

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені В. Н. КАРАЗІНА
МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

МЕЛЕЩЕНКО ОЛЬГА ОЛЕГІВНА

УДК 811.111'42':004.77

ДИСЕРТАЦІЯ
**ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО
ТВІТІНГУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА: КОГНІТИВНИЙ
МУЛЬТИМОДАЛЬНИЙ АНАЛІЗ**

Спеціальність 035 — Філологія

(Галузь знань 03 — Гуманітарні науки)

Подається на здобуття ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

 О. О. Мелешенко

Науковий керівник: Мартинюк Алла Петрівна, доктор філологічних наук, професор.

Харків – 2021

*Усі примірники дисертації, крім однієї, залишені.
Голова спеціалізованої вченої ради ДФ 64.051.045 –
Мелешенко ІС*

АНОТАЦІЯ

Мелешенко О. О. Дискурсивні стратегії англомовного політичного твітінгу Дональда Трампа: когнітивний мультимодальний аналіз. — Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 — Філологія (Галузь знань 03 — Гуманітарні науки). — Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України, Харків, 2021.

Дисертаційна робота присвячена вивченню дискурсивних стратегій англомовного політичного твітінгу Дональда Трампа у когнітивному мультимодальному ракурсі.

У дисертаційному дослідженні висунуто гіпотезу, за якою в основі політичного твітінгу Д. Трампа лежать ієрархічно організовані дискурсивні стратегії та субстратегії, які об'єктивуються низкою моно- та мультимодальних риторичних технік комунікативного впливу, що розмежовуються згідно сфери психіки адресата, на яку орієнтований вплив, — раціональне мислення, емоції, волю та підсвідомість — і характеризуються специфікою вербального/графічного і візуального/невербального втілення або їх інтерфейсом.

Матеріалом дослідження слугують 2000 твітів з твітер-акаунту Д. Трампа @realDonaldTrump, вилучених у період перебування Д. Трампа на посаді Президента США у 2017–2021 рр.

Методологічною основою дослідження дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа є когнітивно-комунікативний підхід до вивчення мови/мовлення, який враховує здобутки прагмалінгвістики, дискурсології, лінгвoseміотики, лінгвосинергетики, теорії гумору та інтертекстуальності, лінгвоперсонології, когнітивної лінгвістики, теорії концептуальної (мультимодальної) метафори й метонімії, мультимодальної аргументації, іміджеології, (віртуального) жанрознавства, інтернет-лінгвістики, теорії мовленнєвого впливу.

Методика дослідження спирається на інференційний аналіз політичного твітінгу Д. Трампа, який уможлиблює виявлення пресупозицій Д. Трампа, що мотивують ті чи інші стратегічні цілі, втілені в його моно- та мультимодальних комунікативних діях на інтернет-сервісі «Твітер», та прогнозування інференцій, які робить адресат політичного твітінгу Д. Трампа у процесі інтерпретації цих комунікативних дій.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому вперше розроблено теоретико-методологічні засади системного когнітивно-мультимодального аналізу дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа як жанру політичного інтернет-дискурсу та як мультимодального (гіпер)тексту. Це дозволило побудувати ієрархічну структуру дискурсивних стратегій і субстратегій політичного твітінгу Д. Трампа; встановити моно- (вербальні) й мультимодальні (вербально-візуальні) риторичні техніки раціонального, емотивного, волітивного й сугестивного комунікативного впливу, які є засобами об'єктивації дискурсивних субстратегій; розкрити інтерфейс мультимодальних семіотичних ресурсів у здійсненні комунікативного впливу в політичному твітінгу Д. Трампа.

Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів із висновками до кожного, загальних висновків, списку наукових джерел, списку довідкової літератури, списку джерел ілюстративного матеріалу та додатків.

У першому розділі «Теоретичне підґрунтя дослідження дискурсивних стратегій англомовного політичного твітінгу Дональда Трампа» обґрунтовуються теоретичні основи дослідження: уточнюються лігвістичні дефініції дискурсу (інтернет-дискурсу, політичного дискурсу) та тексту, з'ясовуються когнітивні, соціально-інтерактивні та семіотичні ознаки політичного твітінгу, який описується як жанр політичного інтернет-дискурсу і як мультимодальний (гіпер)текст. Окрім того, у розділі вибудовується ієрархія дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа, встановлюються та описуються риторичні техніки комунікативного впливу як інструменти

реалізації комунікативних намірів президента, які вмотивовують його дискурсивні стратегії.

У другому розділі «Методологія дослідження дискурсивних стратегій англomовного політичного твітінгу Дональда Трампа» викладаються методологічні й методичні засади дослідження: з'ясовуються методи дослідження дискурсивних стратегій англomовного політичного твітінгу Д. Трампа, встановлюються моно- (вербальні) й мультимодальні одиниці аналізу, викладаються поняття, які є необхідними для їхнього розуміння, а також описується алгоритм дослідження.

Третій розділ «Мономодальні (вербальні) дискурсивні стратегії англomовного політичного твітінгу Дональда Трампа» присвячено аналізу мономодальних (вербальних) засобів втілення риторичних технік раціонального, емотивного, волітивного й сугестивного впливу, які слугують реалізації мономодальних (вербальних) дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа.

У четвертому розділі «Мультимодальні (вербально-візуальні) дискурсивні стратегії англomовного політичного твітінгу Дональда Трампа» здійснюється аналіз мультимодальних (вербально-візуальних) засобів втілення риторичних технік раціонального, емотивного, волітивного й сугестивного впливу, які слугують реалізації мультимодальних дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа. Також розглядаються мультимодальні тропи й інтерфейс взаємодії різних семіотичних модусів у реалізації цих дискурсивних стратегій.

Результати наукового дослідження узагальнюються у таких висновках, які підтверджують гіпотезу роботи.

Англomовний політичний твітінг Д. Трампа є мисленнєво-комунікативним процесом і результатом, втіленим в його моно- та мультимодальних комунікативних діях, об'єктивованих мультимодальними твіт-текстами обсягом до 280 символів на інтернет-сервісі «Твітер», і спрямованих на регуляцію поведінки широкого загалу. Англomовний політичний твітінг Д. Трампа виявляє ознаки жанру англomовного політичного інтернет-дискурсу, зумовлені з одного

боку, соціально-комунікативним контекстом політичної сфери США, а з другого боку, – технологічними можливостями інтернет-сервісу «Твітер», а також ознаки інтернет-тексту – гіпертекстуальність і мультимодальність.

Англомовний політичний твітінг Д. Трампа має стратегічну природу, адже є підпорядкованим реалізації глобального стратегічного наміру президента – здійсненню впливу на аудиторію з метою завоювання/утримання політичної влади і забезпечує реалізацію цього наміру через локальні дискурсивні стратегії конструювання власного позитивного іміджу й руйнування іміджу політичного опонента та підпорядковані їм субстратегії і тактики, які об’єктивуються моно- і мультимодальними риторичними техніками.

Моно-/мультимодальна локальна дискурсивна стратегія конструювання власного позитивного іміджу Д. Трампа втілюється низкою моно-/мультимодальних локальних дискурсивних субстратегій, кожна з яких відповідає певній соціально-комунікативній ролі й ґрунтується на певному типі цінностей: демонстрації патріотизму (роль ПАТРІОТ), демонстрації економічної ефективності (роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР), демонстрації сили (роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), фамільяризації із електоратом (роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ), демонстрації популярності (роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), демонстрації віри (роль ВІРУЮЧИЙ).

Моно-/мультимодальна локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента у твітінгу Д. Трампа втілюється моно-/ та мультимодальними субстратегіями дискваліфікації й дискредитації, які ґрунтуються на негативній оцінці різних компонентів іміджу опонента.

Моно- та мультимодальні риторичні техніки, які є способами об’єктивації дискурсивних субстратегій політичного твітінгу Д. Трампа, є орієнтованими на здійснення впливу на різні сфери свідомості адресата – раціональне мислення (вербальні та вербально-візуальні доведення (спільне й паралельне) й інформування, а також вербальні роз’яснення, опис та оповідь); емоції (вербальні та вербально-візуальні декларування та емотивне зараження на основі вербальних та візуальних метафор і метонімії/метонімічних ланцюгів,

вербально-візуальних та вербально-візуально-невербальних метафор/метафоричних ланцюгів і метонімії, візуальних і вербально-візуальних метафор-алюзій та вербально-візуального гумористичного контрасту); волевиявлення (вербальне й вербально-візуальне спонування); підсвідомість (вербальне/графічне навіювання).

Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у застосуванні розробленої методики когнітивного мультимодального аналізу для вивчення різних жанрів інтернет-дискурсу, поглибленого дослідження інтерфейсу між вербальним, візуальним і невербальним модусами у здійсненні комунікативного впливу, а також для реконструкції когнітивних моделей мультимодальних тропів.

Практична значущість роботи визначається можливістю використання її результатів у курсах із лексикології англійської мови («Семасіологія», «Фразеологія»), стилістики англійської мови (розділи «Стилістична семасіологія», «Стилістичний синтаксис»), теоретичної граматики англійської мови («Словосполучення», «Речення»), загального мовознавства («Мова і мислення», «Семантика»), а також спецкурсів з когнітивної дискурсології, політичної лінгвістики, теорії комунікації, теорії мовленнєвого впливу, теорії (мультимодальної) метафори й метонімії, теорії (мультимодальної) аргументації, емотиології, сугестивної лінгвістики. Міждисциплінарний ракурс дослідження дозволяє використовувати його результати у галузях іміджології та PR, соціальної психології, соціології, журналістики.

Ключові слова: гіпертекстуальність, дискурсивна стратегія, Дональд Трамп, жанр, інтернет-дискурс, інтерфейс, комунікативний вплив, мультимодальність, модус, політичний твітінг, риторична техніка.

ABSTRACT

Meleshchenko O. O. Discursive strategies of Donald Trump's English political twitting: cognitive multimodal analysis. — Qualification scholarly paper: a manuscript.

Thesis submitted for obtaining the Doctor of Philosophy degree in Humanities, Speciality 035 — Philology. — V. N. Karazin Kharkiv National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2021.

This thesis focuses on the study of discursive strategies of Donald Trump's political twitting from the cognitive multimodal perspective.

This thesis puts forward a hypothesis that Donald Trump's political twitting is organized by a hierarchy of discursive strategies, which are objectified by a range of mono- and multimodal rhetorical techniques of communicative influence. These techniques are differentiated according to the sphere of the recipient's psyche they are aimed at: the sphere of rational reasoning, emotions, volition, and subconsciousness. Further, they are characterized by the specificity of their verbal/graphic and visual/nonverbal implementation or their interface.

The data sample comprises 2000 tweets from Trump's Twitter account @realdonaldtrump, collected during the period of Trump's holding the office of the President of the United States in 2017 – 2021.

Methodologically the analysis of discursive strategies of Trump's political twitting rests on the cognitive-communicative approach to the study of language/speech. This approach employs investigation tools of pragmalinguistics, discourse theory, linguistic semiotics, linguistic synergetics, humor and intertextuality theory, linguistic personology, cognitive linguistics, conceptual (multimodal) metaphor and metonymy theory, multimodal argumentation theory, public image theory, (virtual) genre studies, Internet linguistics, and speech influence theory.

The research rests on the method of inferential analysis of Trump's political tweeting. It allows to reveal Trump's presuppositions, which motivate certain strategic goals, embodied in his mono- and multimodal communicative actions on Twitter.

Besides that, inferential analysis makes it possible to predict the inferences made by the addressee of Trump's political twitting while interpreting these communicative actions.

