

*На правах рукописи*



**ШИРЯЕВ Николай Сергеевич**

**КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ  
НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ  
МЕДИАДИСКУРСЕ**

**(на материале английского и французского языков)**

Специальность 10.02.19 – Теория языка

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Саратов - 2018

Работа выполнена на кафедре теории, истории языка и прикладной лингвистики  
ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский  
государственный университет имени Н. Г. Чернышевского»

Научный руководитель:

*Колокольникова Марина Юрьевна,*  
доктор филологических наук, доцент,  
профессор кафедры романо-германской  
филологии и переводоведения  
ФГБОУ ВО «Саратовский национальный  
исследовательский государственный  
университет имени Н. Г. Чернышевского»

Официальные оппоненты:

*Балашова Елена Юрьевна,*  
доктор филологических наук, доцент,  
и. о. заведующего кафедрой иностранных  
языков ФГБОУ ВО «Саратовская  
государственная юридическая академия»

*Бушуева Людмила Александровна,*  
кандидат филологических наук, доцент кафедры  
английского языка ФГБОУ ВО «Нижегородский  
государственный лингвистический университет  
имени Н. А. Добролюбова»

Ведущая организация:

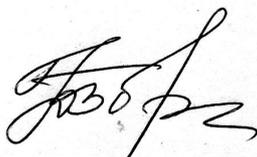
ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный  
университет»

Защита состоится « \_\_\_\_\_ » марта 2018 года в \_\_\_\_\_ на заседании  
диссертационного совета Д 212.243.02, созданного на базе ФГБОУ ВО  
«Саратовский национальный исследовательский государственный университет  
имени Н. Г. Чернышевского» (410012, г. Саратов, ул. Астраханская, 83) в  
XI корпусе, ауд. 301.

С диссертацией можно ознакомиться в Зональной научной библиотеке  
имени В.А. Артисевич и на сайте ФГБОУ ВО «Саратовский национальный ис-  
следовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского»:  
[https://www.sgu.ru/sites/default/files/dissertation/2017/09/28/dissertaciya\\_shiryaeva.pdf](https://www.sgu.ru/sites/default/files/dissertation/2017/09/28/dissertaciya_shiryaeva.pdf)

Автореферат разослан « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2018 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Ю. Н. Борисов

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемая работа посвящена исследованию коммуникативных стратегий репрезентации национальной идентичности в политическом медиадискурсе. Медийные тексты политического характера реализуют главную функцию СМИ – информирование массовой аудитории о текущих событиях. В связи с этим авторы данных текстов стремятся сделать их максимально информативными и одновременно воздействовать на восприятие аудиторией действительности, что связано с идеологизированностью коммуникативного пространства, в котором медийные свойства сочетаются с политическими.

**Актуальность** работы обусловлена тем, что в рамках характерной для современной лингвистики антропоцентрической парадигмы особую важность приобретают вопросы изучения специфики функционирования языка в различных типах дискурса и их разновидностях. При подобном подходе в центре внимания оказываются не только собственно языковые данные, но и различные экстралингвистические факторы (социокультурные, политические, исторические, психологические и др.), оказывающие влияние на процесс коммуникации.

Особый интерес в этом отношении представляет изучение общественно значимых типов дискурса. В настоящее время к их числу принадлежит политический медиадискурс, в котором находят отражение наиболее актуальные явления общественной жизни и который быстрее других типов дискурса реагирует на все значимые изменения в социуме.

На данный момент одной из концептуальных доминант в политическом медиадискурсе является национальная идентичность, что обусловлено процессом глобализации, в рамках которой наблюдаются две противоположные тенденции: унификация культуры и стремление к национальной идентификации и сохранению своей самобытности.

Данная работа выполнена в рамках коммуникативно-дискурсивного направления, в основе которого лежит идея о взаимосвязи речевой деятельности и конкретных коммуникативных ситуаций, а также о взаимовлиянии дискурса и социальной реальности. Сфера средств массовой коммуникации рассматривается как сфера коммуникативного взаимодействия политиков и массовой аудитории при посредстве журналистов. Журналисты, представляя информацию, руководствуются коммуникативным контекстом, который включает цель коммуникации, характер адресата, а также идеологические установки адресанта.

**Объектом** исследования служат политический медиадискурс как общественно значимый тип дискурса и используемые в нем коммуникативные стратегии и тактики.

**Предметом** исследования является взаимодействие коммуникативно-языковых средств и концептуальных доминант в политическом медиадискурсе.

**Материалом** исследования служат англоязычные и франкоязычные тексты, выражающие точку зрения сторонников независимости Шотландии и Квебека. Основная масса изучаемых текстов представлена в аналитических политических блогах, таких как *Bella Caledonia*, *Wee Ginger Dug*, *Le Blogue du*

*Québec* и др. Также использованы тексты с сайтов традиционных печатных изданий: *The Guardian*, *The Independent*, *Le Huffington Post Québec* и др., которые предоставляют платформу для высказывания авторов, выступающих с позиции сторонников автономии Шотландии и Квебека. Данные ресурсы могут служить источником содержательно тематического и идеологически однородного материала, позволяющего проследить конкретные механизмы взаимодействия языка, политики и идеологии. Кроме того, все исследуемые тексты являются аналитическими статьями, что позволяет говорить об их единой не только дискурсивной, но и жанровой принадлежности. Сказанное, разумеется, не отрицает возможности других принципов отбора материала, в том числе идеологически разнородного.

В хронологическом плане анализируемый материал датируется 2012-2017 годами.

**Единицами** исследования являются тематические контексты, в рамках которых реализуются коммуникативные стратегии репрезентации национальной идентичности. Объем анализируемых контекстов составляет от одного до нескольких предложений.

Основной **целью** исследования является изучение специфики репрезентации национальной идентичности в рассматриваемом сегменте политического медиадискурса.

В соответствии с поставленной целью были выдвинуты следующие **задачи**:

1. выявить дискурсообразующий потенциал категории *национальная идентичность*;
2. выделить основные коммуникативные стратегии и тактики репрезентации национальной идентичности в исследуемом материале;
3. установить основные лексико-семантические средства реализации выявленных стратегий и тактик;
4. провести количественный и качественный анализ ключевой лексики в исследуемом материале;
5. выявить общее и этноспецифическое в функционировании выделенных стратегий и тактик.

**Теоретической базой** исследования послужили работы отечественных и зарубежных авторов, выполненные в области лингвистики текста и теории дискурса (Ю. С. Степанов, Е. С. Кубрякова, Н. Д. Арутюнова, В. И. Карасик, А. А. Кибрик, Т. ван Дейк, М. Фуко, Э. Бенвенист, З. Харрис, Р. Водак, У. Маас, П. Серио, П. Шародо), политического и медийного дискурсов (Е. И. Шейгал, А. П. Чудинов, В. З. Демьянков, М. Н. Володина, Е. О. Менджерицкая, О. Б. Сиротина, Н. Фэрклоу, Г. Сейдел), идентичности (А. Смит, Б. Андерсон, С. Холл, И. С. Кон, П. М. Ершов).

