать так, чтобы система работала лучше. Я знаю это. Я знаю, что потребуется другой лидер, который поедет в Вашингтон, чтобы сказать как республиканцам, так и демократам: давайте соберемся вместе.

В следующем отрывке Джордж Буш также позиционирует себя как президента способного решить насущные задачи, т.к. он обладает необходимыми знаниями: *And my case to the American people is, if you're happy with inactivity, stay with the horse. The horse is up here now. But if you want change, you need to get somebody that knows how to bring Republicans and Democrats together to get positive things done for America. – И мое обращение к американскому народу таково: если вас устраивает бездействие правительства, то и оставайтесь в этой ситуации. Но если вы хотите перемен, вам нужен кто-то, кто знает, как объединить республиканцев и демократов, чтобы сделать что-то хорошее для Америки.*

Кандидат в президенты от Республиканской партии Маккейн в предвыборных дебатах с Обамой утверждает, что план Обамы по урегулированию ситуации в Ираке приведет к более масштабной войне, он знает какой должна быть успешная стратегия:

It didn't exceed beyond mine, because I know that that's a strategy that has worked and can succeed. But if we snatch defeat from the jaws of victory and adopt Senator Obama's plan, then we will have a wider war and it will make things more complicated throughout the region, including in Afghanistan. – Это не выходило за рамки моего представления, потому что я знаю, что это стратегия, которая сработала и может привести к успеху, мы вырвем поражение из пасти победы, а если примем план сенатора Обамы, то у нас будет масштабная война, и она усложнит ситуацию в каждом регионе, в том числе и в Афганистане.

В предвыборных выступлениях республиканцев семантической доминантой является лексика, относящаяся к семантическому классу «зрение»: *look, see, have a clear sight, notice, watch* и др. Следует отметить, что контекстуальный анализ показывает, что лексические единицы со значением «зрение» используются в значении «понимать», «осознавать», что поддерживает рациональную стратегию апелляции к адресату дискурса. Так, говоря о проблемах образования в стране Джордж Буш использует глагол *see* в значении «понимать»:

But perhaps the best way to keep jobs here in America and to keep this economy growing is to make sure our education system works. I went to Washington to solve problems. And I saw a problem in the public education system in America. – Но, возможно, лучший способ сохранить рабочие места здесь, в Америке, и поддержать рост экономики — убедиться, что наша система образования работает. Я отправился в Вашингтон, чтобы решить проблемы. И я увидел проблему в государственной системе образования в Америке.

Вместе с тем концептуальные доминанты в предвыборных дебатах отдельных кандидатов в президенты различаются, что обусловлено спецификой

геополитической ситуации, особенностями социально-экономического развития страны в текущем периоде. Сравнительный анализ ключевых слов подкорпусов текстов каждого из кандидатов в президенты от Республиканской партии, показал, что в ходе первых предвыборных дебатов Джорджа Буша ключевыми лексемами являются *terror, Hussein, weapons, Saddam, regime, terrorist, terrorists, against, homeland*. Очевидно, что центральной темой выступлений Буша является борьба с терроризмом за пределами Америки, и он считает войну предпосылкой прогресса внутри страны. Приоритетом политика являются борьба с бывшим президентом Ирака Садом Хусейном и война с терроризмом в Ираке. Во время вторых дебатов за президентский пост ключевыми словами являются *Baghdad, Iraq, Iraqis, Iraqi*, что говорит о том, что Буш считает Ирак источником угрозы. Ключевые лексические единицы *terror, extremists, terrorists, enemy terror, экстремисты, террористы, враг* призваны объяснить оправдание внешней войны, которая должна покончить с терроризмом. Ключевые слова *freedom, liberty* (свобода, свобода) поддерживают позицию Буша и добавляют аргументации в пользу внешней войны, которой концептуализируется как борьба за права и свободы.

В то время как лексему *ought*, которая в большей степени апеллирует к правилам этики, моральному долгу, в подавляющем количестве случаев использует Джордж Буш (85 %), только два раза Трамп (1 %), остальные 14 % приходятся на Маккейна, Керри и Ромни.

Особенностью идиолекта Буша является использование глагола *ought*, который он употребляет при обсуждении многих актуальных тем: когда говорит об увеличении возрастного порога при выдаче разрешения на владение оружием:

I think we ought to raise the age at which a juvenile can carry a handgun from 18 to 21. – Я думаю, что мы должны повысить возраст, в котором несовершеннолетний может носить пистолет, с 18 до 21 года; совершенствовании системы налогообложения и справедливых для всех граждан страны налоговых льготах:

What is fair everybody who pays taxes ought to get a relief; о помощи пожилым гражданам страны: *I believe we ought to give seniors more options. I believe we ought to make the system work better. I know this. – Что справедливо, что каждый, кто платит налоги, должен получить помощь от государства. Я считаю, что мы должны дать пожилым людям больше возможностей. Я считаю, что мы должны сделать так, чтобы система работала лучше. Я знаю это.*

Необходимость реформ определяется в предвыборных выступлениях кандидата в президенты как моральный выбор, который должны сделать избиратели.

В предвыборных речах Трампа данный глагол выполняет иную функцию. Дональд Трамп использует его в дебатах с Хилари Клинтон, упоминая скандал с использованием личной электронной почты для служебной переписки во время ее пребывания в должности в Госдепартаменте. Трамп использует данный глагол для выражения упрека, заявляя, что это деяние, достойное осуждения, и Клинтон стоит устыдиться:

And it's a disgrace. And honestly, you ought to be ashamed of yourself. – Это позор. И, честно говоря, вам должно быть стыдно.

В сочетании с инфинитивом *to be ashamed* высказывание приобретает порицающую тональность, которая в данном случае является не вполне уместной, т.к. она носит дидактический характер, более подходящий при разговоре с детьми.

Ключевые слова предвыборных дебатов Маккейна также сконцентрированы вокруг темы внешней политики и угроз, которые для США исходят от Ирака, Афганистана и России. Во внутренней политике кандидат в президенты сосредоточен на проблемах бюджета и сокращения расходов.

Ключевые слова кандидата в президенты Ромни включают лексемы *jobs, income, balanced budget, economy, unemployment*, которые ориентированы исключительно на внутренние проблемы экономического развития.

Анализ ключевых слов, извлеченных из предвыборных дебатов Дональда Трампа, показывает отсутствие содержательных лексем и наличие личных местоимений *you, they, it*. Анализ дистрибуции ключевых слов в корпусе показывает, что оценочная лексика используется преимущественно Трампом, который часто в оценке ситуаций, выражает мнение с использованием эмотивно-оценочной лексики, к числу которой относятся прилагательные *very, great, incredible, really, tremendous, beautiful*, что отличает его от других кандидатов республиканцев. Как показывает анализ контекстов ключевых слов с оценочным значением, прилагательное *tremendous*, имеющее значение *unusually large* *необычно большой*, используется Трампом в сочетаниях с такими словами и фразами, как *income, IOUs, number of jobs, number of taxes, amount of money, budget deficit, abuse, problems* *доходы, долговые расписки, количество рабочих мест, количество налогов, количество денег, дефицит бюджета, злоупотребления, проблемы*.

Трамп использует оценочное существительное *disaster* для оценочной квалификации энергетической политики, системы образования, законы об иммиграции, правил регулирования, городских трущоб, других стран, своего оппонента Хилари Клинтон, реформу здравоохранения, проведенную президентом Бараком Обамой.

Трамп гораздо чаще, чем другие республиканцы использует оценочное прилагательное *bad*. Так, высказывая критику в адрес Хилари Клинтон, которая обещала защитить некоторых недокументированных иммигрантов от депортации и помочь им интегрироваться в американское общество, кандидат в президенты Трамп употребляет данное прилагательное наряду с другим оценочным словом *horrible*:

It's horrible thing she's doing. She's got a bad judgement, and honestly, so bad that she should never be president of the United States. That I can tell you. – Это ужасно то, что она делает. У нее плохое мышление, и, честно говоря,

настолько плохое, что она никогда не должна быть президентом Соединенных Штатов. Это я могу вам сказать.

Таким образом, сравнительный анализ позволяет установить, что в основе персуазивных стратегий республиканцев в жанре предвыборных дебатов в целом лежат ценностные доминанты, основанные на рациональном критическом компоненте сознания, республиканцы апеллируют к ментальной сфере получателей сообщения. В фокусе внимания политиков находятся внешние угрозы и борьба с внешним врагом, меньше внимания уделяется внутренним проблемам страны. В вопросах внутренней политики приоритетными темами становятся рабочие места и проблема бюджета.

2.2.2. Концептуальные доминанты в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты США от Демократической партии

Семантический корпусный анализ текстов жанра предвыборных дебатов кандидатов в президенты США представителей Демократической партии методом ключевых семантических тегов, проведенный с использованием компьютерного инструментария платформы CQPWeb, позволил определить ключевые семантические категории, отражающие концептуальные доминанты, выражающие программные ориентиры политиков.

Ключевой семантической категорией в предвыборных выступлениях демократов является «опасность/безопасность», представленная лексемами *safe, safety, risk, risky, dangerous, at stake*.

Наиболее часто к данному концепту апеллирует Байден, реже всего его репрезентации встречаются во-вторых предвыборных дебатах Барака Обамы: *My vision of America is an America where everyone has a place, if you're willing to work hard, you do your part, you contribute to the community. That's what America is. That's what we want America to be for our children and grandchildren. It's also very short-sighted and even dangerous to be engaging in the kind of demagogic rhetoric*

that Donald has about Muslims. We need American Muslims to be part of our eyes and ears on our front lines. I've worked with a lot of different Muslim groups around America. I've met with a lot of them, and I've heard how important it is for them to feel that they are wanted and included and part of our country, part of our homeland security, and that's what I want to see. – Мое видение Америки — это Америка, где у каждого есть место, если вы готовы усердно работать, внесите свой вклад, внесите свой вклад в общество. Вот такую Америку мы хотим, чтобы такая Америка была для наших детей и внуков. Также очень недальновидно и даже опасно заниматься демагогической риторикой Дональда в отношении мусульман. Нам нужно, чтобы американские мусульмане были частью наших глаз и ушей на линии фронта. Я работал со многими различными мусульманскими группами по всей Америке. Я встречался со многими из них, и я слышал, как важно для них чувствовать, что они желанны и являются частью нашей страны, частью нашей национальной безопасности, и это то, что я хочу видеть.

Кандидат в президенты Байден видит опасность в высказываниях своего оппонента Дональда Трампа о мусульманах и рассматривает мусульманское сообщество в Америке как важную часть общества, которая играет важную роль в обеспечении безопасности страны. Аналогичным образом высказывается об анти-мусульманских выступлениях Дональда Трампа его оппонент Хиллари Клинтон, которая в этом видит угрозу безопасности страны:

So I thought that what he said was extremely unwise and even dangerous. An indeed, you look at the propaganda on a lot of terrorist sites, and what Donald Trump says about Muslims is used to recruit fighters, because they want to create a war between us. – Поэтому я подумал, что то, что он сказал, было крайне неразумно и даже опасно. Действительно, вы посмотрите на пропаганду на многих террористических сайтах, и то, что Дональд Трамп говорит о мусульманах, используется для вербовки боевиков, потому что они хотят развязать войну между нами.

Альберт Гор, призывая обеспечить безопасность школ и улиц, говорит о необходимости усилить контроль над владением оружием:

Let's make our schools safe, let's make our neighborhoods safe. Let's have a three days waiting period, cooling off, so we can have a background check to make sure that criminals and people who really shouldn't have guns don't get them. – Давайте сделаем наши школы безопасными, давайте сделаем наши районы безопасными. Давайте устроим трехдневный период ожидания, чтобы остыть, чтобы мы могли проверить биографические данные, чтобы убедиться, что преступники и люди, которым действительно не следует иметь оружие, не получают его.

Альберт Гор, рассматривая Интернет как источник дополнительного дохода для людей, проживающих в сельской местности, говорит о необходимости обеспечить кибербезопасность: *So we need to do a lot of things, but we ought to start with a better safety net. – Так что нам нужно сделать много вещей, но мы должны начать с лучшей системы безопасности.*

Концепт «БЕЗОПАСНОСТЬ/SAFETY» также реализуется лексическими единицами, обозначающими части тела. Так, Хилари Клинтон использует лексему *hands* руки, говоря о необходимости более тщательного контроля над оружием, чтобы не допустить его попадания в руки тех людей, которые могут быть опасными для общества: *We need comprehensive background checks, and we need to keep guns out of **hands** of those who will do harm. – Нам нужны всесторонние проверки биографических данных, и мы должны держать оружие подальше от тех, кто причинит вред.*

Лексему *fingers* Клинтон использует для выражения своей крайней озабоченности тем, что в случае избрания президентом Дональда Трампа контроль над использованием ядерного оружия будет в руках человека, который очень легко поддается на провокации, что, по мнению Клинтон, угрожает безопасности и может привести к непредсказуемым последствиям: *And, in fact, his cavalier attitude about nuclear weapons is so deeply troubling. That is the number*

*one threat in the world. And it becomes particularly threatening if terrorists ever get their hands on any nuclear material. So a man who can be provoked by a tweet should not have his **fingers** near the nuclear codes, as far as I think anyone with any sense about this should be concerned. – И в самом деле, его бесцеремонное отношение к ядерному оружию так глубоко беспокоит. Это угроза номер один в мире. И это становится особенно угрожающим, если террористы когда-нибудь получат в свои руки какие-либо ядерные материалы. Так что человек, которого можно спровоцировать с помощью социальной сети tweet, не должен касаться ядерных кодов, насколько я думаю, это должно волновать любого, кто имеет хоть какое-то представление об этом.*

Альберт Гор использует лексему *fists*, символизирующую те нации, которые враждебно настроены к Америке и представляют для нее опасность, когда он говорит о модели свободной страны, которая является образцом для всего остального мира:

It is a great tribute to our founders that 224 years later this nation is now looked to by the peoples on every other continent and the people from every part of this earth as a kind of model for what their future could be. And I don't think that's just the kind of exaggeration that we take pride in as Americans. It's really true, even the ones that sometimes shake fists at us. – Это большая дань уважения нашим основателям, что 224 года спустя народы всех остальных континентов и люди со всех уголков земли смотрят на эту нацию как на модель своего будущего. И я не думаю, что это просто то преувеличение, которым мы, американцы, гордимся. Это правда, даже те, что иногда грозят нам кулаками понимают этот факт.

Важное место в предвыборных выступлениях демократов занимает концепт «TRUTH/ПРАВДА», репрезентированный оценочной лексикой с семантикой правды и лжи. Стоит отметить, что наиболее часто лексические единицы *lie, true* и др. используются Джо Байденом в его полемике с Дональдом Трампом, которого Байден многократно обвиняет во лжи и нарушении моральных ценностей. Наиболее часто к концепту «TRUTH/ПРАВДА»

апеллирует Байден, т.к. в его выступлениях относительная частота лексики, репрезентирующей данный концепт, составляет 9 214.38, что значительно превышает относительную частоту у кандидатов в президенты Барака Обамы (2 628.58); Хилари Клинтон (2 987.88); Альберта Гора (2 032.61). Это, на наш взгляд, обусловлено особенностями предвыборной кампании 2020 года, лейтмотивом которой становится обвинение Трампа во лжи, к которой он прибегал на протяжении всего своего президентского срока.

В отличие от кандидатов республиканцев, которые часто используют в предвыборных дебатах лексические единицы, относящиеся к материальным объектам, демократы употребляют лексику, относящуюся к человеку. В речи кандидатов в президенты присутствуют лексические единицы, означающие части тела *eyes, blood, face, backs, arms, bile, veins, hands, fingers, forehead, heart, head, organs, bodies* глаза, кровь, лицо, спина, руки, желчь, вены, руки, пальцы, лоб, сердце, голова, органы, тела и др. Данные лексические единицы опосредованно репрезентируют концепт «Equaility/Равенство». Джо Байден, говоря о необходимости достижения равенства рас, использует лексему *hands*, приводя пример того, что чернокожие водители в отличие от белых должны вести себя особым образом в случае, если их остановит полицейский, и положить руки на руль, чтобы продемонстрировать свою безопасность: *What I didn't – I never had to tell my daughter if she's pulled over, make sure that she puts for a traffic stop, put both hands on the top of the wheel. – Что я не делал, так это того, что мне никогда не приходилось говорить дочери, убедись, если ты притормозила, то обе твоих руки должны быть на руле.*

Лексические единицы со значением «обязанность и необходимость» формируют соответствующую концептуальную доминанту «DUTY/ДОЛГ» в предвыборных выступлениях демократов, которая представлена широким репертуаром языковых средств: модальными глаголами *should, need, have to, have got to, must, ought to*; существительными *responsibility, need, obligation*;

существительными *responsibility, need, obligation*; прилагательными *necessary, mandatory, essential*; наречиями *necessarily*.

Барак Обама, говоря о необходимости развития внутреннего производства нефти для нужд страны, использует модальный глагол *need*, усиленный эмфатическим глаголом *do*: *Now, from the start of this campaign, I've identified this as one of my top priorities and here is what I think we have to do. Number one we do need to expand domestic production and that means, for example, telling oil companies the 68 million acres that they currently have leased that they are not drilling, use them or lose them.* – Теперь, с самого начала этой кампании, я определил это как один из своих главных приоритетов, и вот что, я думаю, мы должны сделать. Во-первых, нам нужно расширять внутреннее производство, а это означает, например, сообщить нефтяным компаниям о том, что 68 миллионов акров земли, которые они в настоящее время взяли в аренду и они не бурят: если вы не используете эти участки, то вы их потеряете.

Важное место в предвыборных дебатах демократов занимают лексические единицы со значением «важность, значимость» такие, как *number one, significant, important, serious, substantive, major, important, priority, principal, central, matter, prevailing (number one, significant, important, serious, substantive, major, important, priority, principal, central, matter, prevailing* и др. Данные единицы помогают акцентировать определенные темы, выделить приоритеты и объективируют концепт «DUTY/ДОЛГ». Так, лексему *important* использует Альберт Гор, когда он заявляет о необходимости сокращения государственного долга страны и реформах, обеспечивающих благополучие граждан: *I think it's very important to keep the debt going down and completely eliminate it. And I also think it's very important to go to the next stage of welfare reforms. Our country has cut the welfare rolls in half.* – Я думаю, что очень важно снизить долг и полностью ликвидировать его. И я также считаю очень важным перейти к следующему этапу социальных реформ. Наша страна вдвое сократила списки социальных пособий.

Во время первых предвыборных дебатов Барак Обама использует глагол *prioritize* в тактике обещания: *And so we've got to prioritize both our spending side and our tax policies to make sure that they're working for you. That's what I'm going to do as president of the United States.* – И поэтому мы должны расставить приоритеты как в части расходов, так и в налоговой политике, чтобы убедиться, что они работают на вас. Это то, что я собираюсь сделать как президент Соединенных Штатов.

Анализируя аксиологические характеристики специфические для каждого из кандидатов, отметим, что в предвыборных речах лидера Демократической партии США Байдена было выявлено применение стратегии театральности при репрезентации патриотизма с целью эмоционального давления на сознание реципиентов: *America must be better than it is now. And I believe that America is better.* – Америка должна быть лучше, чем сейчас. И я верю в то, что Америка будет лучше.

Джозеф Байден воздействует на электорат при помощи модальности должностования и тактики побуждения для вербализации основных ценностей таких, как единство народа, патриотизм: *hear me: dissent should not lead to separation.* – услышьте меня: несогласие не должно вести к разъединению. *I promise you I'll be president for all Americans. All Americans.* – Я вам обещаю, что буду президентом для всех американцев. Всех американцев.

Анализ концептуальных доминант в речи, выполненный на основе изучения ключевых слов каждого из кандидатов в президенты показывает, что Обама и Клинтон имеют схожие ценностные ориентиры, такие как социальное благополучие, внутренние экономические вопросы. Лексема *insurance* (страхование) репрезентирует план Обамы сделать жизнь в американском обществе более безопасной и простой. Фокус политика на внутренних вопросах развития страны, сохранении экологии и развитии зеленой энергетики отражается в лексических единицах *energy, financial, afford, companies, clear.* Список ключевых слов Хилари Клинтон включает *welfare, immigrants, country*

также свидетельствует о том, что ее программа ориентирована на сохранение благополучия страны и защиту прав мигрантов.