This study is pioneering a systemic approach to cognitive multimodal analyses of discursive strategies of Trump's political twitting, characterizing political twitting as a genre of the political internet discourse as well as a multimodal (hyper)text. It provides new investigation tools to construct the hierarchical structure of the discursive strategies and substrategies of Trump's political twitting realized by the rhetorical techniques of rational, emotive, volitional, and suggestive communicative influence. It also allows to reveal mono- (verbal) and multimodal (verbo-visual) means of realization of rhetorical techniques and elucidate the interface between multimodal semiotic resources of multimodal rhetorical techniques of Trump's political tweeting.

This thesis consists of Introduction, four chapters, General Conclusions, References, and Appendices.

The first chapter "Theoretical foundations for the study of discursive strategies of Donald Trump's English political twitting" provides the theoretical basis of the study. It discusses linguistic definitions of the discourse (internet discourse, political discourse), text and genre, and considers cognitive, social-interactive, and semiotic characteristics of political twitting treating it as a genre of political internet discourse as well as a multimodal (hyper)text. Then, it constructs the hierarchy of discursive strategies of Trump's political twitting, and reveals and describes rhetorical techniques of communicative influence as means of realization of the president's goals motivating the discursive strategies.

The second chapter "Methodology of the study of discursive strategies of Donald Trump's English political twitting" focuses on the description of the methodological basis of the study. It reveals the methods of the study of discursive strategies of Trump's political twitting, introduces mono-(verbal) and multimodal units of analysis, elucidates the notions which are necessary for their understanding, and describes the algorithm of the research.

The third chapter “Monomodal (verbal) discursive strategies of Donald Trump’s English political twitting” is concerned with the analysis of monomodal (verbal) means of implementation of the rhetorical techniques of rational, emotive, volitional, and suggestive influence, which realize monomodal (verbal) discursive strategies of Trump’s political twitting.

The fourth chapter “Multimodal (verbo-visual) discursive strategies of Donald Trump’s English political twitting” analyzes multimodal (verbo-visual) means of implementation of the rhetorical techniques of rational, emotive, volitional, and suggestive influence, which realize multimodal (verbo-visual) discursive strategies of Trump’s political twitting. It also investigates multimodal tropes and the interface between various semiotic modes in the realization of these discursive strategies.

The results of the research are summarized in the following conclusions, which corroborate the hypothesis of the paper.

Trump’s English political twitting is understood as a mental process that results in his mono- and multimodal communicative actions. These actions, objectified by multimodal tweet-texts restricted to 280 characters on the Twitter internet service, are aimed at controlling the behaviour of the general public. Trump’s English political twitting reveals the characteristics of a genre of the English political internet discourse. These characteristics result from social and communicative context of the USA political sphere as well as technological affordances of the Twitter internet service. Trump’s English political twitting also reveals hypertextuality and multimodality – the features, which are characteristic of the internet text.

Trump’s English political twitting has a strategic nature because it is employed to realize the president’s global strategic communicative goal – to exert influence on the audience in order to seize / retain political power. The realization of this goal is achieved through the local discursive strategies of promoting Trump’s positive image and tarnishing the image of a political opponent, and also through subordinate sub-strategies and tactics, objectified by mono- and multimodal rhetorical techniques.

The mono-/multimodal local discursive strategy of promoting Trump’s positive image is brought about by a range of mono-/multimodal local discursive sub-strategies.

Each substrategy corresponds to a certain socio-communicative role and is rooted in a certain type of values: demonstration of patriotism (the role of the PATRIOT), demonstration of economic efficiency (the role of the EFFICIENT ECONOMIC MANAGER), demonstration of power (the role of the TOUGH POLITICAL LEADER), familiarization with the electorate (the role of the BUDDY), demonstration of popularity (the role of the POPULAR POLITICAL LEADER), and demonstration of faith (the role of the BELIEVER).

The mono-/multimodal local discursive strategy of tarnishing the image of a political opponent is realized by mono-/multimodal sub-strategies of disqualification and discrediting. These sub-strategies are based on the negative assessment of various aspects of the opponent's image.

Mono- and multimodal rhetorical techniques, which implement discursive strategies of Trump's political twitting, are focused on exerting influence on various spheres of the recipient's consciousness: the sphere of rational reasoning (verbal and verbo-visual argumentation (joint and parallel) and informing, as well as verbal explanation, narration, description); emotions (verbal and verbo-visual declaration and emotive contagion based on verbal and visual metaphors and metonymies/metonymic chains, verbo-visual-non-verbal metaphors/metaphoric chains and metonymies, visual and verbo-visual metaphoric allusions and verbo-visual humoristic contrast); volition (verbal and verbo-visual instruction); subconsciousness (verbal/graphic suggestion).

Prospects for further research include adaptation of the developed methodology of cognitive multimodal analysis for the study of various genres of internet discourse, a deep study of the interface of verbal, visual, and nonverbal modes in exerting communicative influence, as well as the study of multimodal trope construal.

The results of this thesis can find application in the courses on English Lexicology (section "Semasiology", "Phraseology"), English Stylistics (sections "Stylistic Semasiology", "Stylistic Syntax"), Theoretical Grammar of the English language (sections "Phrase", "Sentence"), General Linguistics (sections "Language and Thinking", "Semantics"). The research results can also be employed in special courses on cognitive discourse theory, political linguistics, communication theory,

speech influence theory, conceptual (multimodal) metaphor and metonymy theory, (multimodal) argumentation theory, suggestive linguistics. The interdisciplinary perspective of the research allows to use its results in public image studies, PR, social psychology, sociology, journalism.

Key words: communicative influence, discursive strategy, Donald Trump, genre, hypertextuality, interface, internet discourse, mode, multimodality, political twitting, rhetorical technique.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Публікації у фахових виданнях України:

1. Мелещенко О. О. Бімодальний твіт-текст як комунікативна одиниця інтернет-жанру твітінг (на матеріалі Твіттеру Дональда Трампа) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2018. Вип. 87. С. 136–144.

URL: <https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/article/view/11143/10670>

2. Мелещенко О. О. Інтерфейс мультимодального доведення (на матеріалі Твіттеру Д. Трампа) // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». 2018. Вип. 37, Т. 4. С. 67–70.

URL: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v37/part_4/22.pdf

3. Мелещенко О. О. Комунікативна стратегія конструювання позитивного іміджу Дональда Трампа у політичному твітінгу // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2020. Вип. 91. С. 42–49.

URL: <https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/issue/view/1002/1306>

4. Мелещенко О. О. Руйнування іміджу політичного опонента як комунікативна стратегія твітінгу Дональда Трампа // Південний архів (філологічні науки). 2020. Вип. 84. С. 84–90.

URL: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/708/706>

Наукова праця у періодичному науковому виданні іншої держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку й Європейського Союзу, що входить до міжнародної наукометричної бази Web of Science:

5. Martynyuk A., **Meleshchenko O.** Twitter-based multimodal metaphorical memes portraying Donald Trump // Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. 2019. Vol. 4, Iss. 2. P. 128–167 (Web of Science, Словачька Республіка).

URL: <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000500506200004>

(Особистий внесок здобувача: розробка алгоритму дослідження мультимодальних метафор у політичному твітінгу як засобів конструювання метафоричного іміджу Д. Трампа, реконструкція когнітивних моделей, що лежать у підґрунті цих мультимодальних метафор; визначення поняття політичного інтернет-мему й дослідження його конститутивних рис; добір матеріалу дослідження).

Наукова праця у періодичному науковому виданні іншої держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку й Європейського Союзу:

6. Мелещенко О. О. Семіотична структура твіт-текстів (на матеріалі Твіттеру Дональда Трампа) // Science and Education a New Dimension. Philology. Vol. 6 (46), Iss. 159. 2018. С. 48–51 (Угорщина).

URL: <https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/httpsdoi.org10.31174s-end-ph2018-159vi46-11.pdf>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Мелещенко О. О. Бімодальні твіт-тексти в інтернет-жанрі твітінг (на матеріалі Твіттеру Дональда Трампа) // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVIII наукова конференція з міжнародною участю, 1 лютого 2019 р. : тези доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. С. 109–111.

8. Мелещенко О. О. Мультимодальна антитеза як засіб комунікативного впливу у твітах Дональда Трампа // Переяславська мовознавча толока : І Міжнародна науково-практична конференція, 19–20 вересня 2019 р. : тези доп. Переяслав-Хмельницький : Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди, 2019. С. 59–61.

9. Мелещенко О. О. Мультимодальна метонімія як засіб комунікативного впливу в інтернет-жанрі твітінг (на матеріалі Твіттеру Д. Трампа) // Розвиток

сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Інтердисциплінарні виміри : VI Міжнародна науково-практична конференція, 26 квітня 2019 р. : тези доп. Конін : Посвіт, 2019. С. 164–165.

10. Meleshchenko O. O. Multimodal simile in Twitter-based memes featuring Donald Trump // Research of Different directions of Development of Philological Sciences in Ukraine and EU : Proceedings of International scientific and practical conference, 20–21 September 2019, Baia Mare, Romania : abstr. Baia Mare : North University Centre of Baia Mare, 2019. P. 75–77.

11. Мелешченко О. О. Мультиmodalьне доведення як риторична стратегія комунікативного впливу (на матеріалі Твіттеру Дональда Трампа) // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XIX наукова конференція з міжнародною участю, 7 лютого 2020 р. : тези доп. Харків : Видавництво Точка, 2020. С. 94–96.

12. Martynyuk A., **Meleshchenko O.** Figurative multimodal memes featuring Trump // FTL5 : 5th International Conference on Figurative Thought and Language, 23–25 April 2020 : abstr. Sofia : John Benjamins Publishing Company. P. 108–109.

(Особистий внесок здобувача: аналіз мультиmodalьних метафор у інтернет-мемах, що зображають Д. Трампа; добір матеріалу дослідження).

13. Мелешченко О. О. Стратегічна організація політичного твітінгу Дональда Трампа // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : Homo Universitatis : XX ювілейна наукова конференція з міжнародною участю, 5 лютого 2021 р. : тези доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. С. 41–42.