**Научная новизна** работы обусловлена тем, что в ней уточняется набор коммуникативных стратегий и тактик современного политического медиадискурса, выявляется зависимость использования данных стратегий и тактик, а также средств их языковой реализации от тематической и идеологической направленности текстов, представляющих изучаемую дискурсивную сферу, отдельные ее сегменты.

В работе выявляется специфика репрезентации шотландской и квебекской идентичности в современных политических СМИ, отражающих точку зрения сторонников независимости Шотландии и Квебека. Выделены лингвистические и экстралингвистические факторы, определяющие эту специфику.

**Методы и приемы анализа.** В работе были использованы дискурсивный анализ, компонентный анализ, дефиниционный анализ, контекстуальный анализ и элементы количественного метода.

**Теоретическая значимость** работы определяется тем вкладом, который она вносит в дальнейшее совершенствование методов и развитие принципов коммуникативно-дискурсивных исследований, в изучение лингвистических и экстралингвистических параметров политического медиадискурса и установление общих механизмов взаимодействия концептуальных доминант общественно значимого дискурса и лексической семантики. Работа также вносит вклад в изучение национальной идентичности как лингвокультурологической и коммуникативно-дискурсивной категории.

**Практическая значимость** исследования состоит в возможности использования изложенных положений и полученных данных в лекциях по общему языкознанию и теории дискурса, а также при разработке спецкурсов по политической лингвистике, социолингвистике, медиалингвистике, лингвокультурологии, теории коммуникации, в курсах лингвистической интерпретации текстов политической тематики, стилистики английского и французского языков. Результаты исследования могут найти применение также у специалистов в области политической и медийной коммуникации, лингвокультурологии.

**На защиту выносятся следующие положения:**

1. Категория *национальная идентичность* является одной из смысловых доминант современного политического медиадискурса и обладает способностью формирования отдельных его сегментов, что особенно актуально для регионов, ведущих борьбу за бóльшую автономию вплоть до независимости (Шотландия, Квебек).

2. Выбор стратегий и тактик репрезентации национальной идентичности в исследуемом материале определяется природой самой категории *национальная идентичность*, основанной на оппозиции «свой / чужой»; общими целями политического медиадискурса, а также специфическими задачами того его сегмента, который выступает в качестве непосредственной среды реализации данной категории и представлен группой текстов, отличающихся единством тематики и идеологических установок.

3. Помимо собственно языковых средств репрезентации национальной идентичности (этнонимов, топонимов, лексем со значением «народ, нация» и др.) в политическом медиадискурсе способность передавать информацию национально-культурного характера приобретают политические термины и общеупотребительные лексические единицы, что обусловлено появлением у них ряда устойчивых тематических и ассоциативных связей с категорией *национальная идентичность*. Все указанные группы лексики приобретают выраженную оценочность, которая отличается высокой степенью вариативности.

4. Специфика реализации категории *национальная идентичность* определяется факторами как лингвокультурологического, так и коммуникативно-дискурсивного характера.

**Апробация** работы осуществлялась на всероссийских и международных научных конференциях: «Филология и журналистика в XXI веке» (22-24.04.15, Саратов), «Межкультурное общение: контакты и конфликты» (21-23.10.15, Москва), «XVIII Невские чтения 2016: Наука, образование и культура в новых социально-экономических условиях» (19-23.04.16, Санкт-Петербург), «Филология и журналистика в XXI веке» (27-29.04.16, Саратов), «Медиакультурное пространство России, Европы и Северной Америки как пространство риска» (01-03.03.17, Саратов), «Личность – язык – культура» (22-24.11.17, Саратов).

Основные положения и результаты диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры истории, теории языка и прикладной лингвистики ВГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского» в 2014, 2015, 2016 и 2017 годах. Всего по теме исследования имеется 8 публикаций, 3 из которых опубликованы в научных изданиях из перечня ВАК.

Цель и задачи исследования предопределили **структуру** работы, которая состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованной литературы, списка источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **введении** обосновывается выбор темы, её актуальность, определяются объект, предмет, цель, задачи исследования, характеризуется материал и методы анализа, формулируются научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы, положения, выносимые на защиту.

В **первой главе «Теоретические основы лингвистического исследования политического медиадискурса»** представлен анализ существующих в современной лингвистике подходов к определению понятия *дискурс*, само появление которого было обусловлено возникшей на определенном этапе развития науки потребностью «отразить в едином образе порождаемую в особых условиях речь, связываемую с самими коммуникативными условиями этого порождения» (Е. С. Кубрякова). В настоящем исследовании под дискурсом понимается прежде всего особое использование языка, которое соотносится с определенным видом социальной активности. Поэтому за порождаемыми в ходе дискурсивной деятельности текстами стоит не только особая грамматика, особый лексикон, особая семантика, но и в конечном счете – «особый (возможный) мир» (Ю. С. Степанов). Как и всякому другому виду деятельности, дискурсивной деятельности присущи цель, условия протекания, а также участники. При этом цель, не будучи собственно языковой категорией, выступает связующим звеном между лингвистическими и экстралингвистическими параметрами дискурса. Именно цель играет важнейшую роль в разграничении отдельных типов дискурса (религиозного, научного, политического, педагогического и др.).

Ввиду многообразия коммуникативных ситуаций и их участников постоянно возникает потребность в выделении отдельных разновидностей того или иного типа дискурса. В данной работе для обозначения отдельных разновидностей дискурса используется термин *дискурсивная практика*, под которой понимается коммуникативное пространство, формирующееся в рамках определённого типа дискурса вокруг какой-либо тематической или смысловой доминанты. Поскольку дискурсивная практика представляет собой сегмент дискурса, ей свойственна та же целевая установка, которая характерна для данного дискурса в целом, однако в дискурсивной практике эта целевая установка определённым образом уточняется, конкретизируются, что в свою очередь ведет к появлению специфических черт языковой реализации этой общей целевой установки.

К важнейшим характеристикам дискурса относится его историческая составляющая, что находит отражение в присущей отдельным периодам ценностной иерархии дискурсов. На данный момент особую значимость имеет политический медиадискурс. Будучи гибридным типом дискурса, совмещающим свойства политического и медийного дискурсов, политический медиадискурс характеризуется такой целевой установкой, как *борьба за власть*, а также высокой *идеологизированностью*, институциональной и культурной *детерминированностью*, *прецедентностью* и *ориентацией на массовую аудиторию*. В настоящее время именно политический медиадискурс является той коммуникативной средой, где формируются многие новые идеи и понятия, а также языковые средства их реализации, которые в дальнейшем транслируются в другие коммуникативные сферы. В настоящее время разработке проблем политического медиадискурса посвящены исследования Т. М. Грушевской, С. В. Ивановой, В. И. Карасика, Е. О. Менджерицкой, А. П. Чудинова, Е. И. Шейгал, Н. Фэрклоу и др.

В теории и практике дискурсивных исследований особое место занимают понятия *коммуникативная стратегия* и *коммуникативная тактика*. Коммуникативная стратегия – это общая направленность речевого поведения, проявляющаяся в комплексе определённым образом структурированных речевых действий и зависящая от цели коммуникации. Коммуникативная тактика, представляет собой конкретный способ, приём реализации выбранной стратегии. Представляется, что стратегии напрямую соотносятся с целью дискурса, а тактики во многом обусловлены коммуникативным контекстом. Следовательно, наличие определённого набора коммуникативных стратегий и тактик также следует отнести к базовым характеристикам дискурса.