Список ключевых слов Альберта Гора включает лексему *new*, которая используется в сочетаниях с существительными *accountability, challenges, choices, competitions, economic plan, jobs, law, technologies, incentives*, репрезентируя идею обновления всех сторон жизни общества.

Отличительной характеристикой предвыборных выступлений демократов является обращение к прошлому. Лексические единицы данной семантической группы включают следующие: *history, time, years, weeks ago, minutes ago, over the past..., already, the other day, in the past, at one time, back then* и др.

Таким образом, сравнительный анализ позволяет установить, что в основе персуазивных стратегий демократов в жанре предвыборных дебатов лежат ценностные доминанты, основанные преимущественно на эмоциональном компоненте сознания, они апеллируют к эмоциям избирателей, призывая к единению на пути достижения цели. Доминантными ценностями являются безопасность всех сторон жизни общества, достижение равенства и благополучия американского народа, американских семей и стремление к правде.

2.3. Ценностный аспект дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США

Важную роль в политическом дискурсе играет метафорическая концептуализация, основанная на актуализации дискурсивных концептов, представляющих политические взгляды элиты и электората, определяет смыслы политического дискурса и его понимание. Метафоры выполняют функцию идентификации и анализа способов передачи идей, являются инструментами, определяющими общественное сознание и мнение при восприятии событий. Н. Н. Болдырев отмечает, что метафорические модели имеют лингвокультурную

специфику, зависят от культурно-обусловленных представлений и ценностей в сознании социальных групп и оказывают непосредственное влияние на восприятие и оценку этих концептов, различающихся как в рамках одной культуры, так и в разных культурах [Болдырев, 2013].

Метафора встречается в различных типах дискурса, но особенно широко используется в политическом, оказывая влияние на процесс принятия решения адресатом. В научный обиход было введено понятие «политическая метафора», которая как способ осмысления мира политики неоднократно привлекала внимание исследователей [Будаев, 2006; Чудинов, 2006; Будаев, Чудинов, 2018; Lakoff, Johnson, 2003; Lakoff, 2002]. Согласно определению, А. Н. Баранова и Ю. Н. Караулова, политическая метафора – это речевое воздействие с целью формирования у общества или другого субъекта либо положительного, либо отрицательного мнения о той или иной политической единице: политике, партии, программе, мероприятии [Баранов, Караулов, 2007, с. 113].

Метафора как когнитивный механизм человеческого мышления и чаще всего используемая носителями языка неосознанно, влияет на то, как люди воспринимают события и реалии, какие выводы они делают, и какие ценности, представления и убеждения формируются на основе метафорической концептуализации действительности. Образный язык в целом и метафора в дискурсе в частности имеют как лингвистическое, так и концептуальное наполнение и являются инструментами фрейминга [Burgers, Konijn, Steen, 2016, p. 412]. Некоторые исследователи применяют концептуальную теорию метафоры, чтобы продемонстрировать ее значимость в построении и понимании политического дискурса [Musolff, 2004], который создается и разворачивается в результате экспликации концептов, отражающих мировоззрение тех, кто управляет, и тех, кем управляют. Современные ученые сосредоточены на анализе способов донесения до социума сложных идей посредством метафор как инструментов манипулирования общественным мнением и разрешения конфликта между культурной самобытностью и общечеловеческими

ценностями. Примечательно, что толкование одного и того же концепта и вытекающих из него инференций может различаться как в рамках одной культуры, так и в разных культурах [Болдырев, 2013].

Убеждающая сила метафор неоднократно подтверждалась мета-анализом, раскрывающим силу и эффективность метафоры в воздействии на аудиторию (см., например: [Sopory, Dillard, 2002]). Многочисленные исследования последних десятилетий наглядно продемонстрировали потенциал убеждения метафорического языка, а роль метафоры как инструмента, влияющего на общественное мнение, и мощного средства манипулирования взглядами людей, едва ли вызывает сомнение. Модели употребления метафорического языка и превалирование определенных метафорических моделей, используемых государственными субъектами (руководящими органами) и управляемыми субъектами, могут не только дать представление о культуре, но и показать сходства и различия в их взглядах на возможные способы решения таких критических проблем, как контроль над оружием, права человека, демократия, коррупция, аборт и т. д. Различия в наборе предпочтительных метафор, используемых политическими субъектами в определенной культуре, также могут быть результатом истории общества и личной истории [Kövecses, 2010]. Политическая метафора имеет социально-обостренный характер, выявляя в краткой и доступной форме наиболее важные тенденции современной общественной жизни.

Когнитивная метафора в политическом дискурсе неоднократно становилась предметом научного изучения. Объектом изучения политической метафорологии являются как результаты метафорогенной деятельности человека, так и понятийные механизмы формирования метафор в политическом дискурсе. А.П. Чудинов выделяет четыре типа политической метафоры: Человек и Природа (зооморфная и фитоморфная метафоры); Человек и Общество (социальная метафора); Человек и результаты его труда (артефактная метафора); Человек как центр мироздания (антропоморфная метафора).

Положения дескрипторной теории метафоры, в основе которой лежит когнитивная теория процессов метафоризации разработана А.Н. Барановым. Метафора описывается как совокупность двух типов дескрипторов: сигнификативных и денотативных. Исследование частоты использования дескрипторов указанных типов позволяет создавать модели функционирования метафоры в дискурсе. Основная направленность дескрипторной теории заключается в том, чтобы создать формализованный аппарат для описания и инвентаризации метафор отдельных дискурсов или их замкнутых фрагментов. Автор приводит примеры применения вводимого инструментария для описания понятий коррупции, бизнеса и власти [Баранов, 2014].

Предложенное автором понимание метафорической модели отличается от принятого в когнитивной теории метафоры, в которой метафорическая модель интерпретируется как пара сущностей — соответствие между элементами источника и элементами цели. Иными словами, метафорическая модель в когнитивной теории — это метафорическая проекция, описанная на определенной степени абстракции (обобщенности). Принятое в дескрипторной теории метафоры словоупотребление отражает языковой аспект функционирования метафоры. Метафорической моделью в этом случае оказываются однородные области источника — однородные с точки зрения опыта человека и семантики. В этом смысле М-модель в дескрипторной теории метафоры — это языковая метафорическая модель. В когнитивной теории метафорическая модель в большей степени привязана к речи. Ученый выделяет метафорические модели *ФАУНЫ, РОДСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ, МЕХАНИЗМА* и др. По утверждению автора, совокупность М-моделей, использующихся в дискурсе, образуют метафорику этого дискурса. Часть из этих М-моделей типична для данного дискурса, формирует его как таковой, как специфический и отличающийся от других типов дискурсов. Такие М-модели относятся к дискурсивным практикам. Таким образом, говоря об исследовании метафоры некоторого дискурса, мы должны выявить, во-первых,

использующиеся там метафорические модели и, во-вторых, установить, какие из них являются дискурсивными практиками в рамках данного дискурса [Баранов, 2014, с. 16].

В исследовании метафорических моделей, к которым прибегают американские политики кандидаты в президенты США в жанре предвыборных дебатов мы используем подход, который опирается на языковые метафоры и впоследствии позволяет выделить концептуальные метафорические модели. На первом этапе мы проводили идентификацию метафоры, которая репрезентирована в дискурсе «разнообразными способами и может быть обнаружена как в случайных, новых выражениях, так и в конвенциональных выражениях, метафорический потенциал которых едва ли идентифицируется [Скрынникова, 2019, с.130].

В целом можно констатировать, что инвентаризация метафорики дискурсов различных типов в различных языках предполагает описание типичных метафорических моделей в смысле дескрипторной теории метафоры, выявление концептуальных метафор дискурса (в качестве формального параметра для этого может использоваться параметр стабильности денотативных отображений в концепции А. Н. Баранова), определение репертуара метафорических моделей и концептуальных метафор как дискурсивных практик, формирующих данный дискурс как таковой, выявление метафорических инференций, задающих ценностные ориентиры поведения.

Верификация выявленных метафорических моделей и определение их типа (в плане конвенциональности или новизны) осуществлялась с применением метафорического репозитория *MetaNet*, который представляет не только перечень концептуальных метафор, но и отражает иерархический характер отношений между метафорами и фреймами.

Мы ставили целью выявить общие метафорические модели в выступлениях республиканцев и демократов при обсуждении тем предвыборных дебатов, а также установить специфические метафорические модели,

используемые кандидатами в президенты США от двух партий в целях убеждения целевого адресата.

2.3.1. Метафорические репрезентации в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты США от Республиканской партии

Анализ языковых метафор в предвыборных выступлениях кандидатов в президенты от Республиканской партии позволил выделить концептуальные метафоры, установить концептуальные соответствия между сферой источником и сферой мишенью и выявить метафорические импликации и инференции, которые отражают ценностные ориентиры поведения и выступают средствами убеждения целевого электората.

При обсуждении внешней политики страны республиканцы используют концептуальную метафору A COUNTRY IS AN OBJECT (СТРАНА ЭТО ОБЪЕКТ).

Так, кандидат в президенты Ромни в дискуссии с Бараком Обамой на тему внешней политики США утверждает, что США должны способствовать движению Пакистана в правильном направлении: *Encouraging Pakistan to move towards a more stable government, help need to move Pakistan in the right direction.* – *Поддержка Пакистана в его движении к более стабильному правительству, помощь США должна помогать развитию Пакистана в правильном направлении.*

Импликации избранной метафорической модели заключаются в том, что объектами необходимо управлять, чтобы они не вышли из-под контроля; страной, которая способна управлять другими странами (объектами), являются США, которые задают правильный путь развития.

При обсуждении вопросов, касающихся борьбы с преступностью, республиканцы обращаются к концептуальной метафоре CRIME IS AN ANIMAL (ПРЕСТУПНОСТЬ — ЭТО ЖИВОТНОЕ). Так, в дебатах с Хилари Клинтон

Дональд Трамп, описывая ситуацию с преступностью в стране, утверждает, что *We have gangs roaming the street.* – У нас банды бродят по улицам, используя метафорическую модель преступников, которые концептуализируются как животные. Соотносимой метафорой в данном случае выступает метафора ADDRESSING CRIME IS CONTROLLING AN ANIMAL (БОРЬБА С ПРЕСТУПНОСТЬЮ — ЭТО КОНТРОЛЬ НАД ЖИВОТНЫМ), метафорическими импликациями и инференциями которой являются следующие ценностные суждения: необходимо принимать законы, направленные на контроль над животными, необходимо принимать меры, цель которых оградить граждан от встречи с животными, необходимо изолировать животных от граждан и не допустить причинения им вреда.

Связанная с ней концептуальная метафора UNCONTROLLED CRIME IS A RAMPAGING ANIMAL (НЕКОНТРОЛИРУЕМАЯ ПРЕСТУПНОСТЬ — ЭТО ВЗБЕШЕННОЕ ЖИВОТНОЕ) используется Трампом в предвыборных дебатах с Байденом при критике демократов за принятие Уголовного закона 1994 года: *..... he did such harm to the Black community. And they were called, and he called them, super predators. And he said that, he said it super predators. And they have never lived that down. 1994, your crime bill, the super predators.* – Он нанес такой вред черной общине своими высказываниями и оценками. И их называли, и он называл их опасными хищниками. И он сказал это, он сказал, что это опасные хищники. И они никогда не оценивались так мерзко. Вспомним 1994 год, ваш законопроект о преступниках, оцениваемых как опасные хищники.

Дискутируя на тему борьбы с преступностью кандидат в президенты от Республиканской партии Трамп использует концептуальную метафору THE BLACK COMMUNITY IS SUPER PREDATORS (ЧЕРНОКОЖИЕ ГРАЖДАНЕ – ОПАСНЫЕ ХИЩНИКИ). Особо следует оговорить культурные характеристики, приписываемые хищникам: коварство, непредсказуемость поведения, кровожадность. Данная концептуальная метафора имеет следующие метафорические инференции и выводимые ценностные суждения: хищные

животные несут угрозу нормальной жизни людей и могут нарушить/отобрать ее в любой момент; необходимы меры, направленные на защиту граждан страны, эти меры не исключают полное истребление хищников или их надежную изоляцию.

При обсуждении проблем занятости кандидаты в президенты от Республиканской партии используют концептуальную метафору JOBS ARE POSSESSIONS (РАБОЧИЕ МЕСТА – ЭТО ИМУЩЕСТВО), которые реализуются при помощи глаголов *keep, add, create, bring back, steal, fight for, ship, take* (сохранить, добавить, создать, вернуть, украсть, бороться за, отправить, взять). Примеры использования данной концептуальной метафоры находим в предвыборных дебатах Буша: *But perhaps the best way to keep jobs here in America and to keep this economy growing. – Но, возможно, лучший способ сохранить рабочие места здесь, в Америке, и поддержать рост экономики.*

В предвыборных выступлениях Трампа концептуальная метафора JOBS ARE POSSESSIONS (РАБОЧИЕ МЕСТА – ЭТО ИМУЩЕСТВО) соотносится с семантическим полем WAR (ВОЙНА): *The president's path means 20 million people out of work struggling for a good job.* Борьба за обладание рабочим местом обозначается глаголом *struggle*. Метафорическая инференция: ситуация в стране такова, что 20 миллионов американцев остаются без работы, им предстоит вести войну за то, чтобы получить хорошую работу, а президенту искать решение этого сложного вопроса. Импликация данного глагола *struggle* заключается в том, что поиск работы для рядовых граждан Америки сравним со сражением с недругом, которым является его же сосед, коллега; с битвой с государством, позволившим вывезти производство за пределы родной страны, сократившим рабочие места.

Соотносимая метафора JOBS ARE VALUABLE POSSESSIONS (РАБОЧИЕ МЕСТА – ЦЕННОЕ ИМУЩЕСТВО) реализуется при помощи глаголов *fight for, destroy, save* (бороться, уничтожать, спасать), например: *It hasn't destroyed jobs. Well, in fact we saved 1,000 jobs. – Это не уничтожило рабочие места. Ну, на самом деле мы сохранили 1000 рабочих мест.*

Данная метафорическая модель употребляется в выступлении Джона Маккейна на третьих президентских дебатах с Баракком Обамой (The Third Presidential Debate 15 октября 2008 года, Университет Хофстра, Хемпстед, Нью-Йорк): *We're talking about positive plan of action to restore this economy and **restore jobs** in America – Мы говорим о нашем плане восстановления экономики и восстановления рабочих мест в Америке.* Метафорическая инференция: рабочие места, которые концептуализируются как ценное имущество, не следует терять, их следует вернуть во владение американцев.

Отметим, что при обсуждении проблем занятости кандидаты в президенты представители Республиканской партии используют не только артефактные, но и антропоморфные метафорические модели: высшую иерархическую позицию занимает модель JOBS ARE LIVING BEINGS (РАБОЧИЕ МЕСТА – ЭТО ЖИВЫЕ СУЩЕСТВА), с которой соотносятся метафоры JOBS ARE PLANTS и JOBS ARE HUMAN BEINGS (РАБОЧИЕ МЕСТА – ЭТО РАСТЕНИЯ и РАБОЧИЕ МЕСТА – ЭТО ЛЮДИ). Первая реализуется глаголом *grow*, например: *it's going to create incentives to start **growing** jobs again in this country.* – *Это создаст стимулы для того, чтобы снова начать увеличивать рабочие места в этой стране.*

Вторая модель реализуется глаголами *kill, flee, leave* (убить, бежать, уйти), например: *We can stop them (jobs) from **leaving**. We have to stop them from **leaving**.* – *Мы можем остановить их (работу) от перехода в другие страны. Мы должны помешать им уйти.*

Антропоморфные метафоры, используемые республиканцами, позволяют говорить о следующих метафорических инференциях: потеря рабочих мест равносильна потере населения, сохранение рабочих мест означает сохранность жизни людей; политики, которые допускают потерю рабочих мест, наносят удар по населению страны, и их действия следует осудить как аморальные и антигуманные.

Концептуальную метафору SOCIAL PROBLEMS ARE DISEASES (СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ – ЭТО БОЛЕЗНИ), с которой соотносится метафора ADDRESSING SOCIAL PROBLEM IS TREATING AN ILLNESS (РЕШЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЫ – ЭТО ЛЕЧЕНИЕ БОЛЕЗНИ), использует в ходе предвыборных дебатов республиканец Дж. Буш. Между сферой мишенью и сферой источником устанавливаются следующие концептуальные соответствия: социальная проблема – это болезнь, решение проблемы – лечение, власти – врачи, общество – тело. Так, республиканец Буш обращается к данной метафоре, обозначая социальную проблему безопасности в школах: *One of the good things we've done in Texas is we have strong accountability because you can't cure unless you know. You can't solve a problem until you diagnose it.* – Одна из хороших вещей, которые мы сделали в Техасе, заключается в том, что у нас есть строгая подотчетность, потому что вы не можете искоренить проблему, если не знаете ее причину. Вы не можете решить проблему, пока не диагностируете ее.

Таким образом, приводя пример своих успешных действий, опираясь на данную концептуальную метафору, кандидат в президенты убеждает электорат в том, что его администрация будет способна решить острые социальные проблемы, поскольку понимает их причины и может применить необходимые меры.

При метафорической концептуализации государственных расходов используется сфера источник DRUG ABUSE (ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЕ НАРКОТИКАМИ), образующая метафорическую модель SPENDING MONEY IS DRUG ABUSE (РАСХОДОВАНИЕ ДЕНЕГ ЭТО УПОТРЕБЛЕНИЕ НАРКОТИКОВ). Данная концептуальная метафора обладает новизной и используется действующим президентом Трампом в дебатах против Байдена. Трамп сравнивает бесконтрольные государственные расходы с наркотической зависимостью: *Well, the first thing we have to do is to get spending under control in Washington. And the worst symptom of this disease is earmarking as a gateway drug,*

because it's a gateway. It's a gateway to out of control spending and corruption. – Ну, первое, что мы должны сделать, это взять расходы под контроль в Вашингтоне. И худшим симптомом этого «заболевания» является назначение легкого наркотического средства, а это наркотик, который ведет к бесконтрольности и коррупции.

Существительное *earmark* означает *to designate (something, such as funds) for a specific use or owner*; существительное *gateway drug* означает *a drug (such as alcohol or marijuana) whose use is thought to lead to the use of and dependence on a harder drug (such as cocaine or heroin)* (наркотик (например, алкоголь или марихуана), употребление которого, как считается, приводит к употреблению и зависимости от более тяжелого наркотика (такого как кокаин или героин)).

Инференции, вытекающие из данной метафорической модели, заключаются в том, что выделение денег на целевые программы, позволяющее быстро и легко добиться успеха, является легкой формой наркотической зависимости, которая ведет к возникновению более тяжелых форм, следствием чего становится потеря контроля над финансами и коррупция.

Кандидаты в президенты США от Республиканской партии используют метафорическую модель **RIGHTS ARE POSSESSIONS (ПРАВА ЭТО ИМУЩЕСТВО)**. Действующий президент Джордж Буш в предвыборных дебатах с Альбертом Гором обращается к данной метафорической модели при обсуждении Патриотического акта, федерального закона, принятого в США в октябре 2001 года, который даёт правительству и полиции широкие полномочия по надзору за гражданами в целях борьбы с терроризмом: *I really don't think your rights are being watered down. I think whoever is the president must guard your liberties, must not erode your rights in America. – Я действительно не думаю, что ваши права «размываются» (постепенно уничтожаются). Я думаю, что кто бы ни был президентом, он должен охранять ваши свободы, не должен подрывать ваши права в Америке.*

В третьих предвыборных дебатах 15 октября 2008 года, Университет Хофстра, Хемпстед, Нью-Йорк с Бараком Обамой (The Third Presidential Debate) в речи Джона Маккейна о снижении налогов используется концептуальная метафора THE STATE OF ECONOMY IS CLIMATE (СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ ЭТО КЛИМАТ): *I want to keep taxes low. The worst thing we could do in this economic climate is to raise people's taxes.* Метафорическая инференция, извлекаемая из данной метафорической модели: экономика также как и климат подвержена изменениям, некоторые действия человека могут неблагоприятно влиять на климат и на экономику. Ценностные суждения, вытекающие из метафорической модели: не следует предпринимать действия, которые могут вызвать непредсказуемые последствия и ухудшить и без того плохие экономические условия.