ЗМІСТ

ВСТУП	18
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИСКУРСИВНИХ СТРАТЕГІЙ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ТВІТІНГУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА.....	27
1.1 Політичний твітінг як жанр інтернет-дискурсу.....	27
1.1.1 Лінгвістично-технологічні ознаки твітінгу	27
1.1.2 Конститутивні ознаки інтернет-дискурсу як середовища існування політичного твітінгу	30
1.1.3 Жанрові ознаки політичного твітінгу	34
1.2 Текстові ознаки політичного твітінгу	40
1.2.1 Гіпертекстуальність	40
1.2.2 Мультиmodalність.....	43
1.3 Стратегічна природа політичного твітінгу.....	47
1.3.1 Поняття моно- і мультиmodalної дискурсивної стратегії.....	48
1.3.2 Типологія дискурсивних стратегій англомовного політичного твітінгу Дональда Трампа	52
1.3.3 Типологія моно- і мультиmodalних риторичних технік англомовного політичного твітінгу Дональда Трампа	57
1.3.3.1 Риторичні техніки комунікативного впливу, орієнтовані на сферу раціонального мислення.....	57
1.3.3.2 Риторичні техніки комунікативного впливу, орієнтовані на сферу емоцій	59
1.3.3.3 Риторична техніка комунікативного впливу, орієнтована на сферу волевиявлення.....	61
1.3.3.4 Риторична техніка комунікативного впливу, орієнтована на сферу підсвідомості.....	62
Висновки до розділу 1	63
РОЗДІЛ 2 МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИСКУРСИВНИХ СТРАТЕГІЙ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ТВІТІНГУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА.....	66
2.1 Методи дослідження дискурсивних стратегій	66
2.2 Одиниці аналізу дискурсивних стратегій.....	70
2.3 Одиниці аналізу риторичних технік.....	73
2.3.1 Твіт-текст як вихідна одиниця аналізу риторичних технік	73

2.3.2 Мономодальні одиниці аналізу	76
2.3.3 Мультиmodalьні (вербально-візуальні) одиниці аналізу.....	92
2.4 Алгоритм дослідження	105
Висновки до розділу 2	106
РОЗДІЛ 3 МОНОМОДАЛЬНІ (ВЕРБАЛЬНІ) ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ТВІТІНГУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА.....	110
3.1 Мономодальна локальна дискурсивна стратегія конструювання власного позитивного іміджу	110
3.1.1 Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації патріотизму: комунікативна роль ПАТРІОТ.	110
3.1.1.1 Мономодальна дискурсивна тактика демонстрації патріотичного почуття-ставлення	112
3.1.1.2 Мономодальна дискурсивна тактика демонстрації готовності захищати/битися за свою країну	115
3.1.1.3 Мономодальна дискурсивна тактика проголошення першочерговості інтересів своєї країни	117
3.1.2 Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації ефективності: комунікативна роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР	119
3.1.3 Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації сили: комунікативна роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР	126
3.1.4 Мономодальна дискурсивна субстратегія фамільяризації: комунікативна роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ.....	131
3.1.5 Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації популярності: комунікативна роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР	136
3.1.6 Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації віри: комунікативна роль ВІРУЮЧИЙ	139
3.2 Мономодальна локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента	140
3.2.1 Мономодальна дискурсивна субстратегія дискваліфікації	141
3.2.2 Мономодальна дискурсивна субстратегія дискредитації	156
Висновки до розділу 3	167
РОЗДІЛ 4 МУЛЬТИМОДАЛЬНІ (ВЕРБАЛЬНО-ВІЗУАЛЬНІ) ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ТВІТІНГУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА.....	172

4.1 Мультиmodalьна локальна дискурсивна стратегія конструювання власного позитивного іміджу	172
4.1.1 Мультиmodalьна дискурсивна субстратегія демонстрації патріотизму: комунікативна роль ПАТРІОТ	172
4.1.1.1 Мультиmodalьна дискурсивна тактика демонстрації патріотичного почуття-ставлення	173
4.1.1.2 Мультиmodalьна дискурсивна тактика демонстрації готовності захищати/битися за свою країну	181
4.1.1.3 Мультиmodalьна дискурсивна тактика проголошення першочерговості інтересів своєї країни	188
4.1.2 Мультиmodalьна дискурсивна субстратегія демонстрації ефективності: комунікативна роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР	191
4.1.3 Мультиmodalьна дискурсивна субстратегія демонстрації сили: комунікативна роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР	197
4.1.4 Мультиmodalьна дискурсивна субстратегія фамільяризації: комунікативна роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ	201
4.1.5 Мультиmodalьна дискурсивна субстратегія демонстрації популярності: комунікативна роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР	207
4.1.6 Мультиmodalьна дискурсивна субстратегія демонстрації віри: комунікативна роль ВІРУЮЧИЙ	211
4.2 Мультиmodalьна локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента	212
4.2.1 Мультиmodalьна дискурсивна субстратегія дискваліфікації	212
4.2.2 Мультиmodalьна дискурсивна субстратегія дискредитації	216
Висновки до розділу 4	221
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	225
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	228
СПИСОК ДОВІДКОВИХ І ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ	260
СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	263
ДОДАТОК А	264
ДОДАТОК Б	267
ДОДАТОК В	277

ВСТУП

Ера нових інтернет-технологій та стрімке розповсюдження соціальних медіа приводять до перенесення спілкування у сфері політики у мережу Інтернет. Однією з тенденцій у сучасній політиці є активне використання політичними лідерами інтернет-сервісу «Твітер». Наразі політичний твітінг – комунікативна діяльність на інтернет-сервісі «Твітер» – є потужним стратегічним інструментом глобального впливу, спроможним змінювати реальну політичну ситуацію. Саме таким виявився політичний твітінг Дональда Трампа, колишнього бізнесмена, зірки телебачення, а також сорок п'ятого президента США. За даними численних розвідок популярність твітер-акаунту Д. Трампа сприяла його перемозі у виборах [204, с. 52; 206, с. 112; 219; 229; 240, с. 2; 263; 346; 347]. Саме це висуває нагальну потребу у вивченні дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа як інструментів регуляції поведінки електорату.

Незважаючи на те, що передвиборчому й президентському дискурсу Д. Трампа присвячено чимало праць у сфері лінгвістики, в яких досліджуються мовленнєві стратегії (А. Є. Жижина [62], О. О. Тимбай [172], А. Ш. Хамаршех [180], Д. С. Храмченко, Я. Ю. Хлопотунов [183], Дж. Ф. Джил-Бонилла [243; 244]), лексичні й стилістичні особливості мовлення (С. Ахмадіан [204], О. В. Корецька [81], Г. В. Порческу, О. С. Рублева [135], Дж. Скалафані [328]), мовленнєвий портрет (П. С. Акініна [1], О. О. Опаріна, Раренко М. Б. [126]), концептуальні метафори (Дж. Лакофф [274; 275], К. Пілярчук, А. Онішко [313]), стратегічні аспекти твітінгу Д. Трампа (М. В. Васільєв [33], Дж. Енлі [229], Р. Крейс [264], Дж. Лакофф [274; 275; 277; 278], О. В. Ленець, Д. С. Сергєєва [85], Д. С. Сергєєва [149; 150], Л. Д. Швелідзе [190]), все ще відсутнє комплексне дослідження дискурсивних стратегій англомовного політичного твітінгу Д. Трампа як ієрархічно впорядкованого конструкту, націленого на здійснення комунікативного впливу на адресата. Не меншої уваги заслуговує вивчення специфіки взаємодії (інтерфейсу) різних семіотичних модусів у реалізації дискурсивних стратегій, що також ще не отримало

належного вивчення. Більше того, вимагає висвітлення проблема орієнтованості різних мультимодальних засобів комунікативного впливу на різні сфери психіки адресатів – когнітивну, афективну, вольову, а також підсвідомість.

Обґрунтування теми дослідження визначається, по-перше, необхідністю вивчення англомовного політичного твітінгу Д. Трампа як нової комунікативної практики, яка спрямована на формування суспільної думки та регуляцію поведінки представників англомовної і ширше – світової спільноти користувачів Інтернету, а по-друге, когнітивним й мультимодальним ракурсом аналізу, який дозволяє взяти до уваги моно- й мультимодальні комунікативні дії суб'єкта політичного твітінгу – Д. Трампа – орієнтовані на раціональні / емоційні / вольові структури свідомості та підсвідомості адресатів. Такий ракурс дослідження відповідає пріоритетному еколінгвістичному принципу сучасних когнітивно-комунікативних досліджень, що трактує мову / дискурс як засіб здійснення мислення, формування суспільства, і одночасно як їхнього продукту [345, с. 145].

Зв'язок з науковими темами. Проблематика дисертації відповідає профілю досліджень, які проводяться на факультеті іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна у межах наукових тем «Когнітивно-дискурсивні дослідження мови та перекладу» (номер державної реєстрації 0114U004320) та «Еколінгвістичний підхід до аналізу іноземних мов та процесу їх навчання в українських вишах» (номер державної реєстрації 0118U002092).

Гіпотеза дослідження полягає у тому, що в основі політичного твітінгу Д. Трампа лежать ієрархічно організовані дискурсивні стратегії та субстратегії, які об'єктивуються низкою моно- та мультимодальних риторичних технік комунікативного впливу, що розмежовуються згідно сфери психіки адресата, на яку орієнтований вплив, – раціональне мислення, емоції, волю та підсвідомість – і характеризуються специфікою вербального/графічного і візуального/невербального втілення або їхнім інтерфейсом.

Мета дослідження полягає у виявленні особливостей реалізації дискурсивних стратегій англomовного політичного твітінгу Д. Трампа. Поставлена мета передбачає розв'язання таких **завдань**:

- з'ясувати конститутивні ознаки політичного твітінгу Д. Трампа як жанру політичного інтернет-дискурсу;
- виокремити конститутивні ознаки політичного твітінгу Д. Трампа як моно-/мультимодального тексту у структурі інтернет-гіпертексту;
- побудувати ієрархічну структуру глобальної дискурсивної стратегії політичного твітінгу Д. Трампа на основі виявлення комунікативних намірів суб'єкта глобальної й локальних дискурсивних стратегій та субстратегій;
- обґрунтувати типологію моно- й мультимодальних риторичних технік як інструментів об'єктивації дискурсивних субстратегій політичного твітінгу Д. Трампа;
- виявити моно- й мультимодальні засоби втілення риторичних технік у політичному твітінгу Д. Трампа;
- встановити специфіку інтерфейсу семіотичних ресурсів у мультимодальних риторичних техніках політичного твітінгу Д. Трампа.

Об'єктом дослідження є дискурсивні стратегії англomовного політичного твітінгу Д. Трампа, втілені його моно- (вербальними) й мультимодальними (вербально-візуальними) комунікативними діями, а **предметом** – особливості вербального/графічного і візуального/невербального втілення цих комунікативних дій, що забезпечують здійснення комунікативного впливу на різні сфери свідомості й підсвідомість адресата.

Матеріалом дослідження слугують 2000 твітів з твітер-акаунту Д. Трампа @realDonaldTrump, вилучені у період перебування Д. Трампа на посаді Президента США у 2017 – 2021 рр.

Методологічною основою дослідження є когнітивно-комунікативний підхід до вивчення мови/мовлення, який враховує здобутки прагмалінгвістики й дискурсології (Л. Р. Безугла [14], А. Д. Белова [15; 16], Т. ван Дейк [53; 54],

О. С. Іссерс [65], В. І. Карасік [70; 71], М. Л. Макаров [89], А. П. Мартинюк [98], О. І. Морозова [119], І. Є. Фролова [177; 178], В. Є. Чернявська [184; 185], І. С. Шевченко [192], О. Й. Шейгал [195]), лінгвосеміотики (І. І. Серякова [153], Л. В. Солощук [165]), лінгвосинергетики (Л. С. Піхтовнікова [131; 132]), теорії гумору та інтертекстуальності (Ю. Кристева [83], В. О. Самохіна [144; 325]), лінгвоперсонології (Л. Л. Славова [158]), когнітивної лінгвістики (Н. Д. Арутюнова [6], Є. В. Бондаренко [27; 210–212], С. А. Жаботинська [61], Р. Ленекер [280; 281], А. П. Мартинюк [97–105; 289; 290], М. Тернер [342], І. С. Шевченко [270; 332]), теорії концептуальної метафори і метонімії (З. Ковечеш [268], З. Ковечеш, Г. Радден [268], Дж. Лакофф [272; 273; 276], Дж. Лакофф, М. Джонсон [279], О. І. Морозова [299–301], А. Мусолфф [303], Ф. Дж. Руїз де Мендоза [321–323], Е. Семіно [331]), мультимодальної лінгвістики (Г. Кресс, Т. ван Льовен [266; 267], Л. Л. Макарук [90–93]), теорії мультимодальної метафори й метонімії (Ч. Форсевіль [232–238], Е. Ель Рафае [227; 228]), мультимодальної аргументації (Л. А. Гроарке, С. В. Тиндаль [251], Дж. Рок [317–319], А. Тсеронис, Ч. Форсевіль [340]), іміджеології (Г. Г. Почепцов (мол.) [137]), генристики (Т. В. Яхонтова [202]), віртуального жанрознавства та інтернет-лінгвістики (О. І. Горошко [42–48], Д. Крістал [220], О. В. Лутовинова [87; 88]), теорії мовленнєвого впливу (А. В. Олянич [125], Й. А. Стернін [168], О. В. Шелестюк [196]).