Понятие *коммуникативная стратегия* тесно связано с принципом лингвистической экономии. Стремление человеческого мышления к сведению разнообразных ситуаций к стандарту ведёт к ритуализации речевого поведения. Таким образом, существование коммуникативных стратегий позволяет, с одной стороны, прогнозировать речевые действия участников коммуникации, с другой, регулировать ход коммуникации и манипулировать адресатом, осознанно прибегая к определённым стратегиям. В то же время коммуникативные стратегии обладают значительной степенью гибкости, поскольку определяются конкретными условиями коммуникации.

Многоаспектность понятия *коммуникативная стратегия* затрудняет создание общепринятой классификации. В данной работе мы опираемся на классификации О. С. Иссерс, О. Л. Михалёвой, О. Н. Паршиной и др. Несмотря на то, что общее число стратегий и реализующих их тактик в классификациях этих авторов различается, все они выделяют стратегии самопрезентации и дискредитации в качестве основных.

Во второй главе **«Национальная идентичность в системе современного гуманитарного знания»** рассматриваются основные подходы к данной категории. Идентичность представляет собой одну из тех проблем, с которой постоянно сталкивается человек, и является междисциплинарным феноменом. В большинстве подходов к идентичности подчёркивается её связь с социальной природой человека. В таком случае идентичность – это переживание и осознание своей принадлежности к тем или иным социальным группам и общностям, превращающие человека из биологической особи в социального индивида и позволяющие ему оценивать свои социальные связи в терминах «мы» и «они» (И. С. Кон).

Одним из самых многосторонних типов идентичности является национальная идентичность. Среди компонентов национальной идентичности наиболее часто выделяются следующие элементы: язык, культура, ценности, традиции, обычаи, историческое прошлое, этническая (и расовая) принадлежность, территория проживания, религия, гражданство и др. Интерес к изучению национальной идентичности связан с такими противоположными тенденциями, как стремление наций к взаимной интеграции и включению в крупные межгосударственные образования, с одной стороны, и движение в сторону культурной и политической самостоятельности, с другой. Неслучайно в настоящее время выделяют так называемые «регионы-локомотивы», обладающие богатым опытом борьбы за национальную и культурную независимость, среди которых выделяются, помимо прочих, Квебек и Шотландия.

Важное место в междисциплинарных исследованиях национальной идентичности занимает лингвистический аспект. Особое внимание уделяется лексико-семантическим средствам реализации данной категории, к которым в первую очередь относятся этнонимы и топонимы. При этом часто отмечается, что слова, выступающие основными средствами национальной и территориальной идентификации и самоидентификации, часто выявляют потенциальные коннотативные компоненты значения.

В настоящее время лингвистический аспект национальной идентичности изучается на различном материале. Во-первых, исследуется национальная идентичность большинства населения в уже существующих государствах, при этом особое внимание уделяется взаимосвязи языка, культуры и национального самосознания (М. А. Бойко, Е. Н. Катанова, М. В. Лесняк и др.). Во-вторых, некоторые исследователи изучают идентичность на материале текстов, в центре которых стоят этнические меньшинства, традиционно проживающие в поликультурных обществах (О. Р. Жерновая, В. Т. Клоков, А. Е. Кулаков и др.). В-третьих, в ряде работ исследуется идентичность национальных групп, сформировавшихся в результате миграции.

ровавшихся в ходе миграционных процессов и диаспор (Л. И. Ермоленкина, Т. В. Дубровская, В. Д. Попков, З. И. Резанова и др.).

Таким образом, национальная идентичность является динамической категорией. Это, в частности, проявляется в том, что средства её репрезентации могут варьироваться как во времени, так и в пространстве, причём не только географическом, но и социальном. В связи с этим возникает необходимость изучения не только лингвокультурного, но и коммуникативно-дискурсивного аспекта национальной идентичности.

В третьей главе «**Особенности репрезентации шотландской и квебекской идентичности в современных политических СМИ**» представлен анализ коммуникативных стратегий и тактик репрезентации национальной идентичности в шотландских и квебекских аналитических блогах, отражающих точку зрения сторонников независимости данных регионов.

Анализируемые источники предоставили возможность провести подобное исследование на материале, обладающем идеологической, тематической и жанровой однородностью. Авторы рассматриваемых текстов выступают в качестве посредников между политиками и массовой аудиторией непрофессионалов, при этом открыто придерживаясь точки зрения крупнейших политических партий Шотландии и Квебека: Шотландская национальная партия (*Scottish National Party*) и Квебекская партия (*Parti Québécois*).

Точка зрения Шотландской национальной партии регулярно находит отражение в таких блогах, как *Bella Caledonia*, *Scot Goes Pop*, *Wee Ginger Dug*, *Wings Over Scotland*. Сами названия данных блогов указывают на представленный в них способ осмысления действительности. *Bella Caledonia* – латинское словосочетание, которое можно перевести как «Прекрасная Каледония». Каледония – древнеримское название Шотландии. Название *Wings Over Scotland* подразумевает проведение анализа шотландской политики «с высоты птичьего полёта», т. е. объективно. Название *Scot Goes Pop* свидетельствует о стремлении авторов блога преподнести информацию о Шотландии в доступной и интересной для большинства населения форме. Наконец, *Wee Ginger Dug* – это выражение на шотландском диалекте английского, которое можно перевести как «Маленький рыжий пёс». Цветовое обозначение *ginger* традиционно ассоциируется с Ирландией и Шотландией.

Точка зрения Квебекской партии представлена в блогах *Le blogue du Québec*, *Tribune libre de Vigile*, *Le blogue de Jean-François Lisée*, а также в отдельном блоге на сайте Квебекской партии. Название *Blogue du Québec* означает «Блог о Квебеке». Вынесение топонима в заголовок уже указывает на его тематику. Словосочетание *Tribune libre de Vigile* фактически состоит из двух названий: собственно блог называется *Tribune libre* (Свободная трибуна), тогда как портал, частью которого он является, называется *Vigile*, что можно перевести как «страж» или «бдение». Таким образом, в заголовке *Tribune libre de Vigile* подчеркиваются идея свободы слова и бдительность.

В целом в ходе исследования было проанализировано около 1500 англоязычных и 1000 франкоязычных контекстов. При расчёте частотности страте-

гий вычислялась доля применения конкретной стратегии от суммы применений всех выявленных в исследуемом материале стратегий.

Поскольку рассматриваемая дискурсивная практика является сегментом политического медиадискурса, ей в целом свойственны те же коммуникативные стратегии, однако их набор уточняется и модифицируется в соответствии с её спецификой. В рамках стратегии самопрезентации выделяются тактики внутренней и внешней солидаризации, тактики внутреннего и внешнего выгодного сравнения, тактика агитации. В рамках стратегии дискредитации выделяются тактики внешнего и внутреннего дистанцирования, тактики внутреннего и внешнего аргументированного обвинения, тактика нападения.