Говоря о проблемах внутренней политики, представитель Республиканской партии Митт Ромни в первых предвыборных дебатах с Бараком Обамой (The First Presidential Debate), 4 октября 2012 использует концептуальную метафору DEMOCRACY IS LIGHT (ДЕМОКРАТИЯ ЭТО СВЕТ): *They've held a torch for the world to see — the torch of freedom and hope and opportunity. Now, it's our turn to take that torch.* Метафорическая инференция, создаваемая на основе метафоры DEMOCRACY IS LIGHT, заключается в том, что США несет миру демократию, которая получает образную концептуализацию в виде горящего факела, освещающего путь другим народам, которые должны следовать за США ради своего же блага, американская демократия является ориентиром для выхода к свету из тьмы их существования. Импликация данного метафорического лингвистического выражения *a torch for the world* заключается в том, что американская демократия для всего остального мира стала образцом и взяла на себя роль лидера, освещающего путь, которым должны следовать другие страны.

Республиканец Джордж Буш на первых предвыборных дебатах 30 сентября 2004, Университет Майами с Джоном Керри при обсуждении вопросов

экономики использует концептуальную метафору ECONOMY IS A PLANT: *The economy **has grown** 4.8% in the past year, as fast as any year in nearly two decades; Productivity **grew** at the fastest 3-year rate in more than 50 years.* Концептуальная метафора ECONOMY IS A PLANT реализуется при помощи глагола **grow**. Джордж Буш говорит, что показатели экономики растут, как побеги растения. Импликация данного глагола выражается в определенных ценностных ориентирах, определяющих экономическую политику: необходимость заботливого отношения к экономике, словно к растению.

Таким образом, кандидаты в президенты от Республиканской партии в своих выступлениях нередко прибегают к метафорическим моделям в целях оказания воздействия на избирателей и их убеждения в правильности своих программных заявлений. В предвыборном дискурсе республиканцев используются метафорические модели, отличающиеся новизной, в качестве сфер-источников концептуализации республиканцы часто избирают негативно окрашенные области и внушающие страх образы: хищные звери, употребление наркотиков, болезнь.

2.3.2. Метафорические репрезентации в жанре предвыборных дебатов кандидатов в президенты США от Республиканской партии

Анализ предвыборных выступлений кандидатов в президенты от Демократической партии позволил выделить концептуальные метафоры, установить концептуальные соответствия между сферой источником и сферой мишенью и выявить метафорические инференции, которые определяют ценностные ориентиры поведения и выступают средствами убеждения: метафоры используются при обсуждении тем состояния экономики, демократических свобод и социальных вопросов, касающихся бюджетного финансирования государственных программ, внешней политики, борьбы с

преступностью, проблем медицинского страхования, окружающей среды, налогов, расовых отношений, владения оружием, энергоресурсов, иммиграции.

При обсуждении проблем занятости кандидаты в президенты от Демократической партии также как и республиканцы используют концептуальную метафору JOBS ARE POSSESSIONS. В отличие от республиканцев кандидаты в президенты США от Демократической партии используют исключительно артефактные метафорические модели, которые реализуются при помощи глаголов *create, produce, ship, give, destroy, save, keep, add, create, bring back, steal, fight for, take* (производить, отправлять, давать, уничтожать, сохранять, сохранять, добавлять, создавать, возвращать, красть, бороться, брать). Данную метафорическую модель мы встречаем в предвыборных дебатах Альберта Гора: *we can create millions of good new jobs* (мы можем создать миллионы хороших новых рабочих мест); Барака Обамы: *companies that are shipping jobs overseas* (компаний, которые отправляют рабочие места за границу). Соотносимая метафора JOBS ARE VALUABLE POSSESSIONS (РАБОЧИЕ МЕСТА – ЦЕННОЕ ИМУЩЕСТВО) реализуется при помощи глаголов *fight for, destroy, save* бороться, уничтожать, спасать. Примеры:

*It hasn't **destroyed** jobs. Well, in fact we **saved** 1,000 jobs.* – Это не уничтожило рабочие места. Ну, на самом деле мы сохранили 1000 рабочих мест).

В предвыборных дебатах важной является тема демократии, которая выражается в обеспечении прозрачности выборов, соблюдении гражданских прав и свобод. При обсуждении вопроса о гражданских правах американского народа кандидаты в президенты от Демократической партии также используют метафорическую модель CITIZEN RIGHTS ARE POSSESSIONS (ПРАВА ГРАЖДАН – ЭТО СОБСТВЕННОСТЬ). Так, кандидат в президенты от демократов Хилари Клинтон, используя данную концептуальную метафору говорит о необходимости отстаивать права трудящихся: *We stand up for the rights*

of people in the workplace. – Мы отстаиваем права людей на рабочие места, устанавливая следующие концептуальные соответствия: права представляют собой объекты собственности. Инференции, выводимые на основании данной концептуальной метафоры: другие люди, социальные группы могут иметь намерение завладеть вашей собственностью и лишит вас ее, собственность следует защищать.

Кандидат в президенты США Джон Керри использует данную метафорическую модель при обсуждении кандидатур членов Верховного суда, главного органа, стоящего на страже Конституции страны, законности и порядка: *Will women rights be protected? – Будут ли права женщин защищены?*

В рамках концептуальной метафоры SOCIAL PROBLEMS ARE DISEASES (СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ – ЭТО БОЛЕЗНИ) действующий президент США Барак Обама использует соотносимые с ней метафоры FINANCING IS AN OPERATION (ФИНАНСИРОВАНИЕ – ЭТО ОПЕРАЦИЯ) и FINANCING IS USING A TOOL (ФИНАНСИРОВАНИЕ – ЭТО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТА), устанавливая концептуальное соответствие между сокращением/прекращением финансирования и использованием инструментов для проведения хирургической операции и сохранения жизни пациента:

The problem with a spending freeze is you're using a hatchet where you need a scalpel. There are some programs that are very important that are under funded. I went to increase early childhood education and the notion that we should freeze that when there may be, for example, this Medicare subsidy, I think, doesn't make sense. – Проблема с замораживанием расходов заключается в том, что вы используете топор, там где нужен скальпель. Есть некоторые очень важные программы, которые недостаточно финансируются. Я пошел на увеличение финансирования дошкольного образования, и идея о том, что мы должны заморозить эти расходы ради субсидирования здравоохранения, я думаю, не имеет смысла.

Метафора «заморозка финансирования» сравнивается с использованием при операции топора вместо скальпеля, т.е. грубого инструмента вместо точного. Метафорические инференции данной модели сводятся к следующим: если использовать топор, т.е. грубые меры, неизбежно будет нанесен вред, скальпель, т.е. точечное выделение финансирования, позволяет не только избежать вреда, но и способствует оздоровлению системы. Импликация концептуальной метафоры заключается в том, что при решении вопросов о социальном финансировании следует действовать осторожно, чтобы избежать вреда.

При обсуждении проблем здравоохранения демократами используется метафора HISTORY IS A BOOK (ИСТОРИЯ – ЭТО КНИГА). Во время вторых президентских дебатах с Джоном Маккейном (The Second Presidential Debate 7 октября 2008 года, Белмонтский университет, Нэшвилл, Теннесси) Барак Обама использует метафору чтения *reading metaphor* при обсуждении проблем здравоохранения в США. Обама предлагает изменить ситуацию в здравоохранении, решить вопрос о доступном медицинском страховании, словно «перевернуть страницу» в книге *to turn the page: It's time to turn the page on health care. – Пришло время перевернуть страницу в истории о здравоохранении.*

Метафорическая инференция, создаваемая на основе метафоры чтения: решение вопроса о медицинском страховании *Obamacare* подобно перелистыванию страниц в книге. Импликация данного метафорического лингвистического выражения *to turn the page* состоит в том, что необходимо окончательно решить этот вопрос, чтобы больше к нему не возвращаться.

В этих же дебатах с Джоном Маккейном при рассмотрении внешней политики Америки Обама сравнивает трудные периоды в истории страны с «темной главой в книге» *that dark chapter*. Лингвистическое выражение концептуальной метафоры *reading metaphor* в обсуждении данной темы таково:

We are shaped by every language and culture, drawn from every end of this Earth; and because we have tested the bitter swill of civil war and segregation, and

*emerged from that **dark chapter** stronger and more united, we cannot help but believe that the old hatreds shall someday pass.* – Мы, каждый из нас сформирован языком и культурой, взятыми со всех концов Земли; и поскольку мы испытали горькую волю гражданской войны, сегрегации и завершили эту темную главу более сильными и сплоченными, мы не можем не верить, что старая ненависть когда-нибудь пройдет. Обама заявляет, что американский народ, образованный представителями различных национальностей и культур, смог преодолеть ошибки прошлого и стать более сплоченным и единым.

Политик высказывает веру в то, что терроризм также удастся преодолеть. Барак Обама применяет *reading metaphor* несколько раз в дебатах с Джоном Маккейном: *If you believe America is still that last, best hope of Earth, then it's time to turn the page.* – Если вы считаете, что Америка по-прежнему является последней, лучшей надеждой Земли, то пришло время перевернуть страницу.

Метафорическая инференция: Обама предлагает американцам помнить о том, что США является оплотом мирового порядка, и считает, что американцы должны покончить с терроризмом, «перевернуть страницу в книге» *to turn the page*. Импликация данной концептуальной метафоры: обеспечение безопасности в мире зависит от воли и решимости Соединенных штатов.

В отличие от республиканцев, которые при обсуждении вопросов преступности используют метафорическую модель CRIME IS AN ANIMAL (ПРЕСТУПНОСТЬ – ЭТО ЖИВОТНОЕ), представители демократов обращаются к метафорической модели CRIME IS A DISEASE (ПРЕСТУПНОСТЬ – ЭТО БОЛЕЗНЬ). При обсуждении проблемы наличия оружия у молодых афроамериканских мужчин на первых предвыборных дебатах с Дональдом Трампом Хилари Клинтон: *The gun epidemic is the leading cause of death of young African- American men, more than the next nine causes put together.* Эпидемия огнестрельного оружия гораздо чаще является основной причиной смерти молодых афроамериканских мужчин, более чем все остальные девять причин вместе взятые.

Метафорическая инференция, создаваемая на основе данной метафорической модели: причиной гибели молодых афроамериканских мужчин, являются не бактерии и вирусы, а бесконтрольное распространение огнестрельного оружия, приводящее к хаосу, агрессии и преступлениям среди молодых афроамериканцев. Импликация данного метафорического выражения сводится к необходимости вводить превентивные меры, чтобы остановить преступность и предотвратить большое количество смертей молодых афроамериканцев.

Концептуальная метафора ECONOMY IS A PLANT (ЭКОНОМИКА – ЭТО РАСТЕНИЕ) используется в выступлениях Хиллари Клинтон во время вторых президентских дебатах с Дональдом Трампом: *We will be making investments where we can grow the economy. Мы будем делать инвестиции там, где мы можем поднимать экономику.*

Метафорическая инференция, извлекаемая из метафоры ECONOMY IS A PLANT (ЭКОНОМИКА – ЭТО РАСТЕНИЕ), означает, что для экономического роста экономике, как и растению необходим уход, который выражается в использовании удобрений (привлечении инвестиций), своевременном поливе (взвешенных решениях и законодательном регулировании). Импликация выражения *can grow the economy* заключается в том, выращивание растений возможно только там, где имеется подходящая почва, удобрять следует только ту почву, где есть хороший шанс вырастить хороший урожай (получить экономический рост). Следовательно, рост экономики, как и рост растений требует обеспечения определенных условий и целенаправленных действий.

В Университете Невады в Лас-Вегасе Хиллари Клинтон во время третьих предвыборных дебатов с Дональдом Трампом использует концептуальную PROVIDING CITIZENS WELFARE IS WAR (ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЛАГОПОЛУЧИЯ ГРАЖДАН – ЭТО ВОЙНА): *I have been fighting for families and underdogs my entire life. – Я борюсь за семьи и аутсайдеров всю свою жизнь,* аналогичную той, которую использует и Дональд Трамп на первых теледебатах

с Джозефом Байденом, 29 сентября 2020 в Кливленде (штат Огайо) при обсуждении вопросов безработицы, занятости населения.

Альберт Гор чаще других представителей Демократической партии прибегает к данной концептуальной метафоре, например: в предвыборных теледебатах с Джорджем Бушем 5 октября 2000 года в Сентер-колледже при обсуждении внутренних проблем США, бюджетного профицита он утверждает: *I'm going to fight for them. – Я буду бороться за них.*

Импликация глагола *fight* предполагает серьезность момента для решения экономических задач страны, сравнимого с ситуацией на фронте боевых действий. В выступлении на этих же дебатах по вопросу об укреплении материального положения американских семей данный представитель Демократической партии заявляет: *The country still faces three major sets of questions, left over from the old cultural battles. – Страна по-прежнему сталкивается с тремя основными проблемами, оставшимися от старых культурных баталий.*

Метафорическая инференция: А. Гор прибегает к концептуальной метафоре *WAR*, чтобы подчеркнуть сложность задач, стоящих перед вновь избранным президентом.

Использование военной метафоры подразумевает, что ситуация войны предполагает участие двух сторон. Кандидаты в президенты от Демократической партии заявляют, что они сражаются на стороне простых людей Америки, что поддерживает тактики солидаризации. Язык кандидатов в президенты США от Демократической и Республиканской партий должен быть доступен избирателям, концептуальные метафоры в их предвыборных выступлениях просты и понятны избирателям.

Подводя итог, отметим, что метафоры являются мощным инструментом убеждения, оказывая влияние на восприятие ситуации электоратом и задавая ориентиры поведения. Политическая метафора оказывает влияние на принимаемое решение, подсказывая выбор альтернативы в политической

ситуации. Коммуникативной целью политической метафоры является речевое воздействие, создающее у реципиента положительное мнение о какой-либо политической единице.

Анализ предвыборных выступлений кандидатов в президенты США от Демократической и Республиканской партий показывает, что при обсуждении многочисленных тем предвыборных дебатов они используют концептуальные метафоры, характеризующие их языковой и идеологический портрет, отражающие их политические взгляды и определяющие принятие решений. Отметим, что кандидаты в президенты США, представители двух партий, используют одинаковые метафорические модели такие, как ECONOMY IS A PLANT, SOCIAL PROBLEMS ARE DISEASE, JOBS ARE POSSESSIONS (ЭКОНОМИКА – ЭТО РАСТЕНИЕ, СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ – ЭТО БОЛЕЗНИ, РАБОЧИЕ МЕСТА – ЭТО СОБСТВЕННОСТЬ). Вместе в тем наблюдаются значимые различия в использовании метафорических моделей, которые сводятся к следующим: использование республиканцами негативно окрашенных сфер-источников и внушающих страх образов, что направлено на усиление эффекта воздействия; обращение республиканцев к антропоморфным и зооморфным метафорическим моделям; анализ текстов показывает, что представители Демократической партии отдают предпочтение артефактным метафорическим моделям и практически не используют антропоморфные метафорические модели. Таким образом, метафорические модели в жанре предвыборных выступлений американских политиков кандидатов в президенты от Демократической партии обладают меньшим разнообразием по сравнению с их оппонентами. В предвыборном дискурсе демократов преимущественно используются метафорические модели, имеющие конвенциональный характер.

2.4. Языковые особенности социолекта и идиолекта дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США

В изучении модели дискурсивной личности важное место занимает исследование жанрово-стилистической вариативности социально-идеологической составляющей политического дискурса. Для обозначения отдельных общественно-политических подъязыков в политической лингвистике используется термин «социокультурный вариант общественно-политической речи», который характеризуется специфическим набором речевых стратегий и тактик, выбором определенных языковых структур, что позволяет говорить о существовании особого политического социолекта, обладающего, как и любой социолект, корпоративной функцией. С позиции ситуативно-культурного контекста политический дискурс считается феноменом, отображающимся в следующем сочетании трех компонентов: подъязык, текст и контекст, и характеризуется как домен человеческих взаимоотношений в политике [Горбунова 2018, с. 164]. Е. И. Шейгал отмечает, что политический дискурс является своеобразной знаковой системой, в которой осуществляется модификация семантики и функций языковых единиц и речевых действий [Шейгал 2000, с. 3].

Как отмечают исследователи, политики из разнообразного репертуара языковых средств выбирают те, которые обеспечивают идеологическое, эмоциональное, манипулятивное воздействие на электорат, выражают оценочную квалификацию социальных событий, явлений и процессов. Обобщая опыт различных исследований политической коммуникации, перечислим основные языковые средства политического дискурса. К ним принадлежат специфические лексико-фразеологические средства (идиомы, эвфемизмы и дисфемизмы, фразеологизмы). Среди важнейших стилистических особенностей политической коммуникации исследователи называют использование метафор, антитезы, повторов, эмфатических конструкций, однородных определений,

эмотивов, преувеличений, риторических вопросов, парцелляции, параллелизма, антитезы, приема сопоставления. А.А. Карамова отмечает отсутствие специфических манипулятивных языковых средств политической коммуникации, но выделяет особые языковые единицы с суггестивным потенциалом, к которым относятся лексико-фразеологические средства, метафора, эвфемизмы [Карамова 2013, с. 22]. Описывая языковые особенности политической коммуникации, некоторые лингвисты отмечают такую грамматическую особенность политического дискурса, как номинализация фактов, использование страдательного залога и др.

К лингвистическим особенностям политического дискурса исследователи также относят употребление специальных языковых конструкций, особой терминологии, лозунгов, прецедентных текстов, политического сленга, отражающего текущие моменты политической жизни общества. Авторы заявляют о высокой прагматической заряженности языка политического дискурса, отмечая, что лингвистические структуры способны воздействовать на реальность, структурируя определенное видение мира индивидом, отражаясь в его политической активности. Благодаря образному применению в политическом дискурсе лексем и словосочетаний создается острый экспрессивный, оценочный эффект в тексте выступления политика, неоднократные повторы усиливают экспрессивность.

Вместе с тем в большинстве исследований политического дискурса особенности его жанрово-стилистической организации представлены не дифференцированно, в отрыве от конкретных жанров, которые имеют различную природу, различаются целями, событийной локализацией, каналом передачи информации, особенностями взаимодействия с целевой аудиторией и др. характеристиками. Кроме того, в поле зрения ученых обычно не попадают особенности идиостиля конкретных политических деятелей.

Рассмотрим жанрово-стилистические характеристики предвыборных выступлений американских политиков – кандидатов в президенты США от

Республиканской и Демократической партий в аспекте политического социолекта и индивидуальных особенностей речи отдельных политиков.

Как показывает анализ текстов предвыборных выступлений, отличительной чертой публичных речей кандидатов в президенты от Республиканской партии на лексическом уровне является преобладающее использование разговорной лексики, что выделяет их на фоне других политиков. К разговорной лексике часто прибегает Джордж Буш: *Yes. I take him for his word; let's forget all the finger pointing; instead of squabbling and finger pointing, he gets immediate help.* – Да. Я верю ему на слово; давайте забудем все эти тыкания пальцем; вместо того, чтобы спорить и обвинять, он немедленно приходит на помощь.

Употребление разговорной лексики в большей степени свойственно выступлениям Дональда Трампа. Это объясняется тем, что политик обращался к определенному электорату, а именно, к рабочему классу, мелким бизнесменам, фермерам с целью воздействия на их мышление и взгляды: *We have to get very, very tough on cyber and cyber warfare.* – Мы должны действовать очень, очень жестко в киберпространстве и кибервойне. Трамп использует идиоматическую разговорную фразу *to get tough on*, которая означает *to deal harshly with* [MWOD].

В следующем примере Трамп использует глагол неформальный глагол *acid wash*, образованный путем конверсии от соответствующего прилагательного, означающего *relating to, or being a fabric or a garment that has been treated with a bleach solution to produce a streaked or discolored appearance* – относящийся к ткани или предмету одежды, которые были обработаны раствором отбеливателя для придания им полосатого или обесцвеченного вида [MWOD]:

There has never been anything like this, where e-mails, and you get a subpoena, you get a subpoena, and after getting a subpoena, you delete 33,000 e-mails, and then you acid wash them or bleach them, as you would say is a very expensive process. – Никогда не было ничего подобного, как с электронными письмами, и вы получаете повестку в суд, вы получаете повестку в суд, и после получения

повестки вы удаляете 33 000 электронных писем, «применив суперкислотную очистку или отбеливание», как говорят, а это очень дорогой процесс.