Методика дослідження спирається на інференційний аналіз (А. П. Мартинюк [104, с. 51]) політичного твітінгу Д. Трампа, що уможливорює виявлення пресупозицій адресанта, які мотивують ті чи інші стратегічні цілі, втілені в його моно- та мультимодальних комунікативних діях на інтернет-сервісі «Твітер», та прогнозування інференцій, які робить адресат політичного твітінгу Д. Трампа у процесі інтерпретації цих комунікативних дій. Інференційний аналіз доповнюється елементами інтент-аналізу – для виявлення інтенцій Д. Трампа, які мотивують його комунікативну діяльність; дефініційним і компонентно-семантичним аналізами – для встановлення семантичного складу лексем-номінацій локальних субстратегій і тактик; стилістично-риторичним

аналізом – для виявлення стилістичних засобів і прийомів, які використовуються у межах риторичних технік; мультимодальним (інтерсеміотичним) аналізом – для інтерпретації та осмислення стратегій, що реалізуються за поєднання кількох семіотичних модусів.

Наукова новизна дослідження полягає в тому, що в ньому вперше розроблено теоретико-методологічні засади системного когнітивно-мультимодального аналізу дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа як жанру політичного інтернет-дискурсу і як мультимодального (гіпер)тексту. Це дозволило побудувати ієрархічну структуру дискурсивних стратегій і субстратегій політичного твітінгу Д. Трампа; встановити моно- (вербальні) й мультимодальні (вербально-візуальні) риторичні техніки раціонального, емотивного, волітивного й сугестивного комунікативного впливу, які є засобами об'єктивації дискурсивних субстратегій; розкрити інтерфейс мультимодальних семіотичних ресурсів у здійсненні комунікативного впливу в політичному твітінгу Д. Трампа.

Наукова новизна отриманих результатів зводиться до **положень, які виносяться на захист:**

1. Англомовний політичний твітінг Д. Трампа є мисленнєво-комунікативним процесом і результатом, втіленим в його моно- та мультимодальних комунікативних діях, об'єктивованих мультимодальними твіт-текстами обсягом до 280 символів на інтернет-сервісі «Твітер», і спрямованих на регуляцію поведінки широкого загалу. Англомовний політичний твітінг Д. Трампа виявляє ознаки жанру англомовного політичного інтернет-дискурсу, зумовлені з одного боку, соціально-комунікативним контекстом політичної сфери США, а з другого боку, – технологічними можливостями інтернет-сервісу «Твітер», а також ознаки інтернет-тексту – гіпертекстуальність і мультимодальність.

2. Політичний твітінг Д. Трампа має стратегічну природу, оскільки є підпорядкованим реалізації глобального стратегічного наміру (жанрової мети) адресанта – здійсненню впливу на аудиторію з метою завоювання/утримання

політичної влади і забезпечує реалізацію цього наміру через локальні дискурсивні стратегії конструювання власного позитивного іміджу й руйнування іміджу політичного опонента та підпорядковані їм субстратегії і тактики, які об'єктивуються моно- і мультимодальними риторичними техніками.

3. Моно-/мультимодальна локальна дискурсивна стратегія конструювання власного позитивного іміджу Д. Трампа втілюється низкою моно-/мультимодальних локальних дискурсивних субстратегій, кожна з яких відповідає певній соціально-комунікативній ролі й ґрунтується на певному типі цінностей: демонстрації патріотизму (роль ПАТРІОТ), демонстрації економічної ефективності (роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР), демонстрації сили (роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), фамільяризації із електоратом (роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ), демонстрації популярності (роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), демонстрації віри (роль ВІРУЮЧИЙ).

4. Моно-/мультимодальна локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента у твітінгу Д. Трампа втілюється моно-/мультимодальними субстратегіями дискваліфікації й дискредитації, які ґрунтуються на негативній оцінці різних компонентів іміджу опонента.

5. Моно- та мультимодальні риторичні техніки, які є способами реалізації дискурсивних субстратегій політичного твітінгу Д. Трампа, є орієнтованими на здійснення впливу на різні сфери свідомості адресата – раціональне мислення (вербальні та вербально-візуальні доведення (спільне і паралельне) й інформування, а також вербальні роз'яснення, опис та оповідь); емоції (вербальні та вербально-візуальні декларування і емотивне зараження на основі вербальних та візуальних метафор і метонімії/метонімічних ланцюгів, вербально-візуальних та вербально-візуально-невербальних метафор/метафоричних ланцюгів і метонімії, візуальних і вербально-візуальних метафор-алюзій та вербально-візуального гумористичного контрасту); волевиявлення (вербальне та вербально-візуальне спонування); підсвідомість (вербальне/графічне навіювання).

Теоретична значущість дослідження визначається його внеском у дискурсологію (встановлення характеристик політичного інтернет-дискурсу; виокремлення дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа), генристику (з'ясування конститутивних ознак англomовного політичного твітінгу як жанру англomовного політичного інтернет-дискурсу); теорію мовленнєвого впливу (розмежування й розгляд моно- (вербальних) й мультимодальних (вербально-візуальних) риторичних технік комунікативного впливу); теорію аргументації, емотиологію, сугестивну лінгвістику (виявлення моно- (вербальних) і мультимодальних (вербально-візуальних) засобів, що володіють потенціалом комунікативного впливу на раціональну й емоційну сфери мислення, а також на волю та підсвідомість); теорію мультимодальної метафори й метонімії (встановлення когнітивних моделей мультимодальної метафори, метонімії та/або їх взаємодії як інструментів реалізації дискурсивних стратегій Д. Трампа); теорію мультимодальної аргументації (виявлення й опис механізмів доведення, реалізованого мультимодальними засобами); в теорію мультимодальності (з'ясування механізму взаємодії мультимодальних семіотичних ресурсів у конструюванні значення у твітах Д. Трампа); в іміджелогію (характеристика моно- (вербального) й мультимодального (вербально-візуально-невербального) іміджу Д. Трампа у твітері).

Практична значущість роботи визначається можливістю використання її результатів у курсах із лексикології англійської мови («Семасіологія», «Фразеологія»), стилістики англійської мови (розділи «Стилістична семасіологія», «Стилістичний синтаксис»), теоретичної граматики англійської мови («Словосполучення», «Речення»), загального мовознавства («Мова і мислення», «Семантика»), а також спецкурсів з когнітивної дискурсології, політичної лінгвістики, теорії комунікації, теорії мовленнєвого впливу, теорії (мультимодальної) метафори й метонімії, теорії (мультимодальної) аргументації, емотиології, сугестивної лінгвістики. Міждисциплінарний ракурс дослідження дозволяє використовувати його результати у галузях іміджелогії та PR, соціальної психології, соціології, журналістики.

Апробація роботи. Основні теоретичні положення й висновки дисертації обговорено на засіданнях кафедри перекладу імені Миколи Лукаша факультету іноземних мов Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (2017–2021 рр.), а також на міжнародних наукових конференціях: Міжнародній науковій конференції «Philology and Linguistics in the Digital Age FiLiDa» (Будапешт, 2018), Міжнародній науковій конференції «Германські мови в міжкультурному контексті (лінгвістика, переклад, лінгводидактика)» (Київ, 2018), XVIII науковій конференції з міжнародною участю «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2019), VI Міжнародній науково-практичній конференції «Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи» (Конін – Ужгород – Херсон – Кривий Ріг, 2019), II Міжнародній науково-практичній конференції «Мова як засіб міжкультурної комунікації» (Херсон, 2019), I Міжнародній науково-практичній конференції «Переяславська мовознавча толока» (Переяслав-Хмельницький – Мінськ – Пльзень – Грайфсвальд – Оломоуць – Вінниця, 2019), “Research of Different directions of Development of Philological Sciences in Ukraine and EU” (Baia Mare, 2019), 5th International Conference on Figurative Thought and Language (Sofia, 2020), XIX науковій конференції з міжнародною участю «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2020), XX науковій конференції з міжнародною участю «Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація» (Харків, 2021).

Публікації. Основні теоретичні положення й висновки роботи відображені у 13 публікаціях авторки: 2 статтях у виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку й Європейського Союзу (Угорщина, Словацька Республіка), з них 1 стаття входить до міжнародної наукометричної бази Web of Science (Словацька Республіка); 4 статтях у фахових виданнях України; 7 тезах доповідей на міжнародних наукових конференціях. Одноосібних статей – 5; статей у співавторстві – 1.

Особистий внесок здобувача в публікацію у співавторстві полягає в розробці алгоритму дослідження мультимодальних метафор у політичному твітінгу як засобів конструювання метафоричного іміджу Д. Трампа,

реконструкції когнітивних моделей, що лежать у підґрунті цих мультимодальних метафор; визначенні поняття політичного інтернет-мему й дослідженні його конститутивних рис; доборі матеріалу дослідження.

Структура роботи. Дисертація складається зі вступу, чотирьох розділів із висновками до кожного, загальних висновків, списку використаних джерел (349 позицій, серед них 147 – англомовна наукова література), довідкових джерел (28 позиції), джерел ілюстративного матеріалу (2 позиції), 3 додатків (25 рисунків, 2 таблиці та список опублікованих праць автора). Обсяг загального тексту дисертації складає 286 сторінок, з них основного тексту – 214 сторінок. Робота ілюстрована 37 рисунками.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНЕ ПІДГРУНТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

ДИСКУРСИВНИХ СТРАТЕГІЙ

АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ТВІТІНГУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА

Окреслення теоретичного підґрунтя цього дослідження передбачає, по-перше, з'ясування конститутивних ознак політичного твітінгу Дональда Трампа як жанру інтернет-дискурсу і як моно-/мультимодального тексту у структурі інтернет-гіпертексту, а по-друге, побудову ієрархічної структури глобальної дискурсивної стратегії, втілюваної Дональдом Трампом у політичному твітінгу.

1.1 Політичний твітінг як жанр інтернет-дискурсу

У цьому дослідженні політичний твітінг розглядається як жанр, що характеризується як лінгвістичними, так і суто технологічними ознаками певного формату спілкування в мережі «Інтернет», та, водночас, вбирає в себе ознаки інтернет-дискурсу як середовища свого існування і реалізується особливим типом інтернет-тексту – твітом.

1.1.1 Лінгвістично-технологічні ознаки твітінгу. Твітінгом (від англ. *to tweet* – цвірінькати, щебетати) називаємо спілкування на інтернет-сервісі «Твітер», який проектувався як можливість відповісти на єдине питання: «Що ти зараз робиш?». Його засновник, Джек Дорсі, хотів створити платформу, яка дозволила б йому постійно обмінюватися з друзями стислими повідомленнями. Слово *twitter* ідеально підійшло для назви цього нового сервісу інтернет-спілкування, адже воно означає «стислий виклад несуттєвої інформації і цвірінькання птахів», і є саме тим, що хотіли зробити автори цього сервісу [327]. На сьогодні інтернет-сервіс «Твітер» став «платформою, на якій можна дізнатися, що відбувається у світі зараз і що говорять про це люди» [358]. Завдяки частому й стислому спілкуванню між користувачами твітеру, які класифікуються як друзі або «послідовники» (*followers*), утворилася всесвітня онлайн-спільнота

[218, с. 15–16]. З початку 2006 року популярність сервісу «Твітер» зростала стрімкими темпами. На липень 2021 року цей веб-сайт постає тридцять шостим за популярністю у світі [359], налічуючи у першому кварталі 2021 року 199 мільйонів активних користувачів на місяць [371]. Присутність у твітері більшості політичних лідерів світу підтверджує значущість цього сервісу в сучасному політичному інтернет-дискурсі. Одним з найвпливовіших політичних лідерів у твітері був Дональд Трамп, сорок п'ятий президент Сполучених Штатів Америки та одна з найпопулярніших персон із акаунтом, який станом на початок 2021 року налічував більше ніж 88 мільйонів користувачів [271].