*Стратегия самопрезентации* является одной из наиболее важных коммуникативных стратегий, применяющихся в рамках политического медиадискурса, поскольку политический успех адресанта напрямую зависит от того, вызовет ли он доверие и симпатию у адресата. В исследуемом материале стратегия самопрезентации применяется примерно в 56% случаев. Применительно к нашему материалу самопрезентацию целесообразно было бы определить как процесс, в ходе которого нация представляет себя и свои качества другим нациям, позиционирует себя в мировом политическом пространстве и стремится сформировать отношение к себе со стороны других наций и политических субъектов.

Среди наиболее распространённых тактик в рамках стратегии самопрезентации выделяется *тактика внутренней солидаризации*, используемая приблизительно в 17% случаев. Она состоит прежде всего в видимом принятии адресантом позиции адресата. Наиболее типичным средством реализации тактики солидаризации выступают дейктики 1-го лица множественного числа: англ. *we*, *our*, *ours*, фр. *nous*, *notre*, *nos* и др. Во французских текстах тактика солидаризации также реализуется с помощью неопределённо-личного местоимения *on*, которое во французском языке способно выступать субститутотом местоимения 1-го лица множественного числа *nous*.

Наряду с дейктиками базовыми средствами репрезентации национальной идентичности в изучаемом корпусе текстов служат этнонимы и топонимы, постоянно употребляющиеся в непосредственной близости к дейктикам и наиболее эксплицитно идентифицирующие нацию. Широко используются названия городов и их районов, особо значимых в политическом и национально-культурном плане. К примеру, топоним *Westminster* ассоциируется не только с английским парламентом, но и с Англией и всем английским в целом, поэтому в анализируемом материале используется в качестве одного из обозначений национального большинства и имеет выраженную негативную окраску.

Во франкоязычном материале наряду с этнонимами и топонимами средствами репрезентации национальной идентичности служат термины языковой принадлежности: *francophone* для квебекцев и *anglophone* для англоканадцев. Французский язык, причём в его квебекском варианте, является одной из главных черт, отличающих квебекцев от англоканадцев и англоязычных жителей Америки в целом, и изображается как результат деятельности самостоятельной квебекской нации и один из важнейших факторов ее единства:

«*Nous, au Québec, terre des francophones en Amérique, se sont créés au fil des ans un langage bien à nous*». – Мы в Квебеке, на земле франкоговорящих в Америке, с течением времени создали подходящий нам язык.

Применение тактики внутренней солидаризации подразумевает опору на важные для данной нации персоналии. Вальтер Скотт – писатель, прославившийся в эпоху романтизма и сыгравший роль в распространении моды на всё шотландское. Хью Макдиармид – поэт, писавший на шотландском языке («скотс») и стоявший у истоков современной Шотландской национальной партии:

«*Frontiers create and maintain borderlands, areas of contrast, ambiguity and choice – of fertility, rather than mere hostility. <...> The Scots (for instance) do know something about this: Walter Scott and Hugh Macdiarmid were borderers, not heartlanders*». – Благодаря рубежам формируются и сохраняются пограничные полосы – зоны контраста, неопределённости и вариативности; скорее, плодovitости, чем попросту враждебности. <...> Шотландцы (например) действительно кое-что об этом знают: Вальтер Скотт и Хью Макдиармид жили на границе, а не в сердце страны.

В реализации тактики внутренней солидаризации могут принимать участие и имена современных деятелей, например, лидеров Шотландской национальной партии (Никола Стёрджен) и Квебекской партии (Полин Маруа).

Особую значимость для солидаризации имеет упоминание исторических событий. Так, для квебекской идентичности важным историческим событием является франко-индейская война, в ходе которой Новая Франция перешла под власть Великобритании:

«*De nos jours, on dépeint souvent La Guerre de la Conquête comme une défaite tragique, mais presque rigolote par la durée de la bataille des Plaines d'Abraham (une vingtaine de minutes). On se flagelle. Ouin, on n'était pas prêt les boys, hihhi hohoho, c'était aussi long qu'une période au hockey, hihhi hohoho*». – В наши дни Франко-индейская война часто изображается как трагическое, но почти смешное поражение с точки зрения длительности битвы при Квебеке (около 20 минут). Мы виним самих себя. Нда, ребята, мы не были готовы, хи-хи-хи ха-ха-ха, она же длилась столько же, сколько хоккейный период, хи-хи-хи ха-ха-ха.

Хоккей в данном контексте играет роль культурного феномена, на основе которого реализуется тактика солидаризации. Другим примером культурного феномена служит шотландская музыка волынок, для обозначения которой используется гэльское слово *pibroch*:

«*I was particularly taken by West's... exploration of the connection between music and the land. A connection most clearly demonstrated, he suggests, when we listen to pibroch, the 'classical music' of the bagpipes*». – Меня, в частности, заинтересовало... исследование Уэста о связи между музыкой и землёй. Связи, которая, по его мнению, яснее всего проявляется, когда мы слушаем пиброх – «классическую» музыку волынок.

Тактика солидаризации может быть направлена и на «чужого», т. е. иную нацию или политическую силу. Средства реализации тактики внешней солидаризации включают в себя этнонимы и топонимы, связанные с «чужими», дейктики

3-го лица множественного числа, а также лексические единицы, обозначающие различные прецедентные феномены, связанные с «чужими» в роли союзников. Тактика внешней солидаризации применяется примерно в 12% случаев.

Сторонники независимости Шотландии часто обращаются к другим кельтским по происхождению нациям в рамках Соединённого Королевства:

*«There are three sister parties from the European Free Alliance standing in this election. Between them, the SNP, Plaid Cymru and Mebyon Kernow will put up over 100 candidates in England, Scotland and Wales».* – В этих выборах принимают участие три сестринские партии из Европейского свободного альянса. Вместе Шотландская национальная партия, Партия Уэльса и Сыны Корнуолла выдвинут более 100 кандидатов в Англии, Шотландии и Уэльсе.

Названия всех трёх партий передают информацию не только политического, но и национального характера. В каждом из этих названий употребляется этноним или топоним (*Scottish*, *Cymru*, *Kernow*), причем если шотландцы именуют свою партию по-английски, то валлийцы и корнуольцы отдали предпочтение традиционным кельтским наименованиям. Идея солидаризации усиливается за счёт метафорического использования термина родства *sister* в словосочетании *sister parties*.

Сходным образом используется лексема *cousin* во франкоязычном материале, где сторонники независимости Квебека регулярно подчёркивают связь Квебека и Франции. Одним из свидетельств этой связи является общий язык, который, однако, в Квебеке имеет ряд особенностей:

*«Les français de France aiment bien se plaindre de la qualité de notre français. Il faut que vous compreniez mes chers cousins que le québécois n'est pas une abbération mais notre adaptation, bien vivante, en provenance de notre société distincte».* – Французы из Франции очень любят жаловаться на качество нашего французского. Дорогие кузены, вам следует понять, что квебекский – не отклонение от нормы, а наша живая адаптация языка, произведённая нашим уникальным сообществом.

К Франции обращаются и шотландцы, для которых она всегда являлась ближайшим союзником из Европы. В подобных случаях подчёркивается европейская идентичность шотландцев, а в качестве одного из средств самоидентификации шотландцев выступает лексема *European*:

*«We were European before we were British — sending students to the continent, sharing citizenship with France and appealing our very nationhood to Rome».* – Мы были европейцами раньше, чем стали британцами: мы отправляли студентов на континент, разделяли гражданство с Францией и возводили саму нашу государственность к Риму.