Траммп обвиняет Клинтон в попытке придать своим действиям законный характер. Клинтон утверждала, что ей было «разрешено» использовать личную почту для официальной переписки, хотя никаких письменных доказательств этому факту обнаружить не удалось. К тому же, Клинтон в процессе расследования отказывалась сотрудничать с инспекторами, не желая обсуждать детали инцидента. Расследование также показало, что Клинтон «вернула» правительству не все письма, в частности, скрыв переписку со своими помощниками, в которой ее предупреждали о попытках взлома ее персонального почтового сервера.

Неформальные идиомы использует Маккейн: *I would certainly veto every earmark pork-barrel bill. Senator Obama has asked for nearly \$1-billion in pork-barrel earmark projects.* – Я, безусловно, наложил бы вето на каждый законопроект о выделении субсидий, которые используются как «кормушки».. Сенатор Обама запросил почти 1 миллиард долларов на проекты, представляющие собой «кормушки». Идиома *pork-barrel* означает *government projects or appropriations yielding rich patronage benefits* – правительственные проекты или субсидии, приносящие большую выгоду. Кандидат в президенты обещает накладывать вето на каждый законопроект, предусматривающий выделение денег на различного рода «кормушки» или «казенные пироги», не приносящие общественной пользы, а служащие источником обогащения их получателей.

К разряду неформальной лексики относятся сложносоставные прилагательные, например, такие как *take-home pay*, означающее *income remaining from salary or wages after deductions (as for income-tax withholding)* – доход, остающийся от заработной платы после вычета подоходного налога [MWOD]. Данное прилагательное используется кандидатом в президенты от Республиканской партии Ромни: *I will get America working again, and see take-*

home pay rising again. I'll do it with five simple steps. – Я заставлю Америку снова работать и увижу, что размер заработной платы, выдаваемой «на руки» снова растет, я сделаю это с помощью пяти простых шагов.

К неформальной лексике относятся междометия, которые передают эмоциональные или эмоционально-оценочные реакции говорящего на происходящие события. Так Трамп использует междометие *gee*, например: *Gee, we have to defeat him. – Да, мы должны победить его.* Междометие *gee* определяется в словаре как способ выражения удивления или энтузиазма: *used as an introductory expletive or to express surprise or enthusiasm [MWOD]* используется как вводное ругательство или для выражения удивления или энтузиазма, что позволяет сократить коммуникативную дистанцию между кандидатом в президенты и целевой аудиторией.

Джордж Буш для выражения удивления использует междометие *gosh*, которое имеет значение *a mild oath or to express surprise [MWOD]*: *Gosh, I just don't think I ever said I'm not worried about Osama bin Laden. It's kind of one of those exaggerations. Of course we're worried about Osama bin Laden. – Боже, я не думаю, что когда-либо говорил, что не беспокоюсь об Усама бен Ладене. Это своего рода преувеличение. Конечно, нас беспокоит Усама бен Ладен.*

В речи кандидатов в президенты от Республиканской партии используются неологизмы. Так, критикуя американскую систему здравоохранения, Джордж Буш использует неологизм *Medi-scare*, образованный сложением слов *medical* и *scare*, означающий страх обращения в систему здравоохранения, которая является очень дорогостоящей: *I guess my answer to that is the man is running on Medi-scare. – Думаю, мой ответ на это таков: этот человек разглагольствует по поводу страшилок системы здравоохранения.*

Неотъемлемым атрибутом языка политиков является оценочная лексика, вместе с тем анализ дистрибуции оценочных слов в корпусе предвыборных выступлений республиканцев показывает, что оценочные прилагательные используются преимущественно Трампом. Как показывает анализ контекстов,

оценочное прилагательное *tremendous*, имеющее значение *unusually large*, используется Трампом в сочетаниях с такими словами и фразами, как *income*, *IOUs*, *number of jobs*, *number of taxes*, *amount of money*, *budget deficit*, *abuse*, *problems* (доходы, долговые расписки, количество рабочих мест, количество налогов, количество денег, дефицит бюджета, злоупотребления, проблемы).

Трамп использует существительное *disaster* для оценочной квалификации энергетической политики, системы образования, законов об иммиграции, правил регулирования, городских трущоб, других стран, своего оппонента Хилари Клинтон, реформы здравоохранения, проведенной президентом Бараком Обамой. В первых теледебатах с Джозефом Байденом, 29 сентября 2020 в Кливленде (штат Огайо) Дональд Трамп использует отрицательно окрашенную лексему *disaster*, чтобы рассказать избирателям об обмане, связанным с медицинским страхованием для афроамериканцев, известным как *Obamacare*, которая является бедой, «катастрофой» для рядовых белых американцев, потому что им предстоит оплачивать как свою медицинскую страховку, так и *Obamacare* для афро-американцев: *We have a disaster called the big lie: Obamacare*. Трамп утверждает, что реформа здравоохранения Барака Обамы является лживой и несправедливой для простых белых граждан США, что в дальнейшем приведет к «катастрофе», не связанной с природными катаклизмами или стихийными бедствиями, это будут возмущения и протесты белых американцев, начнется их противостояние с афроамериканцами.

Данные корпуса свидетельствуют, что Трамп гораздо чаще, чем другие республиканцы использует оценочное прилагательное *bad*. Так, высказывая критику в адрес Хилари Клинтон, которая обещала защитить некоторых нелегальных иммигрантов от депортации и помочь им интегрироваться в американское общество, кандидат в президенты Трамп использует данное прилагательное наряду с другим оценочным словом *horrible*:

It's horrible thing she's doing. She's got a bad judgement, and honestly, so bad that she should never be president of the United States. That I can tell you. – Это

ужасно то, что она делает. Она не способна к рассуждениям, и, честно говоря, настолько, что она никогда не должна быть президентом Соединенных Штатов. Это я могу вам точно сказать.

Стоит отметить, что кандидаты в президенты от Демократической партии также используют неформальную, разговорную лексику. Так Джо Байдена в дебатах против Дональда Трампа использует инвективы в тактике оскорбления:

But President Trump says things like, you know, everything from this crazy stuff he's walking away from now. – Но президент Трамп говорит какие-то безумные вещи, а потом от этого отказывается.

Дж. Байден отрицательно характеризует поступки Д. Трампа, считая их нецелесообразными, используя лексему *crazy*, которая имеет согласно лексикографическим источникам следующее значение: *impractical* [MWOD]. Исходя из стилистического регистра, данная лексическая единица является разговорной и обладает ярким эмотивным потенциалом в аспекте реализации негативного значения.

Вместе с тем анализ лексических единиц корпуса и их дистрибуции показывает, что удельный вес неформальной лексики больше в выступлениях республиканцев. Изучение дистрибуции оценочной лексики показывает, что высокая доля эмотивной, чаще отрицательной оценочной лексики характерна для идиолекта Трампа.

Многочисленные лексические единицы в предвыборных выступлениях кандидатов-демократов Джозефа Байдена, Альберта Гора и др. относятся к формальному регистру: *enrich, entrust, ensure, eliminate, endorse* и др. Так, говоря о необходимости обеспечения энергетической безопасности, Альберт Гор дает обещание исправить ситуацию и использует глагол *entrust*, означающий *to commit to another with confidence*, что придает высказыванию торжественную тональность:

I think we need to get serious about this energy crisis, both in the Congress and in the White House, and if you entrust me with the presidency, I will tackle this

problems and focus on new technologies that will make us less dependent on big oil or foreign oil. – Я думаю, что нам нужно серьезно отнестись к этому энергетическому кризису, как в Конгрессе, так и в Белом доме, и если вы доверите мне пост президента, я решу эти проблемы и сосредоточусь на новых технологиях, которые сделают нас менее зависимыми от крупных нефтяных компаний и импортированной нефти.

Обсуждая проблему равных возможностей в получении качественного образования, Барак Обама использует глагол *ensure*, который отличается принадлежностью к формальному регистру общения, а также сложносоставных предлогов *in terms of, regardless of*, свойственных официальному стилю:

But we can make a difference in terms of ensuring that every young person in America, regardless of where they come from, what they look like, have a chance to succeed. – Но мы можем изменить ситуацию, обеспечив каждому молодому человеку в Америке, независимо от того, откуда он родом и как выглядит, шанс на успех.

Хилари Клинтон обещает бесплатное университетское образование для детей из тех семей, доходы которых составляют менее 125 тысяч долларов в год, используя формальный глагол *enact*:

I want to make college debt-free and for families making less than \$125,000 you will not get a tuition bill from a public college or university if the plan that I worked on with Bernie Sanders is enacted. – Я хочу сделать бесплатным университетское образование, а семьи, зарабатывающие менее 125 000 долларов в год, не будут получать счет за обучение в государственном колледже или университете, если будет принят план, над которым я работала с Берни Сандерсом.

Альберт Гор, давая обещание, продолжать поддерживать боеспособность Вооруженных сил США на самом высоком уровне использует формальный глагол *pledge*: *I pledge to you I will do whatever is necessary to make sure that it stays that way. – Я обещаю вам, что сделаю все необходимое, чтобы все оставалось по-прежнему, будьте уверены в этом.*

Особого внимания заслуживает использование в речи кандидатов в президенты США интенсификаторов, выражающих степень проявления признака, призванных передать эмоциональное состояние говорящего и оказать эмоциональное воздействие на получателя сообщения. Известно, что интенсификаторы английского языка образуют различные группы, среди которых выделяются интенсификаторы, передающие максимальную степень проявления признака (*maximisers*), интенсификаторы, акцентирующие степень проявления признака (*boosters*) и интенсификаторы, выражающие приблизительную степень выражения признака (*approximators*). Антиномичную группу составляют лексемы, выражающие умеренность (*compromisers*), некоторое преуменьшение (*diminishers*) и минимальную степень (*minimisers*) выражения признака. В речи кандидатов в президенты США от Республиканской и Демократической партий данные лексемы распределяются следующим образом.

Таблица 8. Использование наречий-интенсификаторов в жанре предвыборных дебатов американских политиков кандидатов в президенты от Республиканской и Демократической партий (с указанием абсолютной и относительной частотности)

Наречия–интенсификаторы (по группам)	Кандидаты в президенты Республиканской партии		Кандидаты в президенты Демократической партии	
	АЧ	ОЧ	АЧ	ОЧ
Бустеры: really, more, very, much, so, highly, strongly	795	861.68	666	1113.75
Лексемы, выражающие максимальную степень проявления признака: totally, most, fully, entirely, largely, completely, absolutely	144	149.59	216	361.21
Апроксиматоры, выражающие примерную оценку выражения признака: almost, nearly, fairly, about	113	122.47	145	242.48

Лексемы, передающие умеренность выражения признака: <i>pretty, quite</i>	29	31.43	23	38.47
Лексемы, выражающие некоторое преуменьшение признака <i>less, somewhat, under, slightly, a little, simply</i>	54	58.52	107	178.93
Лексемы, передающие минимальную степень (minimisers) выражения признака: <i>hardly, barely, at least, at all</i>	32	34.68	44	73.58

Как показывает Таблица 8, кандидаты в президенты от Демократической партии в целом используют интенсификаторы чаще, чем кандидаты от Республиканской партии. Данное наблюдение относится ко всем группам интенсификаторов за исключением группы лексем, передающих умеренность выражения признака таких, как *pretty, quite*, а также бустеров, в использовании которых наблюдаются минимальные различия. В то же время для демократов характерно использование наречий, смягчающих категоричность высказывания, частота употребления которых превышает их частоту использования республиканцами более, чем в три раза.

Далее мы проводили анализ групп интенсификаторов, акцентирующих признак и выражающих максимальную степень признака, для каждого из кандидатов в президенты от обеих партий, поскольку частота использования данных групп лексических единиц позволяет судить об эмоциональной составляющей дискурсивной практики. Результаты анализа представлены в Таблицах 9-10.

Таблица 9. Частота использования наречий интенсификаторов (бустеров) кандидатами в президенты от Демократической и Республиканской партий

Кандидат в президенты	Кол-во слов	АЧ	ОЧ	Кандидат в президенты	Кол-во слов	АЧ	ОЧ
Обама	60 424	491	8 125.91	Трамп	45 612	627	13 746.38
Клинтон	23 428	193	13 317.40	Ромни	27 931	259	9 272.85
Гор	23 123	312	8 346.67	Буш	47 067	388	8 243.57
Байден	16 713	107	6 402.20	Маккейн	30 937	216	6 981.93
Керри	18,259	120	6 572.10				

Анализ употребления интенсификаторов-бустеров в речи отдельных представителей демократов показывает, что частота использования данных единиц доминирует в предвыборных выступлениях Хилари Клинтон и Дональда Трампа, что может объясняться как особенностями идиолекта политиков, так и эмоциональным накалом борьбы.

Число обращений к интенсификаторам, выражающим максимальную степень проявления признака (Таблица 10), показывает, что в целом оппоненты предвыборных дебатов используют максимайзеры в равной степени, за исключением Барака Обамы и Хилари Клинтон со стороны демократов, а также Маккейна и Ромни со стороны республиканцев. В последнем случае частота употребления данной группы лексических единиц в выступлениях Клинтон в три раза превышает частоту использования этих языковых единиц Трампом, что позволяет сделать вывод о том, что Клинтон использует стратегию эмоционального убеждения.

Таблица 10. Частота использования максимайзеров кандидатами в президенты от Демократической и Республиканской партий

Кандидат в президенты	Кол-во слов	АЧ	ОЧ	Кандидат в президенты	Кол-во слов	АЧ	ОЧ
Обама	60 424	45	744.74	Маккейн	30 937	24	775.77
Клинтон	23 428	15	640.26	Ромни	27 931	19	680.25
Гор	23 123	7	302.73	Буш	47 067	16	339.94
Байден	16 713	5	299.17	Трамп	45 612	11	241.16
Керри	18 259	8	438.14				

Отметим, что в предвыборных дебатах представителей Демократической партии преобладают более абстрактные языковые единицы с семантикой «движения, передвижения и местоположения», такие как *here*, *away*. Наречие *here* также используется в значении времени *now*, а также в значении *at or in this point, particular, or case* «в этот момент или в этом месте, конкретно или в случае». Лексема *now* часто является дискурсивом, выражающим призыв, просьбу, предупреждение, акцентирующим важный тезис, и имеет значение:

used with the sense of present time weakened or lost to express command, request, or admonition; used with the sense of present time weakened or lost to introduce an important point or indicate a transition (as of ideas). Дискурсив употребляется для выражения призыва, просьбы или предостережения; используется для обозначения текущего момента, акцентирования важности момента или указания на смену темы.

Корпусный анализ показывает, что отличительной особенностью дискурсивной практики кандидатов в президенты от Демократической партии является использование дискурсива *now*, который присутствует в предвыборных дебатах всех кандидатов в президенты демократов. Вместе с тем, мы отмечаем более частое использование этого наречия Бараком Обамой (первые и вторые президентские дебаты) и Альбертом Гором. Относительная частота использования дискурсива последним составляет 4 454.44 случаев использования на миллион слов, у Барака Обамы она составляет 3925.49, в то время как частота употребления наречия у Клинтон составляет 1536.42, частота употребления наречия Байденом несколько выше 1 914.68.

Так, Хилари Клинтон использует дискурсив *now*, чтобы подчеркнуть тезис об экономических успехах, достигнутых за годы президентства своего однопартийца Барака Обамы:

And \$13 trillion in family wealth was wiped out. Now we have come back from that abyss. And it has not been easy. So we're now on the precipice of having a potentially better economy, but the last thing we need is to go back to the policies that failed us in the first place. – И 13 триллионов долларов, составляющие благосостояние семей, были уничтожены. Теперь мы выбрались из этой бездны. И это было нелегко. Итак, сейчас мы находимся на пороге того, чтобы иметь потенциально лучшую экономику, но меньше всего мы хотим вернуться к политике, которая изначально подвела нас.

В выступлениях Барак Обамы дискурсив *now* употребляется в целях акцентирования тезиса своего оппонента о необходимости налоговых льгот для богатых:

Now, when Senator McCain is proposing tax cuts that would give the average Fortune 500 CEO an additional \$ 700,000 in tax cuts, that's not sharing a burden. And so part of the problem, I think, a lot of people who are listening here tonight is they don't feel as if they are sharing the burden with other folks. – Теперь, когда сенатор Маккейн предлагает такое снижение налогов, которое дало бы среднему топ-менеджеру из списка Fortune 500 дополнительные 700 000 долларов в год в виде снижения налогов, это вовсе не разделить бремя с другими людьми,. И поэтому часть проблемы, я думаю, многие люди, которые слушают нас сегодня вечером думают также, состоит в том, что они не ощущают, что делят бремя с другими американцами.

Байден чаще использует лексему *now* в значении *at the present time or moment*, например: *Number two, there are 20 million people getting healthcare through Obamacare now that he wants to take it away. We spend billions of dollars now, billions of dollars on floods, hurricanes, rising seas. We're in real trouble. – Во-вторых, 20 миллионов человек получают медицинскую помощь в рамках программы Obamacare, сейчас когда он [Трамп] хочет ее отнять. Сейчас мы тратим миллиарды долларов, миллиарды долларов на наводнения, ураганы, повышение уровня моря. Мы в настоящей беде.*

Вместе с тем Байден также использует данный дискурсив, обещая вернуть Соединенным штатам достоинство, честь, уважение, равенство для всех граждан, т.е. ценностей, которые, по мнению кандидата в президенты, были утрачены во время президентского срока Трампа:

And, I'm going to say, as I said at the beginning, what is on ballot here is the character of this country. Decency. Honor. Respect. Treating people with dignity. Making sure that everyone has an equal chance. Now, I'm going to make sure you get that. – И я хочу сказать, как я сказал в начале, то, что здесь вынесено на

голосование, является характером этой страны. Порядочность. Честь. Уважение. Отношение к людям с достоинством. Убеждение в том, что у всех равные шансы, я собираюсь убедиться, что вы получите равные права в этой стране.

Ключевой лингвистической особенностью политического дискурса, которое учитывается политиками при составлении своих выступлений перед избирателями, является использование синтаксических конструкций активного и пассивного залога. Интересным является анализ употребления видо-временных форм глаголов для оценки общей прагматической направленности выступления. Для номинации текущего положения дел кандидаты в президенты от Республиканской партии используют Present Simple (настоящее простое время), что отражается в доминировании данных глагольных форм. Так, относительная частота использования простых времен республиканцами составляет 50 304.07 случаев на миллион слов, то демократы используют простые глагольные формы 41 170.32 на миллион слов.

В речи представителей Демократической партии доминируют формы *Continuous*, а также *Present Perfect* (совершенная форма настоящего времени). Так, относительная частота употребления перфектных времен составляет 9822.89 случаев на миллион слов у демократов и 7049.07 – у республиканцев; относительная частота употребления времен группы *Continuous* составляет у демократов 6348.84 случаев на миллион слов и 5377.35 случаев у республиканцев.

Так, во время предвыборных дебатов с Дональдом Трампом Джозеф Байден фокусируется на действиях бывшего президента, который, по его мнению, не разработал план по улучшению сложившейся в стране ситуации и не имеет его до настоящего времени: *The President has no plan. He hasn't laid out anything.* – *У президента нет плана. Он ничего не предложил.* В этом случае использование временной группы Perfect является продуктивным приёмом реализации стратегии речевой агрессии при помощи использования косвенного

обвинения. Для доказательного подтверждения применения этого приема рассмотрим пример: *He has never offered a plan.* – Он никогда не предлагал какой-нибудь план. В данном фрагменте речи Байдена *Present Perfect* (совершенная форма настоящего времени) используется для характеристики действия, а точнее бездействия Д. Трампа, которое расценивается как часть настоящей ситуации – бездействие действующего президента в прошлом имеет существенные и важные последствия в настоящем. В этом контексте *Present Perfect* (совершенная форма настоящего времени) употребляется для акцентирования действия, которое квалифицируется в сознании участников коммуникации как негативное.