Твітер – це соціальна мережа й онлайн-сервіс мікроблогінгу, який дозволяє користувачам надсилати й отримувати текстові повідомлення чи публікації довжиною до 140 символів (до 280 символів з листопада 2018 року), які називаються «твітами» [376]. Зареєстровані користувачі твітеру також можуть повторно публікувати власні твіти і твіти інших користувачів (ретвіти); ділитися повідомленнями із своїми послідовниками; читати твіти своїх послідовників; надсилати приватні повідомлення; використовувати пошукову систему для пошуку твітів, згрупованих за допомогою хештегу (слова або словосполучення, що представляє певну тему, позначену символом хеш #) [218, с. 16].

Щоб краще зрозуміти, як функціонує твітер, доцільно проаналізувати його місце у системі форматів інтернет-спілкування, які розрізняють за технологічним чинником. Хоча такі формати іноді називають «жанрами», ми вважаємо, що термін «жанр» доцільно використовувати лише у тих випадках, коли можна прослідкувати його зв'язок з дискурсом у єдності когнітивних, соціокультурних, семіотичних, а також діалогічних (за М. М. Бахтіним) характеристик. Термін «формат» асоціюється лише з певною структурою інформаційного об'єкта [79; 173, с. 62].

У лінгвістичних дослідженнях домінує диференціація форматів інтернет-спілкування у сфері політики за технологією, яка їх породжує і визначає їхні структурні характеристики. Виокремлюють такі формати як блоги [Морозова, 2011; Рогачева, 2009], інтернет-сайти, електронну пошту, форуми, чати,

інтернет-опитування й онлайн-голосування [120], «жанри» соціальних медій – інстаграм [46], телеграм [44], твітер/твітінг [48; 78; 134].

О. І. Горошко та Т. Л. Полякова протиставляють формати (в їхніх термінах «(інтернет)-жанри») першого веба (1.0)) форматам другого веба (2.0.) [47], розуміючи під (інтернет)-жанром стійкий тип тексту, призначення якого зумовлює його форму, й який обслуговує типову ситуацію комунікації у мережі Інтернет [134]. «Жанри» 1.0 розглядаються як тексти, створені за допомогою фото- і текстових редакторів професіоналами інтернет-спільноти, і їх контент не підлягає зміні [47, с. 124]. У «жанрах» 2.0, до яких відносяться соціальні мережі й блоги, «пересічний користувач <...> стає активним учасником комунікації і творцем контенту (щоденників, статей, збірників посилань, файлообмінників і т. п.), тобто він стає одночасно і автором і адресатом» [45, с. 345].

Твітінг належить до гібридних «інтернет-жанрів» 2.0. За О. І. Горошко, твітінг «не має свого паперового аналогу і представляє «чистий» продукт інтернет-технологій, поява якого зумовлена «об'єднанням» кількох інтернет-жанрів в рамках єдиного інтернет-сервісу або платформи» [43, с. 14]. Залежно від ситуації контент твітеру набуває рис (мікро)-блогу, чату, форуму або анонсу новин, тобто поєднує одразу кілька «інтернет-жанрів».

До основних характеристик гібридних «інтернет-жанрів» 2.0 відносять: 1) високий ступінь інтерактивності, тобто, по-перше, здатність людини активно впливати на зміст, зовнішній вигляд і тематичну спрямованість електронних ресурсів, та, по-друге, можливість спілкуватися, висловлюючи свою думку й дізнаючись думку партнера по спілкуванню в синхронному й асинхронному режимах; 2) чітку спрямованість на адресата; 3) контекстність; 4) множинність авторства; 5) поліканальність (текстово-аудіо-візуальна форма подання інформації в рамках обговорюваних «жанрів») [45, с. 347].

Твітер є різновидом мікро-блогу. Термін «мікроблог» (від англ. microblog) складається з двох частин – префіксу «мікро» та кореня «блог», і по суті, позначає більш стислий за формою різновид блогу, «який є веб сайтом, що часто

оновлюється та складається з датованих записів, розташованих у зворотному хронологічному порядку таким чином, що останній запис знаходиться зверху» [256, с. 45]. Повідомлення мікроблогів є переважно публічними та дають змогу їх коментувати в режимі реального часу.

Серед основних структурно-комунікативних особливостей мікроблогів називають: 1) обмеження обсягу інформації, що публікується (одне повідомлення може містити не більше ніж 140–200 символів); 2) можливість маркування повідомлень (тегінгу) за допомогою відповідних маркерів (хештегів (англ.: hash tags)); 3) високий ступінь інтегрованості в інші сервіси веб 2.0 (Facebook, Instagram, Pinterest і т.п.); 4) можливість обмеження доступу до приватної інформації і листування зареєстрованих на сервісі користувачів [43]. Усі ці риси є притаманними і твітеру.

Окрім того, те, що спілкування у твітері відбувається в суспільному середовищі, а також стислість повідомлень уподібнює його до чату (у тому числі, відео-чату), а риси електронної пошти проявляються у тому, що розмови у твітері здійснюються шляхом відповіді на конкретні пости [315].

Отже, **твітінг** визначаємо як гібридний формат інтернет-спілкування, що забезпечується технологічними можливостями інтернет-сервісу «Твітер», зокрема, можливістю створення мультимодальних текстів і забезпеченням доступу до них масового адресата.

1.1.2 Конститутивні ознаки інтернет-дискурсу як середовища існування політичного твітіngu. Аналіз поняття інтернет-дискурсу [50; 182; 214] вимагає уточнення його змісту і розмежування із спорідненими термінами, серед яких найпоширенішими є «комп'ютерний дискурс» [40; 80; 88; 257], «електронний дискурс» [162; 286], «мережевий дискурс» [252], «віртуальний дискурс» [88; 124].

Насамперед, інтернет-дискурс розуміється як спілкування в глобальній мережі, в той час як мережевий дискурс охоплює спілкування як в Інтернеті, так і в інших мережах, у тому числі локальних. Терміни «комп'ютерний дискурс» й

«електронний дискурс» вживаються на позначення тексту, зануреного у ситуацію спілкування за допомогою електронних засобів зв'язку [88, с. 18], причому електронний дискурс є поняттям ширшим ніж комп'ютерний дискурс, адже охоплює усі види комунікації крізь електронний канал, наприклад, дискурс повідомлень, що надсилаються з телефонів [202, с. 310]. Віртуальний дискурс, тобто «текст, занурений в ситуацію спілкування у віртуальній реальності» [88, с. 27], тлумачиться ширше ніж електронний дискурс, адже для такого спілкування можуть використовуватися будь-які засоби, здатні створити цю реальність [там само, с. 27].

Ми надаємо перевагу терміну «інтернет-дискурс» через те, що об'єкт нашого дослідження – англомовний політичний твітінг Д. Трампа – реалізується саме в мережі Інтернет за допомогою різноманітних електронних засобів комунікації. У той же час не можна стверджувати, що твітінг існує виключно у віртуальній реальності, адже у ньому присутні такі компоненти реальної дійсності як реальна особистість мовця.

У межах лінгвістичних студій інтернет-дискурс розуміють як «масив електронних, аудіо- та відеотекстів в сукупності з екстралінгвістичними факторами, пов'язаних між собою системою гіперпосилань, доступ до яких забезпечується входом в мережу Інтернет за допомогою комп'ютера чи альтернативних мультимедійних приладів» [50, с. 62]; мовленнєву ситуацію (текст), занурену в ситуацію спілкування в межах простору всесвітньої павутини [200, с. 312]; текст, що побутує в інтернет-системі, в якому персуазивна комунікативна установка імпліцитно відображає суб'єктивно особистісну авторську позицію, змодельовану з врахуванням психологічних, лінгвістичних і технологічних чинників [32, с. 7]; «процес створення тексту в сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними факторами, цілеспрямовану соціальну дію, що включає взаємодію людей й механізми їхньої свідомості – когнітивні процеси» [8, с. 7].

Відзначають такі конститутивні ознаки інтернет-дискурсу як використання електронного сигналу як каналу спілкування, віртуальність,

дистантність, опосередкованість, наявність гіпертексту, креолізованість (мультисеміотичність) текстів, комбінацію різних типів дискурсу, специфічну комп'ютерну етику [40, с. 8], значний обсяг фатичного спілкування [40, с. 79]; динамічність, мультимедійність, інтерактивність, відкритість, що веде до публічності, глобальність й транскультурність [42; 52; 117; 202, с. 312–313; 197, с. 18].

Названі вище ознаки інтернет-дискурсу вимагають систематизації, для чого необхідно звернутися до поняття власне **дискурсу**. Термін «дискурс» є багатозначним й широко використовується в гуманітарних науках, зокрема у філософії, літературознавстві, семіотиці, соціології, історіографії, педагогіці, політології, культурології, теорії комунікації. У лінгвістиці дискурс досліджують у межах різних напрямів, утворених на міждисциплінарній основі, таких як дискурсологія, когнітивна лінгвістика, комунікативна лінгвістика, прагматика, лінгвокультурологія, психолінгвістика, етнолінгвістика, наратологія тощо [352, с. 11–12].

У мовознавчих розвідках термін «дискурс» був вперше використаний у 1952 році американським лінгвістом З. Харрісом у статті «Аналіз дискурсу» [254]. У цій роботі дискурс постає як висловлення, надфразова єдність у лінгвальному контексті й соціокультурній ситуації [там само].

Попри наявність великої кількості дефініцій дискурсу, зумовлених розбіжностями напрямів дослідження, більшість визначень функціонального напрямку лінгвістики спираються на базове тлумачення, надане Н. Д. Арутюновою: «дискурс (від франц. discours – мовлення) – зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними – прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами; текст, взятий в подієвому аспекті; мовлення, що розглядається як спрямована соціальна дія, як компонент, який бере участь у взаємодії людей і механізмах їхньої свідомості (когнітивних процесах). Дискурс – це мовлення, «занурене» в життя» [351]. У цьому розумінні мовлення тлумачиться як «сам процес мовлення (мовленнєва

діяльність), так і його результат (мовленнєві твори, що фіксуються пам'яттю або письмом)» [351].

Цей погляд на дискурс розвивається представниками когнітивно-дискурсивного / когнітивно-комунікативного напрямку лінгвістики Харківської лінгвістичної школи [69]. Зокрема, на думку І. С. Шевченко й О. І. Морозової дискурс – це «інтегральний феномен, мисленнєво-комунікативна діяльність, що протікає в широкому соціокультурному контексті; вона є сукупністю процесу й результату, характеризується континуальністю й діалогічністю» [194, с. 28]. Поняття дискурсу співвідноситься із комунікативною взаємодією, що специфікується соціально-психологічними контекстами. Дискурс є засобом формування соціальних відношень і одночасно їх продуктом [69, с. 11]. Розвиваючи ці ідеї, І. С. Шевченко вважає дискурс «багатоаспектною когнітивно-комунікативно-мовною системою-гешталтом, яка визначається сукупністю трьох аспектів: конструюванням смислів, формуванням ідей та переконань (когнітивний аспект), взаємодією комунікантів у певних соціально-культурних контекстах / ситуаціях (соціально-прагматичний аспект) й використанням знаків, вербальних і паравербальних (мовний аспект)» [193, с. 115–116].