Примечательно, что и в квебекском, и в шотландском материале тактика солидаризации реализуется в направлении стран Северной Европы, которые воспринимаются как идеал государственного устройства.

Последним направлением солидаризации, наблюдаемым в изучаемом материале, является солидаризация с национальным большинством: англичанами в случае Шотландии и англоканадцами в случае Квебека. Количество контекстов, в которых реализуется данное направление, не превышает 50. В подобных

случаях лексические единицы, обозначающие национальное большинство, приобретают положительные коннотации, а нации изображаются как равноправные партнёры.

*«May it not be that the 2014 referendum will provide an opportunity that shouldn't be missed, for both the Scots and the English?» – Не может ли быть такого, что референдум 2014 года предоставит и шотландцам, и англичанам возможность, которую не следует упускать?*

Специфика нашего материала позволяет говорить о *тактике агитации* в рамках стратегии самопрезентации. Представляется, что реализация тактики агитации связана не столько с призывом к действию, сколько со стремлением авторов рассматриваемых текстов пробудить самосознание шотландцев и квебекцев как наций. Тактика агитации в изучаемом материале является одной из низкочастотных тактик и применяется всего примерно в 3,5% случаев. Средства реализации тактики агитации в целом совпадают со средствами реализации тактики солидаризации. Различия в реализации двух тактик проявляются в первую очередь на уровне грамматики и связаны с высокой частотностью употребления модальных глаголов и императивных форм при реализации тактики агитации:

*«Everyone accepts that an independent Scotland would be viable: we now need to move on to why we should become independent». – Все признают тот факт, что независимая Шотландия была бы жизнеспособной; теперь нам необходимо перейти к разговору о том, почему нам следует стать независимыми.*

Использование модальных глаголов способствует маркированию «своих», поскольку прямые обращения и побуждения к объединению возможны только в процессе общения со «своими». Таким образом, акцент делается не на призыве к непосредственному действию, а на вере автора в готовность шотландцев или квебекцев к самостоятельной организации собственной жизни. Ту же функцию выполняет императив:

*«Prenons le contrôle de notre destinée». – Возьмём контроль над нашей судьбой.*

*Тактика внутреннего выгодного сравнения* занимает одно из первых мест по частотности применения и используется приблизительно в 22% случаев. Она заключается в таком противопоставлении сторон политической борьбы, которое сопровождается рациональными и объективными, на первый взгляд, аргументами и доводами, использование которых ведёт в конечном итоге к изображению в выгодном свете адресанта и имплицитной дискредитации его соперника. Средствами репрезентации национальной идентичности при реализации тактики внутреннего выгодного сравнения выступают прежде всего этнонимы и топонимы, обозначающие национальное меньшинство, которые употребляются в одном контексте с политической лексикой. Данные этнонимы и топонимы в изучаемых текстах имеют положительные коннотации, которые в силу так называемого семантического «заражения» передаются политической лексике.

Сторонники независимости Шотландии и Квебека подвергают критике англосаксонский индивидуализм и приверженность идее свободного рынка в экономической сфере, в результате чего при характеристике шотландцев и квебекцев используются лексические единицы, указывающие на близость, един-

ство, совместные действия: англ. *cohesion, together*, фр. *voisin, ensemble* и др. Например:

*«This is why, instead of platitudes to the free market, Yes Scotland need to emphasise that, given the current divisive politics of the UK, independence is increasingly likely to forge more social cohesion in Scotland». – Вот почему вместо пустых разговоров о свободном рынке сторонники независимости Шотландии должны подчеркивать, что в связи с нынешней разделяющей политикой Соединённого Королевства всё более вероятным становится тот факт, что независимость сделает общество более сплочённым.*

Шотландцы и квебекцы изображаются как нации, стремящиеся к будущему, отсюда критика государственного устройства Соединённого Королевства и Канады и употребление лексических единиц, указывающих на новое и изменения: англ. *change, new*, фр. *nouveau, projet* и др. Например:

*«Le but de la souveraineté consiste pour le Québec à passer du non statut de province d'Empire inféodée à un État post-impérial arbitraire et unitaire vers le statut pleinement reconnu d'État». – Цель квебекского суверенитета заключается в том, чтобы Квебек сменил статус с закреплённой имперской провинции на самоуправляемое унитарное пост-имперское государство и стал полностью признанным государством.*

Тактика выгодного сравнения, как и тактика солидаризации, может иметь различную направленность. Тактика внешнего выгодного сравнения является самой низкочастотной тактикой в рассматриваемом материале и применяется всего в примерно 1,5% случаев. Средствами её реализации выступают этнонимы и топонимы, обозначающие «чужую» нацию, а также лексемы, обозначающие «чужие» политические силы.

Так, в качестве «чужих» политических сил указываются любые партии, выступающие за единое государство и оказавшиеся в худшем положении в сравнении с партиями, выступающими за независимость, поэтому особую значимость приобретают их названия:

*«Far from being the Labour bastion of old, Scotland is now by a long way the party's weakest outpost in the UK. Not only are Labour just one point ahead of the Tories, they're behind the Greens». – Более не являясь старым оплотом лейбористов, Шотландия в значительной мере представляет собой самый слабый пост партии в Соединённом Королевстве. Мало того, что лейбористы всего на один пункт опережают тори, они ещё и отстают от зелёных.*

В случаях, когда авторам рассматриваемых текстов важно указать на уже произошедшие или происходящие изменения в настроении наций, друг другу противопоставляются часть нации, поддерживающая идею независимости, и часть нации, выступающая за единое государство, либо нация в прошлом противопоставляется нации в настоящем:

*En 2012, je vois un changement majeur dans les mentalités. Cette fois, le peuple Québécois sait que l'indépendance est affaire d'intérêts et de rapports de forces, ceci à cause des nouvelles communications électroniques». – В 2012 году я вижу большие изменения в умонастроении. Сейчас в связи с новыми электрон-*

ными средствами коммуникации квебекский народ знает, что независимость – это проблема интересов и соотношения сил.

Стратегия дискредитации является одной из базовых стратегий политического медиадискурса. Как показал ход исследования, в рамках нашей работы стратегию дискредитации целесообразно определить как стратегию, которая направлена на снижение авторитета или ослабление позиции политического оппонента в глазах адресата, т. е. избирателей. Под оппонентом мы имеем в виду прежде всего национальное большинство. Стратегия дискредитации используется приблизительно в 44% случаев.

Тактика дистанцирования в рамках стратегии дискредитации фактически является противоположной по отношению к тактике солидаризации в рамках стратегии самопрезентации. Тактика дистанцирования направлена прежде всего на экспликацию различий, отрицание идеи единства с политическим соперником. В роли подобного соперника в нашем материале в подавляющем большинстве случаев выступает национальное большинство, и особенно центральная власть. На долю тактики внутреннего дистанцирования приходится около 5% от общего числа применений. Средства реализации тактики дистанцирования включают в себя лексические единицы, обозначающие прецедентные феномены, этнонимы, топонимы, а также дейктики 3-го лица множественного числа, обозначающих «чужих» и приобретающих в силу этого отрицательные коннотации: англ. *they, their, theirs*, фр. *ils, leur, leurs* и др.