Употребление страдательного залога позволяет отправителю сообщения дистанцироваться от пропозиции, не упоминать главное действующее лицо, снимая с него ответственность за какую-либо деятельность. Анализ грамматических характеристик речи показывает, что конструкции со страдательным залогом используются в речи республиканцев 566 раз, что составляет 3942.465 случаев использования на миллион слов; в речи демократов 534 раза – 4324.342 случаев на миллион слов. Распределение частоты использования конструкции в речи американских политиков – кандидатов в президенты от Демократической и Республиканской партий представлено в Таблице 11.

Таблица 11. Частота употребления конструкций страдательного залога в высказываниях кандидатов в президенты от Демократической и Республиканской партий в жанре предвыборных дебатов

Кандидаты в президенты	Кол-во слов	АЧ	ОЧ	Кандидат в президенты	Кол-во слов	АЧ	ОЧ
Обама	60 424	212	3 508.54	Маккейн	18 259	82	4490.94
Клинтон	23 428	99	4 225.71	Буш	47 067	193	4100.54
Гор	23 123	121	5 232.89	Трамп	45 612	184	4034.03
Байден	16 713	102	6 103.03	Ромни	27 931	105	3759.26
Керри	18 259	125	5 789.33				

Данные Таблицы 11 свидетельствуют о том, что в речи республиканцев конструкции страдательного залога используются равномерно и являются менее частотными по сравнению с демократами. Как следует из данных таблицы, наиболее часто к конструкциям страдательного залога обращаются Джо Байден, Гор и Керри, реже, чем другие кандидаты их использует Барак Обама.

Особую роль в предвыборных дебатах играют вопросительные структуры, которые в речи кандидатов в президенты выполняют различные функции, обеспечивая диалогичность предвыборных дебатов, направленных в первую очередь на избирателя и ставящих своей целью его привлечение на свою сторону, путем убеждения в правильности своей политической программы. Важным средством в политической риторике являются риторические вопросы, усиливающие интерактивные характеристики жанра, вовлекающие адресата в ход рассуждений, заставляющие его быть более активным. Изучение функций риторического вопроса показало, что этот тип вопроса требует ответа, заранее предполагаемого спрашивающим. Риторические вопросы часто используются при наличии сильных аргументов в поддержку тезиса. Таким образом, риторические вопросы часто подразумевают, что приводимые аргументы в поддержку тезиса являются по меньшей мере трудно оспоримыми, что делает их важным средством убеждения. Более того, в этом случае использование риторического вопроса позволяет придать большую убедительность аргументам.

Другая точка зрения рассматривает риторический вопрос как способ побудить адресата прийти к самостоятельному суждению [Howard, 1990]. Место риторического вопроса в структуре аргументации является важным, поскольку если риторический вопрос предшествует аргументам, то суждение, выводимое адресатом на его основе, не учитывает последующие аргументы в поддержку тезиса; в случае, если риторический вопрос следует за аргументацией, то он является мощным средством ее поддержки.

К риторическим вопросам прибегают демократы, так, Хилари Клинтон, использует его, выражая уверенность в необходимости обеспечения

безопасности и демонстрируя готовность ее обеспечить: *Who disagrees with keeping neighborhoods safe? – Кто не согласен с тем, что необходимо обеспечить безопасность районов?*

Важную роль в предвыборных дебатах играют альтернативные риторические вопросы, позволяющие говорящему ввести антитезу и поставить адресата перед очевидным выбором. Альберт Гор в предвыборных дебатах с Джорджем Бушем использует альтернативный вопрос для обозначения ключевой идеи своей программы – обеспечение процветания и благополучия для всех членов американского общества:

I think this is a very important moment for our country. We have achieved extraordinary prosperity. And in this election, America has to make an important choice. Will we use our prosperity to enrich not just the few, but all of our families? – Я думаю, что это очень важный момент для нашей страны. Мы добились необычайного процветания. И на этих выборах Америка должна сделать важный выбор. Будем ли мы использовать наше процветание, чтобы обогатить не только небольшую кучку людей, а все наши семьи?

Голосование за того или иного кандидата в президенты приравнивается к выбору между благополучием небольшой группы людей, интересы которых представляет его оппонент, и благополучием всего американского общества, апологетом интересов которого выступает Альберт Гор. Суждение, выводимое адресатом, совершенно однозначно указывает на необходимость поддержки данного тезиса кандидата в президенты.

К альтернативному риторическому вопросу прибегает Байден: *Is it going to change, or are you going to get four more years of these lies? – Это изменится, или вы получите еще четыре года этой лжи?*

Избрание действующего президента Трампа на второй срок концептуализируется как продолжение «четырёхлетней череды лжи», которой противопоставляется возможность перемен, т.е. избрание кандидата от

Демократической партии. С точки зрения морали выбор является совершенно очевидным и должен быть произведен в пользу кандидата в президенты Байдена.

Вопросительные структуры в выступлениях Хилари Клинтон используются в целях самопрезентации, конструирования имиджа политика несущего ответственность перед своим народом. Клинтон озвучивает вопросы, которые передают ее внутреннее состояние в момент принятия решения по важнейшим вопросам развития страны. Описывая свою работу, касающуюся голосования по принятию законопроектов в Сенате, Клинтон использует прямые вопросы, которые представляют собой ее внутреннюю речь:

When I was in the Senate, I had a number of trade deals that came before me, and I held them all the same test. Will they create jobs in America? Will they raise incomes in America? And are they good for our national security? – Когда я была в сенате, я проводила несколько торговых сделок, и я всегда спрашивала себя: создадут ли они рабочие места в Америке? Поднимут ли они доходы в Америке? Хороши ли они для нашей национальной безопасности?

Использование вопросительных структур характеризует кандидата в президенты как ответственного политика, который взвешенно подходит к принятию решений, думая о благополучии нации и вопросах безопасности.

Демократы также используют вопросительные структуры, обращаясь непосредственно к своему оппоненту. Так, Гор задает прямой вопрос Дж. Бушу:

Now, one thing I don't understand, Jim, is why is it that the wealthiest 1% get their tax cuts the first year, but 95 % of seniors have to wait four to five years before they get a single penny? – Джим, я не понимаю одной вещи: почему 1% самых богатых получают налоговые льготы в первый же год, а 95% пенсионеров должны ждать четыре-пять лет, прежде чем они получают хотя бы один цент?

Используя вопросительные структуры, Барак Обама демонстрирует понимание проблем американского народа. Так, говоря о последствиях финансового кризиса 2008 года, Обама использует несколько вопросов, раскрывающих суть проблем, которые волнуют большинство американцев:

And you're wondering, how's it going to affect me? How's it going to affect my job? How's it going to affect my house? How's it going to affect my retirement savings or my ability to send my children to college? – И американцам интересно, как это повлияет на них? Как это повлияет на их работу? Как это повлияет на их дом? Как это повлияет на их пенсионные сбережения или на их способность отправлять детей в колледж?

Барак Обама также использует специальные вопросы, позволяющие привести доводы в пользу высказанного суждения:

Why is that? Because the economy was on the verge of collapse, because we were about to go through the worst recession since the Great Depression, as a consequence of some of the same policies that Governor Romney's now promoting. – Зачем это? Потому что экономика была на грани краха, потому что мы вот-вот должны были пережить худшую рецессию со времен Великой депрессии из-за той же политики, которую сейчас продвигает губернатор Ромни.

Демократы также используют вопросы, обращенные к высказыванию оппонента, которые позволяют выразить критическое суждение в его адрес и уличить его в сообщении ложных фактов:

And Governor Romney's says he's got a five-point plan? Governor Romney doesn't have a five-point plan? – А губернатор Ромни говорит, что у него есть план из пяти пунктов? У губернатора Ромни нет плана из пяти пунктов?

Таблица 12. Частота использования вопросительных структур в жанре предвыборных дебатов кандидатами в президенты от Демократической и Республиканской партий (с указанием абсолютной и относительной частотности)

Кандидат в президенты	Кол-во слов	АЧ	ОЧ	Кандидат в президенты	Кол-во слов	АЧ	ОЧ
Обама	30 937	81	1 360.05	<u>Маккейн</u>	30 937	24	775.77
Клинтон	27 931	42	1 792.83	<u>Ромни</u>	27 931	19	680.25
Байден	18 259	72	4 308.02	<u>Буш</u>	47 067	16	339.94
Гор	47 067	41	1 773.13	<u>Трамп</u>	45 612	11	241.16

Керри	18 259	8	438.14				
-------	--------	---	--------	--	--	--	--

Как показывает Таблица 12, среди кандидатов в президенты от Демократической партии наибольшее число вопросительных структур использует Байден, наименьшую частотность имеют вопросительные структуры в предвыборных дебатах Барака Обамы.

К вопросительным структурам в жанре предвыборных дебатов обращаются кандидаты в президенты республиканцы. Представители данной политической партии часто используют вопрос-предложение:

And my plan say why don't we pass 1.3 trillion of that back to the people who pay the bills? Surely we can afford 5% of the \$ 25 trillion that are coming into treasury to the hard working people that pay the bills. – И мой план говорит, почему бы нам не вернуть 1.3. триллион из общей суммы налогов обратно людям, которые оплачивают налоговые счета? Конечно, мы можем позволить себе 5% из 25 триллионов долларов, поступающих в казну, трудолюбивым людям, которые оплачивают счета.

Буш предлагает выплачивать деньги из профицитного бюджета простым американцам, точно обозначая сумму, которую можно направить на данные выплаты.

Вопрос Буша позволяет ему заявить о своей способности возглавить страну:

And so the fundamental answer to your question, who can lead and who's shown the ability to get things done? - Итак, основной ответ на ваш вопрос: кто может руководить, и кто продемонстрировал способность добиваться цели?

Типичной для республиканцев является форма вопроса, начинающегося с вопросительных местоимений *why, what, how*, которые позволяют ввести аргумент. Так, Дж. Буш, говоря о возможных мерах поддержки малоимущих семей, использует местоимение *why*:

This is a fair plan. You know why? Because the tax code is unfair for people at the bottom end of the economic ladder. If you're a single mother making \$22, 000 a year today and you're trying to raise two children for every additional dollar you earn you pay a higher marginal rate on that dollar than someone making \$200,00, and that's not right. So I want to do something about that. – Это справедливый план. Знаете почему? Потому что налоговый кодекс несправедлив по отношению к людям, находящимся в самом низу экономической лестницы. Если вы мать-одиночка, зарабатывающая сегодня 22 000 долларов в год, и вы пытаетесь вырастить двоих детей, то на каждый дополнительный доллар, который вы зарабатываете, вы платите более высокую предельную ставку с этого доллара, чем кто-то, зарабатывающий 200 000 долларов, и это неправильно. Так что я хочу что-то сделать с этим.

Говоря об интересах страны в области внешней политики Буш также использует вопросительные структуры, начинающиеся с вопросительных местоимений:

First question is what's in the best interests of the United States? What's in the best interests of our people? When it comes to foreign policy that will be my guiding question. Is it in our nation's interests? – Первый вопрос: что в интересах Соединенных Штатов? Что отвечает интересам нашего народа? Когда дело доходит до внешней политики, это будет мой главный вопрос. Разве это в интересах нашей страны?

Как показывает Таблица 12, наименьшее количество вопросительных структур использует Дональд Трамп, наибольшее Маккейн. В целом можно утверждать, что частота использования вопросительных структур демократами значительно превосходит их частоту у республиканцев, что свидетельствует о более сложной риторической организации их выступлений.

Особого внимания в изучении предвыборных дебатов требует синтаксическая организация речи, которая является неотъемлемой частью ее риторической организации и призвана оказать воздействие на слушающих.

Выбор лексических единиц и синтаксических структур в политическом общении определяется главным образом их прагматической направленностью на реализацию целей убеждения и создание положительного имиджа политика. Риторические приемы и различные средства образности обладают мощным потенциалом воздействия на сознание адресата и на его представление политической картины общества.

Повторы различных уровней, в частности, синтаксический параллелизм, являются характерной чертой политических текстов. Так, синтаксический параллелизм используется в предвыборных выступлениях республиканцев, например, Джорджа Буша:

I've said that eight years ago they campaigned on prescription drugs for seniors. And four years ago they campaigned on getting prescription drugs for seniors. And now they're campaigning on getting prescription drugs for seniors. – Я уже говорил, что восемь лет назад они проводили кампанию по рецептурным лекарствам для пожилых людей. И четыре года назад они проводили кампанию по выдаче лекарств по рецепту для пожилых людей. И теперь они проводят кампанию за рецептурные лекарства для пожилых людей.

Well, if it's in our vital national interests, and that means whether our territory is threatened or people could be harmed, whether or not the alliances are — our defense alliances are threatened, whether or not our friends in the Middle East are threatened. That would be a time to seriously consider the use of force. Secondly, whether or not the mission was clear. Whether or not it was a clear understanding as to what the mission would be. Thirdly, whether or not we were prepared and trained to win. Whether or not our forces were of high morale and high standing and well-equipped. And finally, whether or not there was an exit strategy. – Что ж, если это отвечает нашим жизненно важным национальным интересам таким, как например, угрожает ли опасность нашей территории или людям может быть причинен вред, угрожают ли нашим оборонительным союзам, или нашим друзьям на Ближнем Востоке или нет. Настало время серьезно подумать о

применении силы. Во-вторых, была ли ясна миссия. Было ли это ясным пониманием того, какой будет миссия. В-третьих, были ли мы готовы и обучены побеждать. Независимо от того, были ли наши силы с высоким моральным духом, высоким положением и хорошо экипированы. И, наконец, существовала ли стратегия выхода.

Буш использует параллельные синтаксические структуры, отвечая на вопрос модератора предвыборных дебатов о возможности использования военной силы, в случае, если президент Сербии Милошевич добровольно не покинет свой пост и не уступит кресло избранному президенту Коштунице.

Синтаксические структуры кандидатов в президенты от Республиканской партии характеризуются следующими особенностями: отсутствием длинных сложных предложений; четкостью построения фразы, абзаца, цепи абзацев, параллелизмами, синонимами; повторением важных по смыслу слов, словосочетаний, предложений. Представители Республиканской партии склонны использовать простые предложения. Так, простые нераспространенные предложения использует в своей речи Дональд Трамп, что отличает его от других политиков. Трамп использует краткие синтаксические формы в речевых тактиках обвинения:

It's a criminal enterprise. Saudi Arabia giving \$25 million, Qatar, all of these countries. You talk about women and women's rights? So, these are people that push gays off business off buildings. These are people that kill women and treat women horribly. And yet you take their money. – Это преступная деятельность. Саудовская Аравия дает 25 миллионов долларов, а также Катар, все эти нефтедобывающие страны. Вы говорите о женщинах и правах женщин? Так вот, люди этих стран выталкивают геев из бизнеса, из домов. Это люди, которые убивают женщин и ужасно обращаются с женщинами.

Кандидат в президенты от Республиканской партии Маккейн использует краткие синтаксические конструкции в комиссивных речевых тактиках:

As president of the United States, I want to assure you, I've got a pen. This one's kind of old. I've got a pen, and I'm going to veto every single spending bill that comes across my desk. I will make them famous. You will know their names. – Как президент Соединенных Штатов, я хочу заверить вас, что у меня есть ручка. Это такой старый прибор для письма. У меня есть ручка, и я наложу вето на каждый законопроект о расходах, который попадет мне на стол, расскажу об этих проектах.

В синтаксическом плане речь представителей Демократической партии отличается широким употреблением сложных синтаксических конструкций, которые объединяют в себе одно или несколько сложноподчиненных и сложносочиненных предложений, осложненных в свою очередь причастным или деепричастным оборотом:

And I think the fact that this has become such an important part of your campaign, Senator McCain, says more about your campaign than it says about me.

And the reason it's so difficult for schools to control that is because in recent years there has been a flood of cheap handguns that are so widely available that kids are finding ways to get hold of them. But the fact that it is so strong enables us to project the power for good that America can represent. – И я думаю, что тот факт, что это стало такой важной частью вашей кампании, сенатор Маккейн, больше говорит о вашей кампании, чем обо мне. И причина, по которой школам так трудно это контролировать, заключается в том, что в последние годы наблюдается поток дешевых пистолетов, которые настолько широко доступны, что дети находят способы заполучить их. Но тот факт, что она настолько сильна, позволяет нам проецировать силу во благо, которую Америка может представлять.

Синтаксически осложненные распространенные конструкции использует в своих выступлениях Дж. Байден:

Then I wrote a piece in March about what I thought we should be doing to take hold of this. There's an act that was passed a long time ago that allows the president

to go into a business and say, stop making this and start making that, and took a long time for him to even institute that to get ventilators and so on. – Затем в марте я написал статью о том, что, по моему мнению, мы должны сделать, чтобы завладеть этим. Давным-давно был принят закон, который позволяет президенту заниматься бизнесом и говорить: перестаньте делать это и начните делать это, и ему потребовалось много времени, чтобы даже установить это, чтобы получить вентиляторы и так далее.

Данное высказывание Дж. Байдена представлено осложненным распространенным сложноподчиненным предложением, в рамках которого он сообщает о целом ряде фактов.

Использование антитезы мы находим в выступлениях Буша: *You can't have voluntary testing. You must have mandatory testing. – Вы не можете пройти добровольное тестирование. Вы должны пройти обязательное тестирование.*

Критикуя план Гора, он упрекает его в отсутствии должного контроля за расходованием средств. К антитезе прибегает кандидат в президенты Ромни: *You raise taxes and you kill jobs. – Вы поднимаете налоги и убиваете рабочие места.*

Ромни критикует действующего президента США Барака Обаму за его намерение увеличить налоги, что повлечет сокращение рабочих мест.

Антитеза используется в предвыборных выступлениях демократов. Так, к антитезе прибегает Альберт Гор, когда он делает программные заявления:

My plan has not only a short-term component, but also a long-term component. And it focuses not only on increasing the supply, which I think we have to do, but also on working on the consumption side. – В моем плане есть не только краткосрочная, но и долгосрочная составляющая. И это направлено не только на увеличение предложения, что, я думаю, мы должны сделать, но и на работу со стороны потребления.

Анализ лексических средств воздействия показывает, что политическому дискурсу свойственно использование эвфемизмов. Так, говоря о коррупции в

правительстве кандидат в президенты от Республиканской партии Маккейн использует эвфемизм «residing in federal prison»:

Well, the first thing we have to do is get spending under control in Washington. It's completely out of control. It's gone. We have now presided over the largest increase in the size of government since the Great Society. – Ну, первое, что мы должны сделать, это взять под контроль расходы в Вашингтоне. Это совершенно неуправляемо. Этого больше нет. Сейчас мы наблюдаем за самым большим увеличением размера правительства со времен Великого Общества.

We, Republicans, came to power to change government, and government changed us. And the worst symptom on this disease is what my friend, Tom Coburn, calls earmarking as a gateway drug, because it's a gateway. It's a gateway to out-of-control spending and corruption. – Мы, республиканцы, пришли к власти, чтобы сменить правительство, а правительство изменило нас. Мой друг Том Коберн борется с симптомами «болезни – нецелевого использования казенных средств», занимается назначением лекарственного средства против болезни «расточительства», которая ведет к неконтролируемым расходам и коррупции.

And we have former members of Congress now residing in federal prison because of the evils of this earmarking and pork-barrel spending. – И у нас есть бывшие члены Конгресса, которые сейчас находятся в федеральной тюрьме из-за нецелевого использования казенных средств.

You know, we spent \$3 million to study the DNA of bears in Montana. I don't know if that was a criminal issue or a paternal issue, but the fact is that it was \$3 million of our taxpayers' money. And it has got to be brought under control. – Вы знаете, мы потратили 3 миллиона долларов на изучение ДНК медведей в Монтане. Я не знаю, было ли это уголовное дело или дело отца, но факт в том, что это были 3 миллиона долларов из денег наших налогоплательщиков. И это надо взять под контроль.

Говоря о своем участии в военных кампаниях кандидат в президенты Маккейн использует эвфемизм «major national security challenge»:

I've been involved, as I mentioned to you before, in virtually every major national security challenge we've faced in the last 20-some years. There are some advantages to experience, and knowledge, and judgment. – Я участвовал, как уже упоминал ранее, практически во всех крупных вопросах национальной безопасности, с которыми мы сталкивались за последние 20 с лишним лет. Есть некоторые преимущества в опыте, знаниях и суждениях.