Когнітивний аспект дискурсу проявляється в тому, що в основі дискурсу лежать ментальні структури – фіксовані форми ментального досвіду [194, с. 27]. Базовою структурою, яка забезпечує утворення і функціонування дискурсу, є концепт – одиниця «ментальних чи психічних ресурсів нашої свідомості й тієї інформаційної структури, що відбиває знання та досвід людини» [350, с. 90].

Когнітивні основи дискурсу нерозривно пов'язані із його **соціальним аспектом**, адже дискурс є феноменом суспільного життя [161, с. 6], формою соціальної взаємодії [89, с. 90], соціальною практикою, яка формує соціальний світ [176, с. 39]. Соціальна природа дискурсу виявляється в тому, що дискурс конститується мовцем і адресатом, які постають у сукупності їхніх особистісних й соціальних характеристик (позицій (роль, статус), властивостей (стать, вік), відносин (домінування, авторитет) і функцій («батько, слуга»)) в

межах конкретної соціально сконструйованої ситуації [54, с. 23, 122]. Ці фактори частково зумовлюють значення мовних та інших знакових висловлень [89, с. 150].

Семіотичний/мовний аспект дискурсу визначається тим, що поряд із мовою у дискурсі можуть формувати певний смисл знаки кількох семіотичних систем або кодів. Аналіз семіотичного аспекту дискурсу передбачає розмежування дискурсу і тексту. Дискурс прийнято розглядати як більш широке поняття, ніж **текст**, адже дискурс – це «одночасно і процес мовної діяльності і її результат (=текст)» [73, с. 307]. Проте такий погляд на дискурс не применшує значущості тексту (матеріальної сутності), що становить основну умову виникнення дискурсу. Дискурс народжується в момент потрапляння тексту в зону уваги інтерпретатора в реальних просторово-часових координатах: інтерпретатор «отримує доступ до свідомості іншого суб'єкта через інтерпретацію його станів, зафіксованих у тексті. У результаті такої інтерсуб'єктної взаємодії форми мовних знаків набувають змісту, а власне процес інтерсуб'єктної взаємодії і є дискурсом» [352, с. 21].

Таким чином, беручи за основу визначення дискурсу І. С. Шевченко, **інтернет-дискурс** тлумачимо як когнітивно-комунікативно-семіотичну взаємодію суб'єктів, яка забезпечується технологічними можливостями інтернет-сервісів, що і визначає її основні характеристики: віртуальність, дистантність, опосередкованість; гіпертекстуальність; інтерактивність; мультимодальність і мультимедійність; глобальність / транскультурність.

1.1.3 Жанрові ознаки політичного твітінгу. У тлумаченні жанру політичного твітінгу спираємося на концепцію мовленнєвого жанру М. М. Бахтіна як одиниці мовленнєвого спілкування й діяльності людей, головною ознакою якої є діалогічність. Як зазначає М. М. Бахтін, «у кожній галузі існують і застосовуються свої жанри, які відповідають її специфічним умовам. Певна функція й певні специфічні для кожної сфери умови мовленнєвого спілкування породжують жанри, тобто відносно стійкі тематичні,

композиційні та стилістичні типи висловлювань» [11, с. 240–242]. Це визначення фокусує увагу на основній властивості жанру – стійкості, тобто повторюваності тематики, структури та стилістичних особливостей висловлювань. Поняття «висловлювання» варіюється від частини діалогу (втілення «первинних жанрів», що складаються в умовах безпосереднього мовленнєвого спілкування) до роману (втілення «вторинних жанрів», що виникають в умовах більш складного й відносно високорозвиненого та організованого культурного спілкування й вбирають у себе і переробляють різноманітні первинні жанри). Багатство мовленнєвих жанрів обмежується лише можливостями людської діяльності: у кожній її сфері існує широкий репертуар мовленнєвих жанрів, який росте й диференціюється разом із розвитком і ускладненням діяльності [там само].

Відтак, **жанр** розуміємо за М. М. Бахтіним як стійку мовленнєву форму, тематичні, композиційні й стилістичні конститутивні риси якої визначаються специфікою відповідної сфери мовленнєвої діяльності.

Твітінг Д. Трампа відноситься до сфери політики. Іншими словами, його слід вважати жанром політичного інтернет-дискурсу. Місце політичного твітінгу відносно політичного й інтернет-дискурсу подано на Рис. Б.1 (Додаток Б). Політичний інтернет-дискурс об'єднує ознаки інтернет-дискурсу, зазначені вище, і політичного дискурсу, які охоплюють: інституційність, соціально-статусні відношення; орієнтованість на масового адресата; домінуючу роль фактору емоційності; значну питому вагу фатичного спілкування; смислову невизначеність; опосередкованість політичної комунікації фактором мас-медіа; театральність; необхідність політикам працювати на публіку, приваблюючи її своїм іміджом; динамічність [195, с. 9].

Політичний інтернет-дискурс зберігає суттєвий зв'язок із формами й жанрами реального політичного дискурсу, зберігаються головні цінності й пріоритети в спілкуванні (див. [55, с. 281–282]). Конститутивною ознакою політичного інтернет-дискурсу, як і політичного дискурсу взагалі є його інституційний характер: він «здійснюються в громадських інститутах, спілкування, в яких є складовою частиною їх організації» [195, с. 58].

Інституційний дискурс є статусно-орієнтованим, адже є мовленнєвою взаємодією представників соціальних інститутів, які реалізують свої статусно-рольові можливості у межах цих інститутів, або представників соціальних інститутів (агентів) із широкою громадськістю (клієнтами інститутів) [70, с. 204]. Твітінг реалізує другу можливість.

Розмаїття жанрів політичного дискурсу найбільш всебічно описано О. Й. Шейгал, яка структурує жанровий простір політичного дискурсу за параметрами інституційності, суб'єктно-адресатних відношень, соціокультурної диференціації, подієвої локалізації, польової й функціональної структури [195, с. 305–323]. На наш погляд, параметр польової структури є найважливішим, адже диференціює жанри політичного дискурсу в залежності від основної інтенції адресантів політичного дискурсу – боротьби за владу, що визначає ступінь центральності або маргінальності того чи іншого жанру у політичному дискурсі. Відтак, будучи конгломератом певних жанрів, політичний дискурс постає як польова структура, у центрі якої знаходяться жанри, що є прототипними для цього типу дискурсу, а на периферії – маргінальні жанри, які мають подвійну природу й перебувають на стику різних типів дискурсу [195, с. 320]. З цієї точки зору прототипними жанрами вважаються парламентські дебати (комунікація всередині інститутів), публічна промова політика й лозунг (вектор комунікації «політик – громадяни»), лозунг й голосування (лінія «зворотного зв'язку» громадяни – інститут») [там само].

Що стосується місця політичного твітінгу, то у цій системі жанрів він, вірогідно, перебуватиме на периферії. Проте, якщо взяти до уваги потужність технологічних можливостей інтернет-середовища й особливості культури співучасті (англ. *participative culture*) [46, с. 303], що позначається на зростанні кількості користувачів твітер-акаунтів впливових політичних діячів (зокрема, на початок 2021 року твітер-акаунт Д. Трампа налічував понад 88 мільйонів користувачів [271]), то значущість цього жанру у системі інших жанрів політичного дискурсу значно зростає. В межах політичного інтернет-дискурсу твітінг слід вважати дискурсотвірним жанром. О. В. Лутовинова визначає

дискурсотвірний жанр як «тип формально-композиційної організації мовленнєвого твору» і протиставляє його дискурсонабутим жанрам (які є власне мовленнєвими жанрами за М. М. Бахтіним) – «вербальному оформленню типової ситуації взаємодії людей», що у випадку інтернет-жанру включає, наприклад, і щире повідомлення, і спам, флейм, флуд, тощо [88, с. 166]). Спираючись на класифікацію О. В. Лутовинової, політичний твітінг відносимо до дискурсотвірних жанрів, які виокремлюються за технологічно-лінгвістичним критерієм, що зумовлює його особливу організацію [88, с. 166].

Окрім того, слід зазначити, що твітінг є інтердискурсивним жанром, де політичний дискурс поєднується із рекламним, юридичним, побутовими дискурсами, а також дискурсом мас-медіа.

Для опису конститутивних рис жанру політичного твітінгу, ми спираємося на концепцію Т. В. Яхонтової, яка розвиваючи ідеї М. М. Бахтіна, характеризує жанри за такими чинниками: 1) соціокомунікативні чинники, які включають сферу функціонування, її соціокультурні контексти, жанрову мету та ролі продуцентів й реципієнтів; 2) тематичний зміст (зумовлений належністю до тієї чи іншої сфери спілкування); 3) типову організацію презентації змісту у відповідності з жанровою метою та її можливі модифікації у конкретних соціоісторичних та етнокультурних обставинах; 4) канал комунікації; 5) мовностилістичні та текстові особливості; 6) зв'язок з іншими жанрами певної комунікативної сфери; 7) типові способи й шляхи дистрибуції й реценції жанру [202, с. 87].

На думку Т. В. Яхонтової соціально-комунікативна ситуація/контекст є сукупністю «певних функціонально зумовлених обставин спілкування» [202, с. 73]. Соціально-комунікативна ситуація політичного твітінгу представлена контекстом, метою та ролями суб'єктів дискурсу.

За Т. А. ван Дейком [226, с. 19] соціально-комунікативні контексти поділяємо на локальні й глобальні. Локальні контексти дискурсу включають час, місце, учасників, їхні комунікативні та соціальні ролі, інтенції, цілі. Глобальний контекст стає релевантним, коли дискурс розглядається як конститутивний

аспект суспільних дій учасників, а також коли учасники залучаються в інтеракцію як члени соціальних категорій, груп або соціальних інститутів.

Локальний соціально-комунікативний контекст жанру «політичний твітінг» включає такі параметри:

- **дата/час публікації** твіту на інтернет-сервісі «Твітер», з урахуванням того факту, що твіти розташовуються у зворотному хронологічному порядку;
- **місце**: сайт інтернет-сервісу «Твітер» twitter.com;
- **безпосередні учасники**: суб'єкти політики – політичні діячі та політичні партії (агенти) (у нашому випадку – 45-й президент США Дональд Трамп), які є адресантами твітів, і, переважно, масовий адресат твітів (клієнти політичних інститутів) – послідовники твітер-акаунту суб'єкта політики (північноамериканський електорат у разі твітінгу Д. Трампа) від конкретного індивіда до глобальної інтернет-аудиторії твітеру;
- **учасники-глядачі**: глобальна інтернет-аудиторія;
- **формат**: твіти обсягом до 280 символів, які можуть вміщати візуальні символи, прикріпні мультимедійні посилання; кількість твітів не обмежена.

Глобальний соціально-комунікативний контекст англomовного політичного твітінгу визначається функціями політичних інститутів, серед яких основними є встановлення й підтримання політичної влади, забезпечення порядку і законності, тобто в кінцевому підсумку, нормальної життєдіяльності суспільного організму [195, с. 58–59].

Виходячи з положення, що **жанрова мета** «узагальнює та «офіційно» визнає, ратифікує наявні людські потреби та цілі і, відповідно, формує жанри як *загальновизнані, загальноприйняті засоби досягнення і реалізації цих цілей*» [202, с. 75], жанрову мету адресантів політичного твітінгу визначаємо як здійснення впливу на електорат з метою завоювання/утримання політичної влади.

Жанрова роль є «загальноратифікованою функцією учасників соціальної ситуації, яка дозволяє їм через використання жанрів вступати в ефективну взаємодію, причому прийняття жанрової ролі сигналізує про те, що «актор»-учасник усвідомлює, принаймні певною мірою, правила «жанрової гри», які

охоплюють такі параметри, як загальні особливості певної соціокомунікативної ситуації, відповідні стереотипи вербальної та невербальної поведінки, потенційні очікування інших учасників ситуації, їхні можливі реакції тощо, а також статус самого користувача жанру» [202, с. 77].