Основным поводом для подчёркивания дистанции между национальным большинством и меньшинством является неправомерность и несправедливость позиции и действий национального большинства, с точки зрения сторонников независимости:

*«They were getting their "information" from the London media, and were missing what was right under their nose – it didn't even occur to them to do something as obvious as check the live blog of Scotland's leading TV political journalist». – Они получали свою информацию от лондонских СМИ и пропускали то, что находится прямо у них под носом, – они даже не подумали сделать нечто столь очевидное, как проверить репортаж в блоге ведущего шотландского телевизионного журналиста.*

При реализации тактики внутреннего дистанцирования национальное меньшинство изображается как группа людей, справедливо действующих на благо всего общества, а национальное большинство – как группа людей, действующих исключительно в своих интересах:

*«On nous a dit indispensable avant le référendum, mais nous n'existons plus le lendemain de la victoire du NON». – Перед референдумом нас называли незаменимыми, но день спустя после победы противников независимости мы больше не существуем.*

Как и тактика солидаризации, тактика дистанцирования может реализовываться не только по отношению к национальному большинству, но и по отношению к потенциальным врагам. Однако употребление тактики внешнего дистанцирования в рассматриваемом нами материале менее распространено и занимает около 3,5% от суммы применений всех тактик. Основными средства-

ми реализации тактики внешнего дистанцирования выступают дейктики 3-го лица множественного числа, этнонимы, топонимы, а также лексемы, обозначающие определённые политические силы, например, англ. *parliament, government*, фр. *fédéralisme, gouvernement*.

Объектом внешнего дистанцирования являются прежде всего представители национального меньшинства, выступающие против независимости Шотландии и Квебека. Поскольку эти представители, с точки зрения авторов рассматриваемых текстов, не поддерживают взглядов Шотландской национальной и Квебекской партий, они воспринимаются как часть внешних, а не внутренних, «своих» сил. При этом поводом для дистанцирования вновь является предполагаемое моральное превосходство сторонников независимости:

*«The Scottish Labour vote by a big big majority is a funny thing. It makes you wonder what the 70% of members were doing for the last few years. Were they bitterly defending a policy they secretly found morally repugnant?»* – Преобладающее большинство голосов шотландских лейбористов – это смешное явление. Оно заставляет задуматься, чем 70% членов занимались последние несколько лет. Неужели они ожесточённо отстаивали курс, который втайне считали морально отталкивающим?

При реализации тактики внешнего дистанцирования особую роль обретают эпитеты с негативной оценкой вроде англ. *morally repugnant, democratically indefensible*, фр. *ignorant, ridicule* и другая лексика, направленная на дискредитацию оппонентов с точки зрения их моральных качеств:

*«Les amateurs de demi-vérités et de demi-mesures qui ne valent rien peuvent continuer à patauger comme ils et elles le veulent. La souveraineté et l'indépendance se feront sans eux».* – Ничего не стоящие любители полуправды и полумер могут продолжать барахтаться, как им угодно. Суверенитет и независимость установятся без них.

Важно отметить, что в случае реализации тактики дистанцирования этнонимы и топонимы, обозначающие национальное меньшинство, могут утрачивать характерную для них в большинстве анализируемых контекстов положительную оценочность и менять ее на отрицательную.

*Тактика аргументированного обвинения* подразумевает противопоставление сторон политической борьбы сопровождается внешне объективными аргументами, которые направлены прежде всего на эксплицитную дискредитацию противника и на имплицитное изображение «своих» в выгодном свете. В рассматриваемом нами материале *тактика внутреннего аргументированного обвинения* является самой высокочастотной тактикой и применяется приблизительно в 27% случаев. Основными средствами реализации тактики аргументированного обвинения внутренней направленности выступают этнонимы и топонимы, обозначающие национальное большинство, а также политические термины, употребляемые в непосредственной близости с этнонимами и топонимами. Лексемы, обозначающие национальное большинство, в изучаемых текстах имеют негативные коннотации, передающиеся политической лексике.

Одна из причин обвинений в адрес национального большинства – препятствия к распространению информации. Для затрагиваемых в нашем исследова-

нии лингвосоциокультурных сообществ нехарактерно прямое ограничение свободы слова, поэтому критика, направленная на попытки ограничить распространение информации, приобретает особую остроту:

«*The sustained onslaught against everything that Yes Scotland stands for often makes its measured tones sound insipid, especially on issues like currency or revenue vs spending*». – Непрерывный натиск на всё, что поддерживает «Да, Шотландия!», заставляет её сдержанный тон звучать невыразительно, особенно в том, что касается вопросов вроде валюты или доходов/расходов.

Критикуются элементы общественной жизни Соединённого Королевства и Канады, представляющиеся устаревшими сторонникам независимости, в связи с чем употребляются лексемы, указывающие на отсутствие изменений, несоответствие современности: англ. *old, historic*; фр. *vieux, demi-mesure* и др. Например:

«*The pomp and pageantry of the Queen's Speech and its arcane procedures may be "cherished" or "historic", but they also alienate the average citizen from their democratic institutions, making them appear esoteric and distant and not worthwhile engaging with*». – Великолепие и пышность тронной речи, а также малопонятный порядок проведения этого мероприятия могут быть «лелеемыми» или «исторически значимыми», однако они также отчуждают среднего гражданина от демократических институтов, заставляя их казаться эзотеричными, далёкими и не стоящими того, чтобы иметь с ними дело.

Ещё одно основание для аргументированного обвинения – экономическое устройство Великобритании и Канады. В подобных случаях возрастает частотность употребления экономических терминов и лексических единиц, указывающих на централизованный характер власти, таких, как англ. *power, control*, фр. *empire, centraliser* и др.:

«*Le gouvernement fédéral ne nous redonne qu'une partie de l'argent que nous lui avons envoyé, ce qui leur permet d'accumuler des milliards de dollars en surplus. Pendant ce temps, la province n'a plus d'argent pour financer la SANTÉ et l'ÉDUCATION*». – Федеральное правительство возвращает нам только часть денег, которые мы им отправляем, что позволяет ему дополнительно накапливать миллиарды долларов. Между тем у провинции больше нет денег на финансирование ЗДРАВООХРАНЕНИЯ и ОБРАЗОВАНИЯ.

Во франкоязычном материале дополнительной причиной для обвинения национального большинства выступает языковая политика, в связи с чем при реализации тактики внутреннего аргументированного обвинения используются прилагательные, связанные с языковой принадлежностью: *anglophone, francophone, unilingue, bilingue, anglais, français* и др.:

«*Pas un seul ne parlait français et pour nous punir, une vieille douanière nous fit remplir des tonnes de papiers, en anglais seulement*». – Ни один не говорил по-французски, и в качестве наказания для нас старая сотрудница таможи заставляла нас заполнять тонны бумаг исключительно по-английски.

Тактика аргументированного обвинения может быть направлена на «чужих», выступающих в качестве третьей стороны. В изучаемом нами корпусе число применений тактики внешнего аргументированного обвинения состав-

ляет около 4%. Основными средствами реализации тактики внешнего аргументированного обвинения выступают этнонимы, топонимы, а также названия политических сил, обозначающие «чужих». В соответствии с задачей рассматриваемой тактики в изучаемом материале указанные лексические единицы приобретают негативные коннотации.