Подводя итог, отметим, что политический социолект американских политиков кандидатов в президенты США имеет ряд особенностей, проявляющихся на лексическом, синтаксическом и стилистическом уровнях. В речи республиканцев наблюдается больший удельный вес разговорной лексики, употребление специфического набора идиом. В результате качественного анализа мы сделали вывод, что речевая манера выступлений республиканцев отличается большей образностью и экспрессивностью. Синтаксическую организацию речи характеризует использование простых предложений. Политический социолект демократов обладает большим удельным весом книжной лексики, характеризуется использованием сложных синтаксических конструкций.

Выводы ко второй главе

Анализ текстов предвыборных дебатов, выполненный с применением корпусной методологии, позволил охарактеризовать поведенческий, концептологический и ценностный аспекты дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США, установить социально-идеологическую специфику коммуникативных действий, к которым прибегают кандидаты в президенты в целях убеждения электората в необходимости отдать за них свой голос; определить концептуальные

доминанты, к которым апеллируют кандидаты в президенты США, выявить основные метафорические модели, формирующие альтернативную реальность и задающие ценностные ориентиры.

В результате корпусного дискурс-анализа политической коммуникации предвыборных дебатов в США, установлено, что к основным коммуникативным действиям кандидатов в президенты США республиканцев относятся тактики обещания, негативного прогнозирования, связанные с внешними угрозами, что подтверждается анализом содержательных характеристик предвыборных выступлений, демонстрирующим, что республиканцы в целом больше ориентированы на внешнюю политику и уделяют меньше внимания вопросам внутреннего развития страны.

Коммуникативные действия демократов сводятся к тактикам прямого призыва к избирателям, тактикам солидаризации и ориентации. Содержательный анализ предвыборных выступлений демократов показывает, что они ориентированы на социально-экономическое развитие страны.

Агональная природа политической коммуникации обуславливает обращение к стратегии дискредитации, в рамках которой кандидаты в президенты от обеих партий используют тактики обвинения. Выявлено, что республиканцы чаще прибегают к тактикам прямого обвинения, в то время как демократы предпочитают тактики косвенного обвинения или тактики отрицательного прогнозирования результатов действий политических оппонентов. Вместе с тем показано, что аксиологической основой тактик обвинения кандидатов в президенты от Демократической партии являются нарушения политическими оппонентами моральных норм и ценностей; республиканцы чаще обвиняют своих политических противников в нарушении прагматических, инструментальных ценностей.

Образно-ценностный аспект дискурсивной личности в жанре предвыборных дебатов проявляется в обращении к метафорическим моделям репрезентации действительности. Анализ метафорических моделей в

предвыборных выступлениях кандидатов в президенты от Республиканской и Демократической партий позволил выделить концептуальные метафоры, используемые для воздействия на адресата и задающие фреймы интерпретации явлений или фактов действительности, установить концептуальные соответствия между сферой-источником и сферой-мишенью и выявить метафорические инференции, которые определяют ценностные ориентиры поведения. Исследование показало, что кандидаты в президенты от Демократической партии чаще используют артефактные метафоры, имеющие конвенциональный характер, в то время как республиканцы отдают предпочтение отличающимся новизной антропоморфным метафорам.

Концептологический аспект изучения дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США выявил различия между представителями двух конкурирующих партий. Установлено, что в предвыборных выступлениях демократов концептуальными доминантами являются «TRUTH/ПРАВДА», «EQUALITY/РАВЕНСТВО», «DUTY/ДОЛГ», отражающие аксиологемы, основанные на моральных ценностях. К концептуальным доминантам кандидатов в президенты США от Республиканской партии США относятся «LAW/ЗАКОН», «MONEY/ДЕНЬГИ», «POWER/ВЛАСТЬ», отражающие аксиологемы, основанные на утилитарных ценностях.

Метод анализа ключевых слов показывает, что кандидаты в президенты от Демократической партии демонстрируют намерение улучшить жизнь американцев в границах внутренней социальной сферы, т.к. они в целом сосредоточены на социально-экономических проблемах. Республиканцы в большей степени ориентированы на внешние угрозы.

Изучение жанрово-стилистических характеристик текстов предвыборных дебатов выявило, что республиканцы придерживаются более неформального стиля общения, в котором доминируют простые и/или синтаксически неосложненные предложения, неформальная лексика. Политический социолект

демократов отличается использованием синтаксически сложных конструкций и предложений, формальной лексикой, большим количеством вопросительных структур.

На основе проведенного анализа сделан вывод, что особенности жанрово-стилистических характеристик выступлений американских политиков – кандидатов в президенты США в жанре предвыборных дебатов обладают социально-идеологической вариативностью, проявляющейся в выборе определенных языковых средств с целью воздействия на адресата политического дискурса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Разработка проблематики языковой личности находится в центре антропологической лингвистики, ориентированной на изучение человека в языке. В последнее время фокус внимания исследователей смещается в сторону анализа речевого поведения языковой личности в коммуникативной ситуации, а также в определенных типах дискурса, что позволяет говорить о дискурсивной личности.

Дискурсивная личность американского политика, выступающего в роли кандидата в президенты США, воплощает в своем коммуникативном поведении признаки, составляющие основу соответствующего публичного социального типажа, которые могут быть выявлены при помощи методов лингвистического анализа. Дискурсивная личность как обобщенный социально узнаваемый типаж проявляет себя в определенных типах дискурса и обладает спецификой признаков коммуникативного поведения, концептологических и аксиологических характеристик.

Описание дискурсивной личности сводится к определению типов ее коммуникативных действий с целью достижения основной цели политического дискурса – завоевание и удержание власти; выявлению типов коммуникативной тональности, характеризующих манеру поведения дискурсивной личности и делающих ее узнаваемой; выявлению аксиологических характеристик исследуемой дискурсивной личности на основе анализа метафорических моделей и концептуальных доминант.

Ключевым жанром, в котором наиболее ярко проявляет себя дискурсивная личность кандидата в президенты США выступают предвыборные дебаты как публичный статусно-ситуативный институциональный жанр политической коммуникации. Данный жанр является прототипным для политического дискурса, ему свойственны такие характеристики как регламентированность, жестко фиксированные хронотоп и структура. По характеру ведущей интенции

данный жанр относится к агональным [Шейгал, 2000, с. 270], поскольку в нем сталкиваются интересы двух ведущих борьбу за власть партий.

Традиционными методами изучения дискурсивной личности являются метод наблюдения, контекстуального и интенционального анализа, интерпретативный метод. Вместе с тем разработанные в лингвистике методики концептологического, аксиологического и прагматического анализа ограничены рамками отдельно взятых текстов, что не позволяет экстраполировать результаты на совокупности текстов, а также выделить типичные модели поведения, основанные на использовании определенных языковых средств, выявить смыслы, общие для некоторого множества текстов. В целях определения типичных моделей поведения дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США, различий в ценностных и концептологических установках представителей конкурирующих политических партий нами разработана методика корпусного анализа, интегрирующая качественные и количественные методы, позволяющие обнаружить количественные характеристики употребления языковых структур и интерпретировать их в широком социально-политическом контексте. Поскольку исследование носит в целом сопоставительный характер мы опирались на корпусный метод ключевых слов, который позволил установить уникальные лексемы для каждого из исследуемых подкорпусов, определить особенности тактик ведения предвыборных дебатов кандидатами в президенты США от Республиканской и Демократической партий, установить специфику концептуальных доминант и метафорических моделей, конструирующих реальность, отражающих ценностные ориентиры поведения и характеризующих дискурсивные практики американского политического общения на материале отдельного жанра.

В результате анализа нашла подтверждение наша гипотеза о том, что вариативная социально-идеологическая составляющая политического дискурса проявляется в специфическом наборе речевых действий и реализующих их

языковых структур. Установлено, что республиканцы чаще выбирают объектами речевых тактик обвинения политических оппонентов, которые обозначаются местоимениями *they* и *you*. Использование в тактиках обвинения местоимения *you* позволяет нам говорить о его прямом характере и более агрессивной тональности республиканцев. Политические противники осуждаются за бездействие, нерешительность, т.е. нарушение практических, прагматических, инструментальных ценностей. К важным тактикам республиканцев относятся тактики негативного прогнозирования, связанные с внешними угрозами. Важное место в системе коммуникативных действий республиканцев занимают тактики обещания, маркируемые широким спектром языковых средств.

Кандидаты в президенты от Демократической партии значительно чаще используют тактики прямого призыва к избирателям, которые маркируются инклюзивным местоимением *we* и местоимение второго лица множественного числа *you*. В тактиках обвинения политических оппонентов демократы используют прием солидаризации с избирателями, что свидетельствует о доверительной коммуникативной тональности. Критикуя своих политических оппонентов, демократы обвиняют их в нарушении моральных ценностей, составляющих основу американского общества. В системе коммуникативных действий демократов важное место отводится тактикам прямого призыва к избирателям и тактикам солидаризации.

Социально-идеологическая специфика стратегии дискредитации проявляется в использовании тактик обвинения: выявлено, что республиканцы чаще прибегают к тактикам прямого обвинения, в то время как демократы предпочитают тактики косвенного обвинения или тактики отрицательного прогнозирования результатов действий политических оппонентов. Вместе с тем показано, что аксиологической основой тактик обвинения кандидатов в президенты от Демократической партии являются нарушения политическими оппонентами моральных норм и ценностей; республиканцы обвиняют своих

политических противников в нарушении прагматических, инструментальных ценностей.

Образно-ценностная составляющая дискурсивной личности проявляется в использовании метафорических моделей, отражающих специфику конструирования действительности и определяющих ценностные ориентиры поведения. Метафорические модели отражают идеологическую составляющую дискурсивных практик представителей различных партий. Метафорические модели, используемые республиканцами, отличаются большим разнообразием. В их дискурсивных практиках преобладают антропоморфные модели, отличающиеся новизной. Области источники метафорических моделей часто представлены отрицательно оцениваемыми в обществе явлениями и объектами. Использование таких моделей основано на воздействии на избирателей при помощи страха. Кандидаты в президенты от Демократической партии в основном обращаются к артефактным метафорическим моделям.

Концептологический аспект дискурсивной личности американского политика – кандидата в президенты США представлен системой концептов, к которым данная личность апеллирует для осуществления воздействия на избирателей. Концептуальные доминанты кандидатов в президенты от Демократической партии США являются «TRUTH/ПРАВДА», «EQUALITY/РАВЕНСТВО», «DUTY/ДОЛГ», отражающие аксиологемы, основанные на моральных ценностях. Концептуальные доминанты кандидата в президенты от Республиканской партии США представлены концептами «LAW/ЗАКОН», «MONEY/ДЕНЬГИ», «POWER/ВЛАСТЬ», отражающими аксиологемы, основанные на утилитарных ценностях.

Анализ жанрово-стилистических характеристик предвыборных выступлений республиканцев показывает, что они демонстрируют более демократичный стиль общения, используя языковые единицы сниженного регистра, к которым относятся междометия, разговорная лексика, идиомы и неологизмы; в синтаксическом плане для политического социолекта

республиканцев характерны неосложненные синтаксические структуры, простые, часто нераспространенные, предложения.

Политическому социолекту демократов свойственно использование формальной лексики, сложных синтаксических структур, эмфатических конструкций, вопросительных конструкций различного типа, отражающих риторический аспект общения.

В заключение отметим, что комплексное рассмотрение дискурсивной личности на основе методов корпусной лингвистики является важной задачей анализа дискурса, помогая раскрыть социально-культурную специфику ее коммуникативного поведения и уточнить способы воздействия на адресата политического дискурса.

Перспективы исследования заключаются в изучении дискурсивной личности профессионального политика в других жанрах политического дискурса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Анисимова, А. А. Роль метафоры в структуре политического дискурса [Текст] / А. А. Анисимова // III Международные Бодуэновские чтения: И. А. Бодуэн де Куртенэ и современные проблемы теоретического и прикладного языкознания: труды и материалы: в 2 т. / под общ. ред. К. Р. Галиуллина, Г. А. Николаева. – Казань: Изд-во Казан.ун-та, 2006. – т. 1. – С.42-44.
2. Анисимова, Т. В. Типология жанров деловой речи: риторический аспект [Текст]: дис. ... докт. филол. наук: 10.02.19 / Т. В. Анисимова; Волгоградская академия государственной службы. – Краснодар: Изд-во КубГУ, 2000. – 417 с.
3. Амиров, В. М. Агитационный предвыборный сверхтекст: организация содержания и стратегии реализации [Текст]: дис. ... канд. фил. наук: 10.02.01 / В. М. Амиров; Уральский гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2002. – 228 с.
4. Арутюнова, Н. Д. Дискурс [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – С.136– 137.
5. Арутюнова, Н. Д. Теория метафоры [Текст] / Н. Д. Арутюнова. сборник. Ред. Н. Д. Арутюнова, М. А. Журинская – М.: Прогресс, 1990. – 512 с.
6. Арутюнова Н. Д. Жанры коммуникации [Текст] // Человеческий фактор на языке: общение, модальность, дейксис. – М.: Наука, 1992. – С. 52-56.
7. Асадуллаева, А. В. Исторический криминальный лингвокультурный типаж «английский пират [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / А. В. Асадуллаева. – Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2011. – 22 с.
8. Атьман О. В. Вербализация стратегии интеграции в жанре субботнего обращения президента США [Текст] / О. В. Атьман //

Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2012. – № 6 (17). – С. 19-22.

9. Бабаева, Е. В. Концептологические характеристики социальных норм в немецкой и русской лингвокультурах [Текст]: Монография / Е. В. Бабаева. – Волгоград, Перемена, 2003. – 171 с.

10. Базылев, В. Н. К изучению политического дискурса в России и российского политического дискурса [Текст] / В. Н. Базылев // Политический дискурс в России – 2: Материалы раб. совещ. (Москва, 29 марта 1998 года) / Под ред. Ю.А. Сорокина и В.Н. Базылева. – М.: Диалог-МГУ, 1998. – 359 с.

11. Бакумова, Е. В. Ролевая структура политического дискурса [Текст]: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.02.19 / Е. В. Бакумова; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2002. – 31 с.

12. Балашова Л. В., Дементьев В. В. Русские речевые жанры: монография [Текст] / Л. В. Балашова, В. В. Дементьев. – М.: Издательский дом ЯСК, 2022. – 832 с.

13. Баранов, А. Н. Политический дискурс: прощание с ритуалом [Текст] / А. Н. Баранов // Человек. – Москва, 1997. – № 6. – С. 108-118.

14. Баранов, А. Н. Дескрипторная теория метафоры. [Текст] / А. Н. Баранов. – М.: Языки славянской культуры, 2014. – 632 с.

15. Баранов, А. Н. Парламентские дебаты: традиции и новации. [Текст] / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. – Москва: Знание, 1991. – 42 с.

16. Баранов, А. Н., Караулов, Ю. Н. Русская политическая метафора (материалы к словарю) [Текст] / А. Н. Баранов, А.Н., Ю. Н. Караулов. – М.: ИРЯ, 1991. С. 113.

17. Богин, Г. И. Модель языковой личности в ее отношении к разновидностям текстов [Текст]: Автореф. дис... докт. фил. наук: 10.02.19 / Г. И. Богин; Ленинградский государственный университет. – Ленинград, 1984. – 31 с.

18. Болдырев, Н. Н. Актуальные задачи когнитивной лингвистики на современном этапе [Текст] / Н. Н. Болдырев // Вопросы когнитивной лингвистики, 2013. – № 1(034). – С. 5-13.
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. Бровикова Л. Н. Лингвокультурный типаж «английский викарий»: эмблематические характеристики [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / Л. Н. Бровикова; Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2013. – 26 с.
21. Будаев, Э. В., Чудинов, А. П. Метафора в политическом интердискурсе: Монография [Текст] / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2006. – 215 с.
22. Валова Е. А., Н. А. Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии [Текст] / Е. А. Валова, Н. А. Слюсарь // По материалам ежегодной международной конференции «Диалог» (Москва, 1–4 июля 2016 г.). Вып. 15.: М.: Изд-во РГГУ, 2016. – С. 806-817.
23. Валяйбоб, А. В. Лингвокультурный типаж «американский первопроходец»: символические характеристики [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / А. В. Валяйбоб; Астраханский государственный университет. – Волгоград, 2013. – 20 с.
24. Васильева, Л. А. Лингвокультурный типаж «британский премьер-министр»: на материале современного английского языка [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.04 / Л. А. Васильева; Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова. – Нижний Новгород, 2010. – 20 с.
25. Вежбицка, А. Речевые жанры [Текст] / А. Вежбицка. – Саратов: «Колледж». Под ред. В.Е. Гольдин (отв. ред.), Л.В. Балашова, В.В. Дементьев

(отв. секретарь), О. Б. Сиротинина, М. Ю. Федосюк // Жанры речи. – 1997. – № 1. – С. 99-111.

26. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика. [Текст] / Р. Водак // Пер. с англ. и нем.; ВГПУ. – Волгоград: Перемена, 1997. – 139 с.

27. Вознесенская, Ю. В. Речевые стратегии конфликта в немецкой политической коммуникации [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.04 / Ю. В. Вознесенская; Санкт-Петербургский государственный университет. – СПб, 2010. – 18 с.

28. Воркачев, С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании [Текст] / С. Г. Воркачев // Филологические науки, 2001. – № 1. – С. 64-72.

29. Ворожцова, О. А. Прецедентные феномены в Российском и американском предвыборном президентском дискурсе 2004 года [Текст] / О. А. Ворожцова//Политическая лингвистика, 2007. – №3. – С.69-73.

30. Гайкова, О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации [Текст]: автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.04 / О. В. Гайкова; Волгоградский государственный университет. – Волгоград, 2003. – 19 с.

31. Голодова, Е. Ю. Рыцарский кодекс поведения: динамика лингвокультурных ценностей [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / Е. Ю. Голодова; Волгоградский государственный социально-педагогический университет. – Волгоград, 2015. – 26 с.

32. Голубева, Т. М. Языковая манипуляция в предвыборном дискурсе (на материале американского варианта английского языка) [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.04 / Т. М. Голубева; Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н. А. Добролюбова. – Н. Новгород, 2009. – 22 с.

33. Гольдин В. Е. Проблемы жанроведения [Текст] / В. Е. Гольдин // Жанры речи. – 1999. – № 2. – С. 4-6.

34. Горбунова, М. В. К истории возникновения термина «дискурс»

в лингвистической науке [Текст] / М. В. Горбунова // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского, 2018. – № 27. – С. 25-27.

35. Голоднов, А. В. Лингвопрагматические особенности персуазивной коммуникации (на примере современной немецкоязычной рекламы) [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.04 / А. В. Голоднов; Санкт-Петербургский государственный университет. – СПб, 2003. – 23 с.

36. Григорьева, О. Н. Стилистика русского языка [Текст] / О. Н. Григорьева. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000. – 164 с.

37. Гридина, Т. А., Коновалова, Н. И., Красноперова, Е. С. Грамматика воздействия: коммуникативные стратегии моделирования образа «свой — чужой» в сфере предвыборного политического дискурса [Текст] / Т. А. Гридина, Н. И. Коновалова, Е. С. Красноперова // Политическая лингвистика, 2021. – № 6. – С.12-22.

38. Гришаева, Л. И. Индивидуальное использование языка и когнитивно-дискурсивный инвариант «Языковая Личность» [Текст] // Л. И. Гришаева/ Вопросы когнитивной лингвистики, 2006. – С. 16-22.

39. Гуляева, Е. Ю. Лингвокультурный типаж «американский адвокат» [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / Е. Ю. Гуляева; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2009. – 24 с.

40. Гунькова, Д. Е. Дискурсивная личность американского политического комментатора – радиоведущего [Текст]: дис. ...кад. фил. наук: 10.02.04 / Д. Е. Гунькова; Санкт-Петербургский государственный экономический университет. – СПб, 2022. – 200 с.

41. Гусева, О. А. Риторико-аргументативные характеристики политического дискурса: На материале президентских обращений к нации [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / О. А. Гусева; Калужский государственный педагогический университет им. К. Э. Циолковского. – Тверь, 2006. – 22 с.