Жанрові ролі політичного твітінгу включають адресантів як представників політичних інститутів, від яких очікують дотримання стандартів поведінки, що відповідають їхній соціальній ролі (у нашому випадку, ролі президента), а також соціокультурних цінностей соціуму, і адресатів як пересічних користувачів твітеру, представників глобальної транс-культурної аудиторії, від яких очікують реакції на твіти суб'єкта політики.

Тематичний зміст твітів переважно представлений політичними темами, хоча іноді твіти висвітлюють побутові теми.

Типова організація презентації змісту у політичному твітінгу визначається незмінним набором обов'язкових компонентів, «рамкою», в яку і поміщається кожне твіт-повідомлення.

Канал комунікації у політичному твітінгу визначаємо як електронний.

Мовностилістичні та текстові особливості політичного твітінгу визначаються стислістю повідомлень, що зумовлено обмеженою довжиною твіту й проявляється у використанні скорочень, логограм, аббревіатур, еліптичних речень [220, с. 44]; експресивністю, інтертекстуальністю [134, с. 6]; приближенням до монологічного мовлення; гіпертекстуальністю й мультимодальністю.

Зв'язок з іншими жанрами політичного інтернет-дискурсу, з одного боку, представлений гіперпосиланнями на такі «жанри», як інстаграм, фейстук, телеграм та інші. З іншого боку, політичний твітінг як гіпержанр вбирає в себе різні жанри політичного дискурсу, зокрема звернення до електорату, призначення на посаду, поздоровлення, і навіть світську бесіду.

Шляхи дистрибуції політичного твітінгу визначаються електронним каналом, мережею «Інтернет» і веб-сайтом «Твітер».

Отже, **англомовний політичний твітінг** визначаємо як жанр політичного інтернет-дискурсу, жанрові риси якого формуються, з одного боку, функціями політичних інститутів (впливати на масову аудиторію задля встановлення й підтримання політичної влади, забезпечення порядку і законності, нормальної життєдіяльності суспільного організму), а з іншого боку, – технологічними можливостями інтернет-сервісу «Твітер» (створювати мультимодальні повідомлення, і забезпечувати доступ до них необмеженої кількості користувачів).

1.2 Текстові ознаки політичного твітінгу

Двома конститутивними ознаками текстів політичного твітінгу є гіпертекстуальність і полікодовість/мультимодальність.

1.2.1 Гіпертекстуальність. Терміном «гіпертекстуальність» називають специфіку поведінки текстів у інтернет-середовищі [87, с. 5], яка виявляється у потенційній можливості тексту бути прочитаним нелінійно, що реалізується у діяльності людини, яка взаємодіє з цим текстом [164, с. 627]. Власне термін «**гіпертекст**» було запропоновано Т. Нельсоном у 1965 році для опису структури документів, яка характеризується нелінійною організацією, «сукупності письмового чи візуального матеріалу, взаємопов'язаного настільки складним способом, що унеможлиблює його зручне представлення на папері» [305, с. 96]. Звісно, нелінійна форма представлення інформації існувала і до виникнення електронних текстів (наприклад, довідники та енциклопедії до яких звертаються за певною інформацією, а не читають послідовно від початку до кінця) [87, с. 4]. Відмінною рисою електронного гіпертексту є те, що зв'язок між його фрагментами не має виключно змістовий характер, проте забезпечується технічними можливостями [170, с. 39].

До структури гіпертексту традиційно відносять текстові блоки (які також називають «вузлами», «гніздами», «фрагментами гіпертексту», «гіпотекстами»), гіперпосилання і навігацію, за допомогою якої здійснюється перехід від одного

текстового фрагмента до іншого [87; 142]. Текстовий блок (елемент) – це текст у складі інформаційної одиниці, або вузла електронного гіпертексту. Засіб, що робить можливим безпосередній перехід від одного текстового блоку до іншого, називається гіперпосиланням [75, с. 9]. З такої точки зору мережа Інтернет постає як глобальний гіпертекст, тобто серія фрагментів електронного тексту з непослідовною організацією, яка дозволяє читачеві обирати свій шлях прочитання.

Одним із фрагментів такої мережі є текст твітеру – твітінг, що може розглядатися як єдність, і в той же час розкладатися на менші тексти – його складові, гіпотекти. Услід за Т. І. Рязанцевою [142] та П. І. Сергієнко [151, с. 6] мінімальну текстову одиницю гіпертексту визначаємо як **гіпотекст**, під яким розуміємо «мінімальний блок або відрізок тексту, граничний модуль, який містить закінчену думку, логічно завершену ідею, висловлювання» [142, с. 54]. На наш погляд, використання цього терміну є доцільним для опису мінімальної одиниці гіпертексту, тому що він відображає як розташування гіпотексту на нижчому ієрархічному рівні, так і його текстову природу. У структурі твітінгу такою мінімальною одиницею – гіпотекстом – вважаємо **твіт** (окреме повідомлення), тому що він володіє такими основними текстовими ознаками як цілісність – тематична єдність тексту та зв'язність – формальна залежність компонентів тексту [351; 31, с. 26–27].

Високий ступінь гіпертекстуальності у твіттері проявляється перш за все через особливості технологічної платформи: текст твіту поміщується у гіпертекстуальне оточення, яке дає можливість здійснити такі операції із інформацією як зробити коментар, ретвіт (ретрансляцію повідомлення), поставити «лайк», написати особисте повідомлення, перейти на сторінку автора твіту. Також цей інтернет-сервіс надає можливість включати у повідомлення гіперпосилання, хештеги (тобто засоби індексування) та @посилання (посилання, які відсилають до певного автора).

Проаналізувавши праці, присвячені гіпертексту [87; 142; 143; 147; 164; 198], основними характеристиками твітінгу, пов'язаними з гіпертекстуальністю,

вважаємо фрагментарність, нелінійність, інтертекстуальність, інтерактивність, незавершеність та відкритість.

Фрагментарність і нелінійність твітінгу проявляється в тому, що комунікація може починатися з будь-якого вузла, звернення до одного фрагменту, який містить елементи, що дозволяють перейти до іншого блоку [87, с. 5]. Нелінійність особливо повно проявляється у полемічному гіпертексті, форми якого часто набуває твітінг, і втілюється у непослідовній хронології у межах одного гіпертексту, варіації смислових ланцюжків всередині текстової системи, зміні рівня експресії і впливу і, як наслідок, непередбачуваності результатів полеміки щодо як конкретно взятого користувача, так і цільової аудиторії в цілому [154, с. 152]. Непослідовність хронології зумовлюється можливістю синхронно/асинхронно коментувати твіт; варіація смислових ланцюжків дискусії проявляється у тому, що коментарі можуть як відповідати на твіт в рамках однієї теми, так і не відноситися до теми; рівень експресії постійно змінюється, а розвиток ходу дискусії неможливо передбачити [там само].

Інтертекстуальність втілюється у вміщенні цитат, вбиранні і трансформації інших текстів [83, с. 429]. Ідея електронного гіпертексту в цілому перегукується з концепцією інтертексту у роботах представників постструктуралізму та постмодернізму (Р. Барт [9; 10], Ж. Дерріда [57], Ю. Крістева [83], М. Фуко [179]), де на перший план виходить відсутність чіткої структури, децентралізація та безмежність текстового простору. Якщо розглядати світ як текст [57; 86], то інтернет-простір постає як глобальна гіпертекстова система [209], елементами якої є мультимодальні блоки інформації. Інтертекстуальність твітінгу реалізується за допомогою таких технологічних засобів як копіювання текстів або їхніх фрагментів, ретвітів (ретрансляції чужого повідомлення у сервісі «Твітер»), цитування твітів із додаванням власного коментаря у межах одного повідомлення, ретрансляція повідомлень з інших сервісів веб 2.0 [7, с. 90].

Інтерактивність комунікації у твітері виявляється в тому, що користувач сам обирає початковий твіт і визначає свій шлях просування в комунікації – читає та коментує тільки той контент, який є для нього цікавим. Це відповідає

постструктуралістській концепції «смерті автора», де джерело тексту знаходиться не у письмі, а в прочитанні [9, с. 389]. Відтак, ключовою фігурою в комунікації твітеру є користувач, який створює свій власний гіпертекст, де технології веб 2.0 дозволяють йому в буквальному сенсі бути співавтором колективного гіпертексту не тільки шляхом читання, а і за допомогою створення контенту. Ця характеристика твітінгу цілком відповідає інтерактивній природі дискурсу, де вагомою є роль не тільки адресанта, але й адресата [5], що веде до розуміння дискурсивної діяльності як діяльності міжсуб'єктної, де кожен учасник є активним суб'єктом [89, с. 42–48; 178, с. 53]. На когнітивному рівні інтерактивна природа дискурсу відбивається у розумінні його як середовища конструювання комунікативних смислів, як взаємодії [193, с. 114–115], ситуативно обумовленої інтерактивної міжсуб'єктної діяльності, спрямованої на взаємну орієнтацію у життєвому просторі [352, с. 21].

Нарешті, незавершеність та відкритість твітінгу пов'язані з тим, що електронний гіпертекст твітеру може безмежно розширюватися, залучаючи нових учасників, які породжують усе більшу кількість твітів.

1.2.2 Мультиmodalність. Відповідно до розуміння тексту у семіотиці, осмислена послідовність знаків будь-якої природи утворює текст [351]. Розрізняють два типи текстів: гомогенні (що включають знаки однієї знакової системи) і гетерогенні (що включають знаки різних знакових систем) [133, с. 19] (див. огляд невербальних та паралінгвальних семіотичних ресурсів [90–93]). У сучасній лінгвістиці на позначення гетерогенних текстів використовуються терміни «креолізований текст» (О. Є. Анісімова [2], Н. С. Валгіна [31], І. В. Вашуніна [34], І. В. Вашунина, О. О. Нистратов, Є. Ф. Тарасов [35], М. Б. Ворошилова [37], Ю. О. Сорокін, Є. Ф. Тарасов [167], Д. П. Чігаєв [187; 188]), «відеовербальний» (О. В. Пойманова [133]), «полікодовий» (Г. В. Ейгер, В. Л. Юхт [59], О. Г. Сонін [166]) (полікодовим називають і дискурс [82; 166; 191]), «ізоверб» (О. В. Міхеєв [118]), «лінгвовізуальний комплекс» (Л. М. Большиянова [26]), «ізовербальний комплекс» (А. О. Бернацька [18]),

семіотично ускладнений текст (Д. П. Чігаєв [188]), комунікат (В. Є. Чернявська [185]), мультимодальний текст (Г. Кресс, Т. ван Льовен [266], К. Джевїтт, Дж. Беземер, К. О'Халлоран [262]), паралінгвістично активний текст (О. Є. Анісімова, [2]), мультисеміотичний дискурс (М. Маттиессен [294]).

У працях науковців пострадянського простору найбільш поширеним є термін «креолізований текст», який використовується на позначення тексту, «фактура якого складається з двох негомогенних частин (вербальної – мовної/мовленнєвої і невербальної, що належить до інших знакових систем, ніж природна мова)» [167, с. 180]; складного текстового утворення, «у якому вербальні й іконічні (зображальні) елементи утворюють одне візуальне, структурне, смислове та функціональне ціле, яке орієнтоване на комплексний прагматичний вплив на адресата» [2, с. 17].