Поскольку на протяжении долгого времени США выступали союзниками Соединённого Королевства, то в англоязычном материале они представляют собой ту внешнюю силу, на которую направлена критика сторонников независимости Шотландии:

*«And why was a Labour UK government angrily sacking its ambassadors? Because they were being TOO CRITICAL of human rights abuses (a thing we weren't aware there was a limit on), at the same time the UK government was bending over backwards to help the Americans barbarically torture innocent civilians, sometimes to death». – Так почему же лейбористское правительство Великобритании гневно увольняло своих послов? Потому что они были СЛИШКОМ КРИТИЧНО НАСТРОЕНЫ по поводу нарушения прав человека (того явления, о существовании пределов в котором мы не знали), в то время британское правительство из кожи вон лезло, чтобы помочь американцам варварски пытаться невинное гражданское население, иногда до смерти.*

Квебекские авторы в качестве объекта критики выбирают Францию, которую обвиняют в том, что в своё время она «бросила» Квебек, оставив его на откуп британцам:

*«La décision finale a été prise trois ans plus tard, le 10 février 1763, avec le Traité de Paris, qui ne tint aucun compte des batailles gagnées ou perdues sur le sol du Québec». – Окончательное решение было принято три месяца года спустя, 10 февраля 1763 года, с заключением Парижского мирного договора, который никак не учитывал сражения, выигранные или проигранные на квебекской земле.*

Очевидно, что если в случае критики США ключевыми являются лексемы со значением «жестокость, смерть» (*death, torture, abuse* и др.), то в случае критики Франции основным становится мотив предательства.

Манипулятивный характер стратегий политической коммуникации предусматривает возможность реализации агональности и с помощью тактик, опирающихся не только на рациональный, но и на иррациональный подход. Поэтому в политической коммуникации имеют место необоснованные обвинения и оскорбления, причём последние в зависимости от лингвосоциокультурной ситуации могут принимать различную форму, вплоть до употребления инвектив. Поэтому представляется целесообразным выделить *тактику нападения*. Отличие тактики нападения от тактики аргументированного обвинения состоит в том, что тактика нападения опирается не на рациональные аргументы, а апеллирует к эмоциям. Поскольку у авторов в такой ситуации нет необходимости обосновывать свою позицию, контексты, в рамках которых реализуется тактика нападения, в целом меньше по объёму, чем те, в которых реализуются тактики, рассмотренные до этого, и включают не более 2-х предложений.

В изучаемых текстах число использования тактики нападения составляет 4% от суммы применений всех тактик. Основные средства реализации тактики

нападения во многом совпадают со средствами реализации тактики выгодного сравнения. Однако поскольку в основе тактики нападения лежит апелляция к эмоциям, в тематических контекстах, в которых она реализуется, употребляется большое количество эмоционально-экспрессивно окрашенных лексических единиц, в том числе сниженного характера.

Авторы рассматриваемых текстов упрекают национальное большинство в невежестве, при этом используя экспрессивную и инвективную лексику:

*«Ce n'est pas du «séparatisme» ni du «sécessionnisme», n'en déplaise aux ignorants crasses qui n'ont que des termes réductifs pour qualifier les événements d'envergure qui leur échappent».* – Не в обиду грязным невежам, у которых для характеристики проходящих мимо них широкомасштабных событий есть только уничижительные термины, это не «сепаратизм» и не «сецессионизм».

Поводом для нападения во франкоязычных контекстах является языковая принадлежность:

*«C'était un anglophone unilingue. Ses précautions ridicules provoquèrent l'hilarité générale».* – Он был одноязычным англофоном. Его нелепые меры предосторожности вызывали всеобщее веселье.

Важно отметить, что общее количество изученных контекстов с инвективной лексикой не превышает 10, что объясняется культурными особенностями рассматриваемых лингвосоциокультурных пространств.

Как показал анализ, специфика рассматриваемого корпуса текстов проявляется не только в наборе стратегий и тактик, но и лексико-семантических средств их реализации. Причем между двумя изучаемыми лингвокультурами в этом отношении обнаруживается заметное сходство. Подтверждением сказанному служат результаты анализа ключевой лексики, проведенного с помощью онлайн-инструментов *Word Counter* ([wordcounter.net](http://wordcounter.net)) и *Word Counter Tool* ([wordcounttools.com](http://wordcounttools.com)). В ходе исследования мы ставили цель выявить 100 наиболее употребительных лексем в выделенных нами корпусах текстов. Словоформы были приведены к начальной форме, были исключены слова, относящиеся к служебным частям речи. Были добавлены названия политических партий, состоящие из двух словоформ. Учитывались только слова, связанные с тематикой рассматриваемых текстов и обладающие набором широких лексико-семантических и ассоциативных связей в рамках рассматриваемой дискурсивной практики. Для каждой из полученных в итоге лексем мы рассчитали долю употреблений от общего числа словоформ в каждом корпусе, которая была округлена до сотых.

Как показал анализ, лексемы в англоязычной и франкоязычной выборках относятся к ограниченному числу лексико-семантических групп, которые включают этнонимы, топонимы, дейктики 1 и 3 лица множественного числа, названия политических партий и другую политическую лексику. Полученные списки ключевых слов позволяют составить общее представление о лексическом наполнении изучаемого корпуса текстов. В целом доля употребления указанных в таблице лексических единиц составляет до 10% от общего количества словоупотреблений.

Этнонимы и топонимы выступают в качестве базового средства репрезентации национальной идентичности и самоидентификации наций в изучаемом мате-

риале и получают выраженную оценочность. Под политической лексикой мы подразумеваем в первую очередь терминологическую лексику, однако в политическом медиадискурсе ряд терминов неизбежно деспециализируется. Кроме того, представляется целесообразным включить в группу политической лексики общеупотребительные единицы, регулярно используемые в исследуемой коммуникативной сфере в качестве средства выражения политических взглядов и интересов.

В изучаемом материале высокой частотностью обладает лексика, указывающая на изменения, на временную разницу между настоящим и будущим, на возможность самостоятельной реализации национальным меньшинством его планов: *new/nouveau, future, own, strong, win, maintenant, projet, réaliser*.

Во французской выборке выделяется группа лексем, связанных с военной тематикой: *guerre, armée, stratégie, bataille*. Их присутствие среди ключевых слов, возможно, объясняется несколькими факторами: историческими аллюзиями в изучаемых текстах, их употреблением в переносных значениях, а также вероятной склонностью квебекцев воспринимать политическую борьбу сквозь призму военных действий.

Интерес представляет тот факт, что равномерность употребления ключевых слов в шотландском материале незначительно, но выше, чем в квебекском. Результаты анализа позволяют сделать вывод, что для авторов квебекских текстов «этническая» составляющая ключевой лексики важнее, чем для шотландских авторов. Шотландские авторы, наоборот, чаще, чем квебекские, употребляют политические термины. Вероятно, в какой-то мере это объясняется историческими обстоятельствами борьбы за идентичность в рассматриваемых регионах.