42. Дайнеко, П. М. Дискурсивные стратегии самопрезентации в институциональном интернет-общении [Текст]: дис. ...кан. филолог. наук: 10.02.19 / П. М. Дайнеко; Московский государственный лингвистический университет. – Москва, 2011. – 209 с.
43. Даулетова, В. А. Вербальные средства создания автоимиджа в политическом дискурсе (на материале рус. и англ. биограф. прозы) [Текст]: Автореферат дис. ... канд. филол. наук: 10.02.20 / В. А. Даулетова. – Краснодар, 2004. – 22 с.
44. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация [Текст] / Т. А. Ван Дейк // Пер. с англ.: сб. работ. – Москва: Прогресс, 1989. – 312 с.
45. Дементьев, В. В. Основы теории непрямо́й коммуникации Основы теории непрямо́й коммуникации [Текст]: Автореферат дис. ... доктора филологических наук: 10.02.19 / Саратов. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов, 2001. – 38 с.
46. Дементьев, В. В. Истерика как оценочная характеристика в политической коммуникации [Текст] / В. В. Дементьев // Политическая лингвистика, 2022. – №5. – С. 60-72.
47. Демьянков, В. З. Текст и дискурс как термины и как слова обыденного языка [Текст] / В. З. Демьянков // Язык. Личность. Текст: сб. к 70-летию Т. М. Николаевой. – М.: Языки славянских культур, 2005. – С. 34–55.
48. Демьянков, В. З. Интерпретация политического дискурса [Текст]: Учебное пособие // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования / В. З. Демьянков; отв. ред. М.Н. Володина. – М.: Изд-во Московского Государственного университета им. М.В. Ломоносова, 2003. – С. 116-133.
49. Демьянков, В. З. Политический дискурс как предмет политологической филологии [Текст] / В. З. Демьянков // Политическая наука. Политический дискурс: История и современные исследования. – 2002. – № 3. – С. 32-43.

50. Деревянская, В. В. Лингвокультурный типаж «британский колониальный служащий» [Текст]: Автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.19 / В. В. Деревянская; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2008. – 22 с.
51. 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.
52. Домышева, С. А. Политический дискурс vs дискурс реагирования: оценка политика как "человека неискреннего" в средствах массовой информации [Текст] / С. А. Домышева // Вестник Челябинского государственного университета, 2007. – № 22. – С. 41-44.
53. Дотдаева, Ф. И. Языковые средства ценностного воздействия в американском президентском дискурсе [Текст]: Автореф. дис. ...канд. филол. наук: 10.02.04 / Ф. И. Дотдаева; Пятигор. гос. лингвист. ун-т. –Пятигорск, 2013. – 19 с.
54. Дубровская, Т. В. Судебный дискурс: речевое поведение судьи (на материале русского и английского языков) [Текст] / Т. В. Дубровская. – М.: Изд-во «Академия. МНЭПУ», 2010. - 351 с.
55. Жанры речи / [редкол.: В. Е. Гольдин (отв. ред.) и др.]; Ин-т рус. яз. и рус. лит. при филол. фак. Сарат. гос. ун-та им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов: Изд-во Гос. учеб. – науч. центра «Колледж», 1997. – 212 с.
56. Жанры речи / [редкол.: В. Е. Гольдин (отв. ред.) и др.]; Ин-т рус. яз. и рус. лит. при филол. фак. Сарат. гос. ун-та им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов: Изд-во Гос. учеб. – науч. центра «Колледж», 1999. – 212 с.
57. Жанры речи / [редкол.: В. Е. Гольдин (отв. ред.) и др.] ; Ин-т рус. яз. и рус. лит. при филол. фак. Сарат. гос. ун-та им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов: Изд-во Гос. учеб. – науч. центра «Колледж», 2002. – 212 с.

58. 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.
59. Иванова, Ю. М. Стратегии речевого воздействия в жанре политических теледебатов [Текст]: Автореф дис. канд. фил. наук: 10.02.19 / Ю. М. Иванова; Волгоградский государственный педагогический университет. – Волгоград, 2003. – 19 с.
60. Иванцова, Е. В. Лингвоперсонология: Основы теории языковой личности: для студентов высших учебных заведений [Текст]: Учебное пособие / Е. В. Иванцова; Томского университета. – Томск: Изд-во Томского университета, 2010. – 160 с.
61. Изюров, А. М. Актуализация речевого субъекта в политическом дискурсе (на материале современного немецкого языка) [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.04 / А. М. Изюров; СПбГУ. – Санкт-Петербург, 2006. – 24 с.
62. Ионова, С. В. Токсичный руководитель: лингвоэкология речевого поведения [Текст] / С. В. Ионова // Экология языка и коммуникативная практика, 2018. – № 4. – С. 1–12.
63. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: Монография [Текст] / О. С. Иссерс. – М: ЛЕНАНД, 2017. – 308 с.
64. Иссерс О. С. Речевое воздействие [Текст] / О.С. Иссерс. – М.: Флинта: Наука, 2011. – 224 с.
65. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи [Текст] / О. С. Иссерс. – Изд. 5-е. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – С. 135-139.
66. Казаков, А. А. Способы языкового манипулирования в политическом медиадискурсе: попытка систематизации [Текст] / А. А. Казаков // Политическая лингвистика, 2013. – №3 (45). — С. 87-90.

67. Карамова, А. А. Текст и дискурс: Соотношение понятий [Текст] / А. А. Карамова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2013. – Т.10. – №2. – С. 19-23.
68. Карамова, А. А. Средства репрезентации концепта «власть» в текстах политического дискурса (на материале предвыборных программ парламентских выборов 2021 г.) [Текст] / А. А. Карамова // Политическая лингвистика, 2022. – № 5. – С. 73-81.
69. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс [Текст] / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2002. – 220 с.
70. Карасик, В. И. Языковые ключи [Текст] / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2007. – 520 с.
71. Карасик, В. И. Языковые проявления личности [Текст]: монография / В. И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2014. – 449 с.
72. Карасик, В.И. Языковая спираль: ценности, знаки, мотивы. [Текст] / В.И. Карасик. – Волгоград: Парадигма, 2015. – 432 с.
73. Карасик, В. И. Ценности как культурно значимые ориентиры поведения [Текст] / В. И. Карасик // Гуманитарные технологии в 176 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.
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. – С. 5-25.
75. Карасик, В. И., Ярмахова, Е. А. Лингвокультурный типаж «английский чудак» [Текст] / В. И. Карасик, Е. Н. Ярмахова. – М.: Гнозис, 2006. – 240 с.

76. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю. Н. Караулов. – М.: Наука, 1987. – 216 с.
77. Кашкин, В. Б., Шилихина, К. М. Концептуальный диссонанс при переводе российской лингвистической терминологии [Текст] / В. Б. Кашкин, К. М. Шилихина // Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2014. – № 1. – С. 72-77.
78. Кобелев, А. А. Понятие персуазивность в контексте «политического дискурса» [Текст] / А. А. Кобелев // VIII Ломоносовские научные аспирантские и студенческие чтения: Материалы выступлений 25 апреля 2006 года. – Архангельск.: Поморский университет, 2006. – С. 25.
79. Колокольцева, Т. Н. Специфические коммуникативные единицы диалогической речи [Текст] / Т. Н. Колокольцева. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2001. – 260 с.
80. Комиссарова, Т. С. Механизмы речевого воздействия и их реализация в политическом дискурсе: на материале речей Г. Шрёдера [Текст]: Автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.02.04 / Т. С. Комиссарова; Воронежский государственный университет. – Воронеж, 2008. – 22 с.
81. Кононова, И. В., Мельничук Т. А. Аксиологическая составляющая американского предвыборного дискурса в динамическом аспекте [Текст] / И. В. Кононова // Вестник Волгоградского государственного университета: Серия 2, Языкознание, 2021. – Т. 20. – № 4. – С. 113–125.
82. 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.
83. Космодемьянская, В. И. Коммуникативная стратегия согласия/несогласия в рамках прямой кооперативной реагирующей интенциональности [Текст] / В. И. Космодемьянская // Политическая лингвистика. – 2020. – № 4 (82). – С. 47-52.

84. Кочетова Л. А. Статистические методы в корпусных исследованиях [Текст] / Л. А. Кочетова // Теоретические и прикладные аспекты корпусных исследований: Сборник научных трудов. – Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2016. – С. 5-14.
85. 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.
86. Кошкарова, Н. Н., Яковлева, Е. М. Дискурс новой эмоциональности: коммуникативные практики цифровой реальности [Текст] / Н. Н. Кошкарова, Е. М. Яковлева // Политическая лингвистика, 2019. – №5. – С. 147-152.
87. Кравченко, А. В. Значение и коммуникация как лингвистическая проблема и корни ее непонимания [Текст] / А. В. Кравченко. — Иркутск: Байкал. гос. ун-т экономики и права, 2011. – С. 91-104.
88. Красавский, Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах [Текст]: Монография / Н. А. Красавский. – Волгоград: Перемена, 2001. – 495 с.
89. Кретов, А. А., Воевудская, О. М., Меркулова, И. А., Титов, В.Т. Единство Европы по данным лексики: монография [Текст] / А. А. Кретов, О. М. Воевудская, И. А. Меркулова, В. Т. Титов. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2016. – 412 с.
90. Крысин, Л. П. Эвфемизация речи как один из путей к коммуникативной толерантности [Текст] / Л. П. Крысин // Лингвокультурологические проблемы толерантности: тезисы докл. междунар. конф. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. – 403 с.
91. Кубрякова, Е. С. О понятии дискурса и дискурсивного анализа в современной лингвистике: обзор [Текст] / Е. С. Кубрякова // Дискурс, речь, речевая деятельность. Функциональные и структурные аспекты: сб. обзоров. – М.: ИНИОН РАН, 2000. – С. 7–25.

92. Кубрякова, Е. С. О типах дискурсивной деятельности [Текст] / Е. С. Кубрякова // Вестник МГЛУ, 2003. – № 478. – С. 5–10.
93. Кубрякова, Е. С. О термине «дискурс» и стоящей за ним структуре знания [Текст] / Е. С. Кубрякова // Язык. Личность. Текст / Сб. ст. к 70-летию Т. М. Николаевой. – М.: Языки слав. Культуры, 2005. – С. 23-33.
94. Купина, Н. А. Октябрьская революция: словарные толкования и аксиологические суждения на шкале времени [Текст] / Н. А. Купина // Политическая лингвистика, 2017. – №5. – С. 35-46.
95. Куприянова, Н. С. Отражение в языковой картине мира обыденных представлений об объекте смеха / Н. С. Куприянова // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. Гуманитарные науки. – 2009. – № 11 (15). – С. 38–45.
96. Лазуренко, Е. Ю., Саломатина М. С., Стернин И. А. Профессиональная коммуникативная личность [Текст] / Е. Ю. Лазуренко, М. С. Саломатина, И. А. Стернин И. А. – Воронеж: Истоки, 2007. – 194 с.
97. Лавринова, Н. И. Textoобразующие характеристики политического интервью [Текст] / Н. И. Лавринова // Вестн. Поморск. ун-та. Сер. Гуманитарные и социальные науки, 2009. – № 5 – С. 68 – 71.
98. Лакофф, Дж., Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем [Текст] / Дж. Лакофф, М. Джонсон; пер. с англ. А. Н. Баранова и А. В. Морозовой; под ред. и с предисл. А. Н. Баранова. – М.: УРСС, 2004. – 252 с.
99. Левшина, Н.Г. Косвенные речевые тактики в предвыборном дискурсе: на материале выборов Главы Администрации Псковской области [Текст]: Автореферат дис. канд. филол. наук: 10.02.19 / Н.Г. Левшина; СПбГУ. – СПб., 2005. – 167 с.
100. Леонтович, О. А. Методы коммуникативных исследований [Текст] / О. А. Леонтович. – Москва: Гнозис, 2011. – 224 с.
101. Лисюткина, И. С. Динамика реализации стратегии дискредитации в медиадискурсе 1950 – 2019 гг. (на материале русского и английского языков) [Текст]: автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / И. С. Лисюткина; Саратовский

национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского. – Саратов, 2021. – 25 с.

102. Лихачев, Д. С. Концептосфера русского языка [Текст] / Д. С. Лихачев // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста: Антология. – М.: Academia, 1997. – С. 280-287.

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

104. Мазаева, А. Ю. Политический дискурс: Фактор адресата [Текст] / А. Ю. Мазаева // Наука и просвещение: Тамбов, 2020. – С. 78–85.

105. Макаров, М. Л. Основы теории дискурса [Текст] / М. Л. Макаров. – М.: Гинозис, 2013. – 276 с.

106. Малышева, Е. Г. Концептуальная доминанта дискурса и ее репрезентация в формально-функциональном тезаурусе (на примере концепта 'победа' в журналистском спортивном дискурсе) [Текст] / Е. Г. Малышева // Вестн. Ом. ун-та: Омск, 2008. – № 2. – С. 77–87.

107. Михайлова, О.А., Михайлова Ю.Н. Дискурсивная личность: опыт лингвоаксиологического анализа [Текст] / О. А. Михайлова // Политическая лингвистика, 2021. – № 6. – С. 23-31.

108. Миронова, Н. Н. Общие и частные характеристики политической рекламы (на примере материалов рабочего совещания 27-28 марта 1999 г.) [Текст] / Н. Н. Миронова // Политический дискурс. – М.: Диалог-МГУ, 1999. – Ч. I. – С. 82-94.

109. Михалева, О. Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия [Текст] / О. Л. Михалева. – М.: Либроком, 2009. – 256 с.

110. Моргун, Е.А. Концептуализация инаугурационного дискурса (на примере инаугурационных речей американских президентов) [Текст] / Е. А.

Моргун // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение, 2010. – № 11 (192). – С. 81-86.

111. Мурзинова, И. А. Лингвокультурный типаж «британская королева» [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / И. А. Мурзинова; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2009. – 24 с.

112. Невинская, М. Д. Концептуальная оппозиция «народ – власть» в политическом дискурсе [Текст]: Автореф. дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / М. Д. Невинская. – Волгоград, 2006. – 20 с.

113. Нерознак, В. П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины [Текст] / В. П. Нерознак // Язык. Поэтика. Перевод: сб. науч. тр. Моск. Гос. Лингв. Ун-та. – М., 1996. – № 426. – С. 112 – 116.

114. Ножевникова, Е. Г. Фикциональные типажи в концептуальной картине мира и специфика их репрезентации в языке (на примере лингвокультурного типажа «волшебник») / Е. Г. Ножевникова, Н.П. Проскурякова // Вестник НГЛУ. 2018. – Вып. 41. – С. 83-93.

115. Паршина, О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России [Текст]: дис. ...докт. фил. наук: 10.02.01 / О. Н. Паршина; Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов, 2005. – 48 с.

116. Пильгун, Е. В. Лингвистические и социокультурные особенности политического дискурса американского варианта английского языка [Текст] / Е. В. Пильгун. – Минск: РИВШ, 2016. – 75 с.

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

118. Попова, С. В. Лингвокультурный типаж «школьная учительница»: субъектное позиционирование [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / С. В. Попова; Волгогр. гос. социал.-пед. ун-т. – Волгоград, 2011. – 24 с.

119. Попова, Е. А. Культурно-языковые характеристики политического дискурса [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / Е. А. Попова; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 1995. – 21 с.
120. Попова, Т. И. Телеинтервью в коммуникативно-прагматическом аспекте [Текст] / Т. И. Попова. – СПб.: Изд-во: Филологический факультет СПбГУ, 2002. – 220 с.
121. Приходько, А. Н. Концепты и концептосистемы [Текст]: Монография / А. Н. Приходько. – Днепропетровск: Белая Е.А., 2013. – 307 с.
122. Рощина, А. А. Эмблематические характеристики лингвокультурного типажа «китайский врачеватель» [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / А. А. Рощина; Волгогр. гос. соц.-пед. ун-т. – Волгоград, 2012. – 23 с.
123. Русакова, О. Ф. Современные теории дискурса: опыт классификаций [Текст] / О. Ф. Русакова // Современные теории дискурса. анализ (серия «Дискурсология»). – Екатеринбург: Издательский Дом «Дискурс-Пи», 2006. – С. 30.
124. Рясина, М. А. Стратегии политического медиа-дискурса (на материале электронных СМИ ФРГ) [Текст]: дис. ...канд. фил. наук: 10.02.04 / М. А. Рясина; Самарский государственный университет. – Самара, 2013. – 186 с.
125. Салимовский, В. А. Жанры речи в функционально-стилистическом освещении (научный академический текст) [Текст] / В.А. Салимовский. – Пермь, 2002. – 236 с.
126. Седов, К. Ф. Дискурс и личность: эволюция коммуникативной компетенции [Текст] / К. Ф. Седов. – Москва: Лабиринт, 2004. – 317 с.
127. Селиверстова, Л. П. Лингвокультурный типаж «Звезда Голливуда» [Текст]: дис. ...канд. фил. наук: 10.02.04 / Л. П. Селиверстова; Волгогр. гос. ун-т. – Волгоград, 2007. – 186 с.
128. 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.

129. Сиротинина, О. Б. Порядок слов в русском языке [Текст] / О. Б. Сиротинина – 2. изд., стер. – М: УРСС, 2003. – 170 с.

130. Скрынникова, И. В. Кросслингвистический репозиторий политических метафор: структура и проблемы методологии [Текст] / И. В. Скрынникова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2, Языкознание, 2019. – Т. 18. – № 2. – С. 128-146.

131. Слышкин, Г. Г. Лингвокультурные концепты и метаконцепты [Текст]: Монография / Г. Г. Слышкин. – Волгоград: Перемена, 2004. – 340 с.

132. Солганик, Г.Я. О структуре и важнейших параметрах публицистической речи (языка СМИ) [Текст] / Г. Я. Солганик // Язык современной публицистики: сб. статей. – М.: Флинта: Наука, 2005. – С. 13-30.

133. Степанов, Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования [Текст] / Ю. С. Степанов. – М.: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 824 с.

134. Степанова, О. В. Образная составляющая концепта «долг» в текстах русской художественной литературы [Текст] / О. В. Степанова // Филологические науки. Вопросы теории и практики, 2009. – № 1 (3). – С. 193-196.

135. Стернин, И. А. Когнитивная лингвистика [Текст]: Монография / И. А. Стернин, З. Д. Попова. – Москва: АСТ Восток-Запад, 2010. – 314 с.

136. Стрельников, А. М. Метафорическая оценка политического лидера в дискурсе кампании по выборам президента в США и России [Текст]: Автореферат Дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А. М. Стрельников; Екатер. гос. ун-т. – Екатеринбург, 2005. – 177 с.

137. Тертычный, А. А. Аналитические жанры в публичном диалоге [Текст]: Учебное пособие / А. А. Тертычный. – М., 2002. – 59 с.

138. Третьякова Т.П., Алимджанов А.А. К вопросу о жанровых типах институционального политического дискурса США [Текст]/Т.П. Третьякова, А.А. Алимджанов//Дискурс. – 2019. – № 5 (6). – С. 144-154.

139. Уланович, О. И. Концептуальная структура политического дискурса [Текст] / О. И. Уланович // Лингвистическая теория и образовательная практика: сб. науч. ст. / Белорус. гос. ун-т; отв. ред. О. И. Уланович. – Минск: Изд. центр БГУ, 2013. – С. 102-112.

140. Федосюк, М. Ю. Исследование средств речевого воздействия и теория жанров речи [Текст] / М. Ю. Федосюк // Жанры речи. – Саратов: Колледж, 1997. – С. 66-88.

141. Филаткина, Г. С. Коммуникативные стратегии в политическом медиадискурсе президентов Венесуэлы, Эквадора, Бразилии (1999-2014 гг.) [Текст]: дис. ...канд. фил. наук: 10.01.10 / Г. С. Филаткина; Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. – Москва, 2015. – 265 с.

142. Филимонова, Е. П. Языковая личность спортивного комментатора в дискурсивном пространстве СМИ [Текст] / Е. П. Филимонова // Вестник Адыгейского государственного университета. Филология и искусствоведение, 2017. – №1 (192). – С. 115-119.

143. Филинский, А. А. Критический анализ политического дискурса предвыборных кампаний 1999-2000 гг. [Текст]: Автореферат дис. канд. филол. наук: 10.02.19 / А. А. Филинский; Твер. гос. ун-т. – Тверь, 2003. –163 с.