В ходе реализации конкретных тактик те или иные лексеммы регулярно употребляются в одном синтагматическом ряду, в результате чего между подобными единицами устанавливаются стойкие лексико-семантические, тематические и ассоциативные связи, не свойственные им на уровне языка (системы). Под влиянием подобных связей у лексем модифицируются не только коннотативные, но и денотативные компоненты значения, что приводит к появлению контекстуальных синонимов, характерных для изучаемой коммуникативной сферы. Это прежде всего касается тех лексических единиц, которые связаны с репрезентацией идентичности квебекцев или шотландцев. Так, уже было отмечено, что авторы указанных текстов постоянно отождествляют политическую и национальную идентичности. В результате одни и те же лексеммы могут указывать как на этническую принадлежность, так и на политические взгляды.

Целесообразно также отметить, что коннотативный компонент значения этнонимов и топонимов в исследуемом материале, хоть и задаётся спецификой рассматриваемой дискурсивной практики, отличается высокой стабильностью. С другой стороны, коннотации политической лексики меняются в зависимости от того, в отношении какой нации употребляется та или иная лексема, обозначающая политическое явление. Непосредственное влияние на коннотативный компонент значения политической лексики оказывают употребляемые в непосредственной близости от неё основные средства репрезентации национальной идентичности: этнонимы, топонимы и дейктики.

В **заключении** подводятся основные итоги исследования и намечаются его перспективы. Проведённый анализ позволяет утверждать, что национальная идентичность не только характеризуется высокой степенью коммуникативной вариативности, но и сама в свою очередь обладает способностью к дискурсообразованию, к порождению его отдельных разновидностей, в чем находит отражение диалектика взаимодействия дискурса и присущих ему на определенном временном отрезке смысловых (концептуальных) доминант.

Поскольку рассматриваемая дискурсивная практика является сегментом политического медиадискурса, ей в целом свойственны те же коммуникативные стратегии, однако их набор уточняется и модифицируется в соответствии с её спецификой. Представляется, что использование именно указанного выше набора коммуникативных стратегий и тактик обуславливается тремя основными факторами. Во-первых, самой категорией *национальная идентичность*, в основе организации которой лежит оппозиция «свой / чужой», поэтому, идентифицируя себя как представителя определённой нации, индивид одновременно осознанно или неосознанно дистанцируется от других этнических групп или сообществ.

Категория *национальная идентичность*, весьма широкая по своей природе и содержащая большое число разнообразных компонентов, лишь в самом общем виде задает параметры своей реализации в той или иной конкретной ситуации и испытывает высокую степень зависимости со стороны дискурсивной среды. Неслучайно поэтому, что вторым фактором, обуславливающим применение указанных выше стратегий и тактик, являются особенности политической коммуникации, которые находят отражение и в политическом медиадискурсе. В ходе политической коммуникации её участникам необходимо решить хотя бы одну из следующих задач: представить себя и оппонентов, победить последних, найти союзников. Иными словами, речь идет об ориентации, интеграции и агональности. Представляется, что выделенные в нашем исследовании стратегии и тактики репрезентации национальной идентичности в полной мере соотносятся с этими тремя задачами.

Третьим фактором, оказывающим влияние на выбор стратегий и тактик, а также на частотность их употребления, является специфика той дискурсивной практики, репрезентантами которой, выступают изучаемые тексты. За данными текстами стоит особая идеология и, в конечном итоге, особый «возможный мир», в рамках которого все события и явления изображаются и оцениваются с точки зрения противостояния отстаивающих свою автономность регионов и центра, представляющего национальное большинство.

В результате дискурс не только отбирает лексические единицы из числа имеющихся общеязыковых средств, но и тщательно приспособливает их к характерным для него целям и условиям коммуникации. Это происходит прежде всего за счёт модификации смысловой структуры лексем, появления в ней дополнительных, уточняющих компонентов, в том числе имеющих выраженную идеологическую окраску. В результате в общественное сознание «вживляются» определённые идеи, понятия, ценности. В этом проявляются лингвокреативные способности дискурса.

Проблемы, рассматривавшиеся в данном исследовании, безусловно требуют дальнейшего изучения и более детальной проработки. В частности, необходимо привлечь тексты различной языковой, дискурсивной, жанровой принадлежности. Кроме того, представляется, что значительные результаты могло бы принести исследование, которое в качестве материала использовало бы тексты, обладающие различной политической и политической направленностью.

Основные положения диссертационного исследования отражены в 8 опубликованных работах:

1. **Ширяев, Н. С. Коммуникативно-речевые стратегии репрезентации шотландской национальной идентичности (на материале региональных аналитических блогов и новостных сайтов) / Н. С. Ширяев // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. – 2015. – Т. 15, вып. 4. – С. 114-117.**

2. **Ширяев, Н. С. Коммуникативные стратегии самоидентификации ирландцев (на материале региональных аналитических блогов и новостных сайтов) / Н. С. Ширяев // Вестник Челябинского государственного университета. – 2016. – № 7. Филология. Искусствоведение. – Вып. 101 – С. 175-180.**

3. **Ширяев, Н. С. Коммуникативно-дискурсивные характеристики аналитических блогов, посвященных независимости Шотландии / Н. С. Ширяев // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. – 2017. – Т. 17, вып. 2. – С. 175-178.**

4. Ширяев, Н. С. Коммуникативно-речевые стратегии репрезентации североирландской национальной идентичности (на материале региональных аналитических блогов и новостных сайтов) / Н. С. Ширяев // Межкультурное общение: контакты и конфликты : материалы междунар. науч. конф. – М. : Канцлер, 2015. – С. 124-125.

5. Ширяев, Н. С. Коммуникативно-речевые тактики создания положительного имиджа Шотландии (на материале региональных аналитических блогов и новостных сайтов) / Н. С. Ширяев // Филологические этюды : сб. науч. статей молодых учёных. – Саратов, 2016. – Вып. 19. – С. 307-311.

6. Ширяев, Н. С. Стратегия самопрезентации наций в текстах политических блогов и новостных сайтов, посвященных проблемам автономии Шотландии, Северной Ирландии и Квебека / Н. С. Ширяев // Актуальные проблемы современной науки : материалы междунар. науч. конф. – СПб., 2016. – № 1.– С. 193-195.

7. Ширяев, Н. С. Модификация оценочного значения ключевых лексем в политическом медиадискурсе (на материале шотландских аналитических блогов) / М. Ю. Колокольникова, Н. С. Ширяев // Медиакультурное пространство России, Европы и Северной Америки как пространство риска : материалы междунар. науч.-практ. конф. – Саратов : Наука, 2017. – С. 48-53.

8. Ширяев, Н. С. Тактика внешней солидаризации как средство репрезентации национальной идентичности (на материале шотландских политических блогов) / М. Ю. Колокольникова, Н. С. Ширяев // Личность – Язык – Культура : материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. – Саратов : Наука, 2017. – С. 115-121.

---

Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная. Подписано в печать 18.01.2018.  
Гарнитура Times. Печать Riso.  
Усл. печ. л. 1,50. Тираж 100 экз. Заказ 0024.

---

Отпечатано с готового оригинал-макета  
в типографии ИП «Экспресс тиражирование»  
410005, Саратов; Пугачёвская, 161, офис 320 ☎ 27-26-93