144. Фуко, М. Речь и истина: Лекции о парресии (1982—1983) [Текст] / М. Фуко. – М.: Издательский дом «Дело», 2020. – С. 211

145. Халатян, Е.Б. Предвыборный дискурс: жанровое своеобразие и специфика языкового воплощения [Текст]: Автореф. дис. ...канд. фил. наук: 10.02.19 / Е. Б. Халатян; Ставропольский Государственный университет. – Ставрополь, 2011. – 22 с.

146. Храброва, Е.С. Роль и функции метафоры в создании портрета политического деятеля в российском и американском политическом дискурсе.

Диссертации по гуманитарным наукам [Электронный ресурс] / Е. С. Храброва. – Режим доступа: URL: <http://cheloveknauka.com/rol-i-funktsii-metafory-v-sozdanii-portreta-politicheskogo-deyatelya-v-rossiyskom-i-amerikanskom-politicheskom-diskurse#ixzz6FqU1ygh9> (дата обращения 14.06.22).

147. Цуциева, М.Г. Актуализация языковой личности политика в современном немецком политическом дискурсе [Текст]: Автореф. дис. ...д. филол. наук: 10.02.04 / М. Г. Цуциева; Российский государственный педагогический университет. – Санкт-Петербург, 2019. – 40 с.

148. Цуциева, М. Г. Дискурсивные технологии в современной немецкой политической коммуникации [Текст] / М. Г. Цуциева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов: Грамота, 2018. – № 10 (88). – Ч. 2. – С. 379-380.

149. Чернобров, А. А. Типы и жанры дискурса в лингвистике и филологии языка [Текст] / А. А. Чернобров // Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация, 2012. – Т. 10. – Вып. 2. – С. 87-92.

150. Чернявская, В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия [Текст] / В. Е. Чернявская. – М.: Флинта, Наука, 2006. – 136 с.

151. Чудинов, А.П. Политическая метафорология: дискурсивный поворот [Текст]: Монография / А. П. Чудинов. Э.В. Будаев, О.А. Солопова. – М.: Флинта, Наука, 2020. – 234 с.

152. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика [Текст]: Учебное пособие для студентов, аспирантов, преподавателей-филологов / А. П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2018. – 255 с.

153. Чудинов, А.П. Дискурсивные характеристики политической коммуникации [Текст] / А. П. Чудинов // Политическая лингвистика. – М., 2012. – №2 (40). – С. 53-59.

154. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика [Текст]: Учебное пособие / А. П. Чудинов. – М.: Флинта, Наука, 2006. – 254 с.

155. Шилихина Кс. М. Дискурсивная практика иронии когнитивный, семантический и прагматический аспекты [Текст]: Автореферат дис. ... доктора филологических наук: 10.02.19 / Кс. М. Шилихина; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж, 2014. – 50 с.
156. Шкотова, А. С. Юный маг как фикциональный лингвокультурный типаж [Текст] / А. С. Шкотова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета, 2014. – № 6. – С. 46-49.
157. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса [Текст] / Е. И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2000. – 440 с.
158. Шейгал, Е. И. Политические эмоции и их дискурсивное проявление [Текст] / Е. И. Шейгал // Язык и эмоции: номинативные и коммуникативные аспекты: сб. научн. трудов к юбилею В.И. Шаховского / Отв. ред. С.В. ИONOва. – Волгоград: Волгоградское научное издательство, 2009. – С. 175-183.
159. Шелестюк, Е. В. Текстовые категории аргументативности, суггестивности и императивности как отражение способов речевого воздействия [Текст] / Е. В. Шелестюк // Вестник Челябинского государственного университета (Серия «Филология. Искусствоведение»), 2008. – Вып. 26. – № 30 (131). – С. 170-175.
160. Шмелева, Т. В. Модель речевого жанра [Текст] / Т. В. Шмелева // Жанры речи, 1997. – № 1. – С. 88-99.
161. Шмелева, Т. В. Речеведение'2000 [Текст]: Речеведение: науч.-метод. тетради № 2. / Т. В. Шмелева. – Великий Новгород, 2000. – С. 6-19.
162. Baker, P. Using Corpora in Discourse Analysis [Text] / P. Baker. – London: Continuum, 2006. – 117 p.
163. Baker, P., McEnery, T. Corpora and Discourse Studies: Integrating Discourse and Corpora [Text] / P. Baker, T. McEnery. – Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2015. – P. 110-133.

164. Benoit W. L., Stein K. A., Hansen G. J. Newspaper coverage of presidential debates [Text] / W. L. Benoit W. L. // *Argumentation and Advocacy*, 2004. – Vol. 41. – № 1. – P.17-27.
165. Bevitori, C. Crossing Boundaries: Investigating 'Fair' in British Parliamentary Debates on Immigration [Text] / C. Bevitori. – *Textus*, 2018. – XXXI. – (1). – P. 165-186.
166. Bijeikienė, V., Utka A. Gender-specific Features in Lithuanian Parliamentary Discourse: an Interdisciplinary Sociolinguistic and Corpus-Based Study [Text] / V. Bijeikienė, A. Utka // *In Sky Journal of Linguistics*, 2006. –19. – P. 63-99.
167. Brezina, V., Love R. and Aijmer K. (eds.) *Corpus Approaches to Contemporary British Speech* [Text] / V. Brezina, R. Love and K. Aijmer // *Sociolinguistic studies of the Spoken BNC2014*. – New York: Routledge, 2018. – P. 654-657.
168. Brugman, C. What is the Invariance Hypothesis? [Text] / C. Brugman // *Cognitive Linguistics*, 1990. – Vol. 1(2). – P. 257-266.
169. Burgers, C., Konijn, E. A., Steen, G. J. Figurative framing: Shaping public discourse through metaphor, hyperbole, and irony [Text] / C. Burgers, E. A. Konijn, G. J. Steen // *Communication Theory*, 2016. – № 26 (4). – P. 410–430.
170. Cameron, D. Dreaming the Dictionary: Keywords and corpus linguistics [Text] / D. Cameron // *KeyWords*, 1997. – №1. – P. 35 – 45.
171. Chen et al. The original structure of the NMF topic model [Electronic resource] / et al Chen et al.//The UK, London, 2019. – Available from: <https://biblio.ugent.be/publication/8644376>
172. Corcoran, P. *Political language and rhetoric* [Text] / P. Corcoran. – University of Queensland Press, St Lucia, Queensland, 1979. – 216 p.
173. Cowley, S. J. *Distributed Language* [Text] / S. J. Cowley// *Distributed Language* / ed. by S. J. Cowley. — Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins, 2011. – P. 1-14.

174. Dijk, T.A. van. Ideology: A Multidisciplinary Approach [Text] / T.A. van Dijk. – London: Sage, 1998. – 374 p.
175. Fairclough, N. Language and Power [Text] / N. Fairclough. – London: Longman, 1998. – 259 p.
176. Fairclough, N. Media Discourse [Text] / N. Fairclough. E. Arnold, 1995. – 214 p.
177. Friginal, E. & Hardy, J. Corpus-based sociolinguistics [Text] / E. Friginal, J. Hardy // A Guide for Students. London, New-York: Routledge, 2014.
178. Gabrielatos, C. Conditionals, modality, and Schrödinger's cat: Conditionals as a family of linguistic qubits [Text] / C. Gabrielatos // In Hohaus, P. & Schulze R. (eds.) Re-assessing Modalising Expressions: Categories, Co-text, and Context. John Benjamins, 2020. – 400 p.
179. Halliday M.A.K. Language as Social Semiotic [Text] / M.A.K. Halliday – London, 1978. – 352 p.
180. Harris Z. S. Discourse Analysis [Text] / Z. S. Harris // Language. – The Hague, 1952. – N 8. – P. 1-30.
181. Hamed, D. Keywords and collocations in US presidential discourse since 1993 [Text] / D. Hamed // A corpus-assisted analysis. Journal of Humanities and Applied Social Sciences, 2020. – P. 137-158.
182. Kettunen K., la Mela M. Digging deeper into the Finnish parliamentary protocols [Text] / K. Kettunen & M. la Mela // Using a lexical semantic tagger for studying meaning change of everyman's rights (allemansträtten). CEUR Workshop Proceedings, 2020. – P. 63-80.
183. Kibrik, Andrej A. Cognitive discourse analysis: Some results [Text] / A. Kibrik // In: Cognition in Language Use. Selected papers from the 7th International Pragmatics Conference, Vol. 1. Edited by Enikő Németh. Antwerp. – International Pragmatics Association, 2002. – P.164-180.
184. Kjeldsen, J. E. Kock, C., & Vigsø, Ø. Political rhetoric in Scandinavia. In E. Skogerbo, O. Ihlen, N. N. Kristensen, & L. Nord (Eds.), [Text] / J. E. Kjeldsen; C.

Kock & Ø. Vigsø // Power, communication, and politics in the Nordic countries. – Gothenburg: Nordicom, University of Gothenburg, 2021. – 383 p.

185. Klemperer, V. LTI: Notizbuch eines Philologen [Text] / V. Klemperer. - Aufl. - Leipzig: Reclam, 1947. – 300 p.

186. Koestler, A. The Act of Creation [Text] / A. Koestler. – New York: Macmillan, 1964. – 751 p.

187. Kövecses, Z. Metaphor: A Practical Introduction [Text] / Z. Kövecses. – Oxford: University Press, 2010. – 400 p.

188. Kovács, A. / Wodak, R. NATO, Neutrality and National Identity: the Case of Austria and Hungary [Text] / A. Kovács, R. Wodak. – Wien. Kress, Gunther/ Van Leeuwen, Theo (1996) Reading Images, 2003. – 400 p.

188. Krzyżanowski, M., Oberhuber F. (Un)Doing Europe. Discourses and Practices of Negotiating the EU Constitution [Electronic resource] / M. Krzyżanowski, F. Oberhuber // Politische Vierteljahresschrift, 2008. – P. 587-589. – Available from: <https://cadmus.eui.eu/handle/1814/6961>.

189. Kubát, M., Cech Mathematical Linguistics [Electronic resource] / M., Kubát, Cech // University of Ostrava, 2016. – Volume 2, Number 1. – P. 5-13. – Available from: https://cechradek.cz/publ/2016_Cech_Kubat_Text_length_TC.pdf

190. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By [Text] / G. Lakoff, M. Johnson. – London, 2003. – 250 p.

191. Lakoff, G. Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think [Text] / G. Lakoff. – University of Chicago Press, 2002. – 413 p.

192. Li, T., & Zhu, Y. How does China appraise self and others? A corpus-based analysis of Chinese political discourse [Text] / T. Li & Y. Zhu // Discourse & Society, 2020. – №31(2). – P. 153-171.

193. Martin J. R., Rose D. Working with Discourse: Meaning beyond the Clause [Text] / J. R. Martin, D. Rose. – L.: Continuum, Bloomsbury Academic, 2003. – 293 p.

194. Mautner, G. Corpora and critical discourse analysis [Text] / G. Mautner // Contemporary approaches to corpus linguistics. P. Baker (ed.). – London: Continuum, 2009. – P. 32- 46.
195. Muntigl, P. Struggle as metaphor in European Union discourses on unemployment [Text] / P. Muntigl // DISCOURSE & SOCIETY, 1999. – 10 (1). – P. 67-99.
196. Musolff, A. Metaphor and Political Discourse. Analogical Reasoning in Debates about Europe [Text] / A. Musolff. – L: Palgrave Macmillan, 2004. – 211 p.
197. Partington, A. Corpora and discourse, a most congruous beast [Text] / A. Partington // Corpora and Discourse / A. Partington, J. Morley, P. Bayley (eds.). – Bern: Peter Lang, 2004. – P.11-20.
198. Political Advertising on Social Media Platforms [Electronic resource] / Social Media and Politics. – Available from: https://www.americanbar.org/groups/crsj/publications/human_rights_magazine_home/voting-in-2020/political-advertising-on-social-media-platforms.
199. Pomper, G.M. The Presidential Election [Text] / G.M. Pompe // The Election of 2000: Reports and Interpretations. – Chatham House Publishers of Seven Bridges Press, LLC, 2001. – P. 125-155.
200. Sopory, P., Dillard, J. P. The Persuasive Effects of Metaphor: A Meta-Analysis [Text] / P. Sopory, J. P. Dillard // Human Communication Research. – 2002. – Vol. 28. – № 3. – P. 382–419.
201. Sowinska, A. A Critical Discourse Approach to the Analysis of Values in Political Discourse: The Example of Freedom in President Bush’s State of the Union Addresses (2001–2008) [Text] / A. Sowinska // Discourse & Society. – 2013. – Vol. 24. – № 6. – P. 792-809.
202. Spitzer, L. Stilstudien [Text] / L. Spitzer. – München: M. Hueber, 1928. – 592 p.
203. Stefan, F. The UK Legislative Position on Cybercrime: A 20-year Retrospective [Text] / F. Stefan // Journal of Internet Law, 2009. – 13.– C. 3-13.

204. Stubbs, M. Whorf's children: critical comments on critical discourse analysis [Text] / M. Stubbs // *Evolving Models of Language*. – Clevedon: Multilingual Matters, 1997. – P. 100 – 116.
205. Stubbs, M. & Gerbig, A. Human and Inhuman Geography: on the computer-assisted analysis of long texts [Text] / M. Stubbs, A. Gerbig // *Data, Description, Discourse: Papers on the English Language in Honour of John McH Sinclair on his Sixtieth Birthday*. M. Hoyer (ed.). – London: Harper Collins, 1993. – P. 64 – 85.
206. Thompson, G. *Introducing Functional Grammar*. 2nd ed [Text] / G. Thompson. – L.: Hodder Arnold, 2004. – 347 p.
207. Turner, M. Aspects of the Invariance Hypothesis [Text] / M. Turner // *Cognitive Linguistics*, 1990. – Vol. 1, № 2. – P. 247-255.
208. Visser, J., Konat, B., Duthie, R., Koszowy, M., Budzynska, K. & Reed, C. Argumentation in the 2016 US presidential elections: annotated corpora of television debates and social media reaction [Electronic resource] / J. Visser, B. Konat, R. Duthie, M. Koszowy, K. Budzynska & C. Reed // *Language Resources & Evaluation*, 2020. – P. 54, 123–154. – Available from: <https://doi.org/10.1007/s10579-019-09446-8>
209. Wodak, R. *Critical Discourse Analysis* [Text] / R. Wodak // in K. Hyland and B. Paltridge (eds) *Continuum Companion to Discourse Analysis*, London: Continuum, 2011. – P. 16–32.
210. Wodak, R. Aspects of critical discourse analysis [Text] / R. Wodak // *ZfAL*. 2002. – № 36. – P. 5-31.
211. Wodak, R., De Cillia, R., Reisigl, M., & Liebhart, K. *The discursive construction of national identity* [Text] / R. Wodak. – Edinburgh, UK: Edinburgh University Press, 1999. – P. 10–13.
212. Wodak, R., van Dijk, T. *Racism at the Top* [Text] / R. Wodak, Van Dijk // Klagenfurt. *Racism at the top: Parliamentary discourses on ethnic issues in six European States*, 2000. – P. 9-17.

213. Yang, M., Jia, F. & Cao, Y. A comparative study of the political discourse from the perspective of appraisal theory—based on the corpus data of the two presidents' inaugural addresses [Text] / M. Yang, F. Jia. & Y. A. Cao // International Conference on Big Data and Informatization Education (ICBDIE), 2020. – P. 69-74.

Программное обеспечение

1. Anthony L., 2019. AntConc [Lawrence, 2019] AntConc (Version 3.5.8) [Computer Software]. Tokyo, Waseda University. URL: <http://www.laurenceanthony.net/> (date of access: 04.12.2019)

2. Andrew Hardie CQPWeb [Computer Software]. Available from: <https://cqpweb.ac.uk/usas/>.

3. 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. Donald Trump & Joe Biden 1-st Presidential Debate Transcript 2020 // Rev.com. 29.09.2020. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-1st-presidential-debate-transcript-2020> (дата обращения: 12.02.2022)

2. Presidential Debate at Case Western Reserve University and Cleveland Clinic in Cleveland, Ohio // The Commission on Presidential Debates. 29.09.2020. URL: <https://www.debates.org/voter-education/debate-transcripts/september-29-2020-debate-transcript> (дата обращения: 12.02.2022)

3. Donald Trump & Joe Biden Final Presidential Debate Transcript 2020 // Rev.com. 22.10.2020. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-joe-biden-final-presidential-debate-transcript-2020> (дата обращения: 12.02.2022)

4. First Presidential Debate: Barack Obama and John McCain // Englishtips.org. 09.06.2008. URL: <http://englishtips.org/1150804178-2008-first-presidential-debate-barack-obama-and.html> (дата обращения: 18.02.2022)

5. Second Presidential Debate - McCain and Obama - Transcript - Election Guide 2008 - The New York Times - Election Guide 2008 - The New York Time. URL: <https://www.nytimes.com/elections/2008/president/debates/transcripts/second-presidential-debate.html> (дата обращения: 18.02.2022)

6. Third Presidential Debate - McCain and Obama - Transcript - Election Guide 2008. URL: <https://www.nytimes.com/elections/2008/president/debates/transcripts/third-presidential-debate.html>. (дата обращения: 18.02.2022)

7. Barack Obama & Mitt Romney 1-st Presidential Debate Transcript 2012 // Rev.com. 03.10.2012. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/barack-obama-vs-mitt-romney-1st-presidential-debate-transcript-2012> (дата обращения: 15.02.2022)

8. Barack Obama & Mitt Romney 2-nd Presidential Debate Transcript 2012 // Rev.com. 16.10.2012. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/barack-obama-vs-mitt-romney-2nd-presidential-debate-transcript-2012> (дата обращения: 15.02.2022).

9. Barack Obama & Mitt Romney 3-rd Presidential Debate Transcript 2012. Lynn university, Boca Raton, Florida // The Commission on Presidential Debates. 22.10.2012. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/barack-obama-vs-mitt-romney-3rd-presidential-debate-transcript>. (дата обращения: 15.02.2022)

10. Donald Trump vs. Hillary Clinton 1st Presidential Debate Transcript 2016 // Rev.com. 26.09.2016. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-vs-hillary-clinton-1st-presidential-debate-2016> (дата обращения: 17.02.2022)

11. Hillary Clinton & Donald Trump 2-nd Presidential Debate Transcript 2016 // Rev.com. 09.10.2016. URL: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-vs-hillary-clinton-2nd-presidential-debate-transcript-2016> (дата обращения: 17.02.2022)

12. Full transcript: Hillary Clinton and Donald Trump's final presidential debate // Vox.com. 19.10.2016. URL: <https://www.vox.com/policy-and>

politics/2016/10/19/13336894/third-presidential-debate-live-transcript-clinton-trump
(дата обращения: 17.02.2022)

13. CPD: September 30, 2004 Debate Transcript. The First Bush-Kerry Presidential Debate. URL: <https://www.debates.org/voter-education/debate-transcripts/september-30-2004-debate-transcript> (дата обращения: 17.02.2022)

14. Poll: Bush, Kerry even in 2nd debate // CNN. 09.10.2004. URL: <https://edition.cnn.com/2004/ALLPOLITICS/10/09/snap.poll/index.html> (дата обращения: 17.02.2022)

15. The Third Bush-Kerry Presidential Debate // The Commission on Presidential Debates. 13.10.2004. URL: <https://www.debates.org/voter-education/debate-transcripts/october-13-2004-debate-transcript/> (дата обращения: 17.02.2022)

16. CPD: October 3, 2000 Transcript. The First Gore-Bush Presidential Debate. URL: <https://www.debates.org/voter-education/debate-transcripts/october-3-2000-transcript>. (дата обращения: 19.02.2022)

17. CPD: October 11, 2000 Debate Transcript. The Second Gore-Bush Presidential Debate. URL: <https://www.debates.org/voter-education/debate-transcripts/october-11-2000-debate-transcript>. (дата обращения: 19.02.2022).

18. 2000 Presidential Election of George W. Bush vs. Al Gore // ThoughtCo. 23.05.2019. URL: <https://www.thoughtco.com/2000-election-george-bush-al-gore-104624> (дата обращения: 19.02.2022)

Принятые сокращения

MWOD - Merriam-Webster Online Dictionary. Электронный ресурс:
<https://www.merriam-webster.com>