В. Є. Чернявська зазначає, що термін «креолізований текст» викликає невинуватені асоціації з креольськими мовами [185, с. 88]. На відміну від креольських мов, де змішування приводить до спрощених структур [351], поєднання вербальних і невербальних елементів утворює текст із «складною формою, що ґрунтується на поєднанні одиниць двох і більше семіотичних систем, які вступають у відношення взаємозв'язку, взаємодоповнення, взаємовпливу, що зумовлює комплексний вплив на адресата» [37, с. 22].

Іншим поширеним терміном є «полікодовий текст». Ще у 1974 році Г. В. Ейгер і В. Л. Юхт запропонували опозицію моно- і полікодових текстів [59]. Наразі полікодові тексти тлумачать як такі, що містять не тільки словесну мову (вербальний код), а й інші способи передачі інформації: малюнки, фотографії, кінострічку (візуальний код), музичний і шумовий ряд (аудіальний код), реальні предмети (предметний код) (див. [25]).

Проте, на наш погляд, терміни «креолізований» і «полікодовий» не є цілком вдалим для опису гетерогенних текстів твітінгу. Термін «креолізований текст» не враховує надходження інформації за різними каналами, в той час як поняття «полікодовий текст» актуалізує розуміння природної мови як коду у ракурсі структурного функціоналізму. У межах цієї концепції мова постає як

постійний код – «набір ієрархічно організованих одиниць символної природи (знаків), що постають як конвенційні довільні співвідношення форм і значень, і правил їх комбінування» (див. критичний аналіз концепції [104, с. 35]). Наше дослідження спирається на когнітивно-комунікативну функціоналістську концепцію мови, згідно з якою мова нерозривно пов'язана із свідомістю та є вікном у духовний світ людини, у її інтелект, засобом доступу до таємниць розумових процесів [84, с. 13]. З такої точки зору мова розглядається як ситуативно зумовлений процес наділення мовних форм семіотичною значущістю у реальному часі залежно від ситуативного і соціокультурного контексту [104, с. 43–44]. Таке розуміння мови не співвідноситься із поняттям мови як коду.

Саме тому вважаємо більш доречним звернутися до концепції мультимодальності, у ракурсі якої ведуться дослідження текстів, що складаються із знаків різних семіотичних систем, у зарубіжному мовознавстві. Центральним у концепції мультимодальності є положення, що інформація в комунікації транслюється за допомогою різних «модусів» (англ. *modes*), де **модус** тлумачиться як «соціально сформований і культурно зумовлений ресурс для породження значення» [265, с. 79]; «знакова система, що інтерпретується завдяки певному процесу сприйняття» [234, с. 22]. До прикладів модусів належать вербальний текст, рухоме і нерухоме зображення, а також мова, жести, погляд та поза у комунікативній взаємодії [265, с. 79]. Ч. Форсевіль розрізняє такі семіотичні модуси: 1) письмова мова; 2) усна мова; 3) статичні зображення; 4) динамічні зображення; 5) музика; 6) невербальні звуки; 7) жести; 8) погляд; 9) поза; 10) смаки; 11) дотик [234, с. 22; 340, с. 4]. Відповідно, мультимодальність постає як «використання декількох семіотичних модусів <...> разом із конкретним способом, у який ці модуси поєднані» [266, с. 20].

Прихильники концепції мультимодальності відмовляються від традиційного протиставлення вербальної і невербальної комунікації, яке передбачає, що вербальний компонент є первинним, а решта засобів породження

значення (модусів) може бути описана за допомогою одного терміну [262, с. 3]. Підкреслюється, що компоненти мультимодального тексту представлені різними модусами – каналами, за допомогою яких передається інформація, втілена певними семіотичними ресурсами у межах певного модусу. Як зазначають Г. Кресс та Т. ван Льовен, «усі семіотичні модуси, що є доступними як засоби вираження в певній культурі, використовуються в цій культурі як засоби реалізації дискурсів» [266, с. 24].

У ракурсі мультимодальності визнається не тільки необхідність дослідження одночасної присутності і взаємодії різних способів створення смислу, але також і те, що кожен модус має різні можливості і обмеження у цьому процесі. Неодноразово стверджувалося (див., напр., Р. Якобсон [201, с. 198]), що мова виконує найширший спектр комунікативних функцій або, що вона уможлиблює вищі, найскладніші форми мислення і саме тому є найважливішою. На противагу такому погляду, у концепції мультимодальності значущість усіх модусів у комунікації визнається однаковою, проте враховується, що вони відрізняються за своїми можливостями створення смислу [262, с. 3]. Термін «можливості модусу» (англ. *modal affordance*) стосується потенціалу та обмежень різних модусів – те, що можна легко виразити і представити, або повідомити за допомогою семіотичних ресурсів певного модусу, і те, що складніше або навіть неможливо зробити за допомогою цього модусу [365]. Усвідомлення можливостей модусів піднімає питання про те, який модус «краще» використовувати і для чого. Це, в свою чергу, спрямовує увагу на міжсеміотичні відношення, тобто способи конфігурації модусів у певних контекстах [207].

Нелінійний спосіб презентації інформації у середовищі твітеру дозволяє комунікантам інтерактивно брати участь в поданні інформації, обираючи різні засоби відображення мультимедійних даних [147]. Ми розмежуємо поняття мультимодальності та мультимедійності. Різниця між цими двома термінами значною мірою полягає у відмінності термінів «модусу» та «медіа». Модуси розуміються як способи подання інформації або семіотичні канали, які ми

використовуємо для створення тексту (слова, звуки, нерухомі та рухомі зображення, анімація тощо). **Медіа** є «інструментами та матеріальними ресурсами», які використовуються для створення та розповсюдження текстів. Приклади медіа включають книги, радіо, телебачення, комп'ютери, пензлик і полотно, а також людські голоси [282, с. 227].

Загальний ефект мультимодального повідомлення є більшим ніж вплив його окремих частин, оскільки спілкування забезпечується за допомогою усіх модусів, які впливаючи один на одний збільшують кількість можливих значень [283, с. 92; 314, с. 1].

Ураховуючи те, що відеострічки залишаються поза межами цього дослідження, вважаємо, що аналізований англomовний політичний твітінг Д. Трампа втілюється такими семіотичними модусами:

1) **вербальним**: а) **зображально-вербальним** – набірним текстом (writing [265], written mode [340]); б) **графічно-вербальним** – специфічною графічною репрезентацією письмового мовлення;

2) **візуальним** (visual mode [340]): а) **зображальним**, який включає статичні зображення (інфографіку та фотографії) та динамічні зображення (анімовані зображення формату .gif); б) **зображально-невербальним**, який охоплює кінесичні й проксемічні комунікативні компоненти, які містять фотографії людини.

Відтак, у фокусі нашої уваги перебуває взаємодія **вербального** (зображально-вербального та графічно-вербального) й **візуального** (зображального й зображально-невербального) модусів. Для спрощення викладу матеріалу й уникнення двозначності на позначення зображально-вербального семіотичного модусу вживаємо термін «вербальний», графічно-вербального – «графічний», а зображально-невербального – «невербальний».

1.3 Стратегічна природа політичного твітінгу

Прийняте в системі понять харківської школи когнітивно-дискурсивної лінгвістики тлумачення комунікації як способу й умови виживання людини, що

забезпечує збереження її екологічної системи [104, с. 45], обґрунтовує «безумовну цілеспрямованість/вмотивованість і регулятивність комунікативної взаємодії» [там само]. У цьому розумінні «комунікативна діяльність інгерентно стратегічна, оскільки вона завжди підпорядкована цілям, мотивованим споконвічними соціально-біологічними потребами людини» [105, с. 81] (також див. ([21, с. 133; 178, с. 88])). Такий ракурс обґрунтовує утвердження стратегії як базового поняття комунікації [105, с. 80; 178, с. 10]. Більше того, з огляду на стратегічне використання твітеру Д. Трампом, про що свідчать численні розвідки (див., наприклад, [274; 330, с. 211]), вважаємо дискурсивну стратегію інструментом дослідження політичного твітінгу Д. Трампа.

1.3.1 Поняття моно- і мультимодальної дискурсивної стратегії. Поняття **стратегії** (дав.-гр. *στρατηγία* – мистецтво полководця) постійно перебуває у фокусі уваги мовознавчих розвідок. Власне термін «стратегія» не є приналежністю виключно лінгвістичної науки, а, навпаки, є запозиченим із сфери, далекої від лінгвістики – військової справи [65, с. 55]. У «Словнику української мови» стратегія визначається як: 1) мистецтво підготовки і ведення війни та великих воєнних операцій; 2) мистецтво суспільного і політичного керівництва масами, яке має визначити головний напрям їх дій, вчинків; 3) спосіб дій, лінія поведінки кого-небудь [356].

У психології стратегія визначається як «програма дій, яка розроблена для досягнення мети або виконання завдання» [306].

У мовознавстві вивчають мовленнєві, комунікативні й дискурсивні стратегії, не завжди розмежовуючи ці терміни і поняття. У лінгвістичних визначеннях акцентується аспект *підготовленості/планування* мовленнєвих дій. Так, мовленнєву стратегію тлумачать як «планування процесу мовленнєвої діяльності в залежності від конкретних умов спілкування й особистостей комунікаторів, а також реалізацію цього плану» [65, с. 54]; «план оптимального втілення певного комунікативного наміру відправника повідомлення» [184, с. 45]; «сукупність запланованих мовцем заздалегідь і реалізованих у ході

комунікативного акту теоретичних ходів, направлених на досягнення комунікативної мети» [76, с. 18]. Ми дотримуємося думки, що «поняття планування вибору вербальних засобів реалізації не відповідає когнітивно-комунікативному розумінню мовленнєвої діяльності як симультанної неусвідомлюваної природної активності суб'єкта» [138, с. 24]. Попри підготовлений характер деяких твітів, у твітіngu Д. Трампа планування виражається, перш за все, у виборі смислів, які бажає донести адресант повідомлення до своєї аудиторії, а не у виборі вербальних одиниць. Як зазначає О. О. Залевська, «у фокусі уваги суб'єкта мовленнєво-розумової діяльності перебуває смисл повідомлення, у той час як засоби вираження цього смислу функціонують як мовний механізм, що задається автоматично» [63, с. 240].

З іншого боку, дослідники стратегій відзначають *інтенціональність* мовленнєвих стратегій, зазначаючи, що в основі стратегії лежать мотив, потреби, установки комунікаторів [65, с. 61], які втілюються в певній комунікативній меті [138, с. 23]. Відповідно, мовленнєву стратегію тлумачать як «комплекс мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення комунікативної мети» [65, с. 54]; когнітивний процес, у якому мовець співвідносить свою комунікативну мету із певним мовним виразом [285, с. 197]; «ланцюг рішень мовця, комунікативних виборів тих чи інших мовленнєвих дій і мовних засобів», а також реалізація «набору цілей в структурі спілкування» [89, с. 193]; «оптимальну реалізацію інтенцій мовця щодо досягнення конкретної мети спілкування, тобто контроль і вибір дієвих ходів спілкування і гнучка їх видозміна в конкретній ситуації» [13, с. 118].

Як і дискурс, дискурсивна/мовленнєва стратегія має **когнітивну природу**, яку відображено у визначенні стратегії Т. ван Дейка як характеристики «когнітивного плану спілкування, яка контролює оптимальне рішення системи завдань гнучким і локально керованим способом» [54, с. 274]. Когнітивне підґрунтя стратегії не обмежується розумовими операціями, задіяними в процесі мовленнєвої діяльності, а включає організацію узагальненого досвіду і його використання задля конкретних цілей дискурсивної взаємодії [178, с. 89–90].

Як і власне дискурс, дискурсивна стратегія має **соціально-комунікативну** природу, що втілюється у «здатності матеріалізованого комунікативного наміру організовувати соціальну діяльність суб'єктів спілкування шляхом співвіднесення цього наміру із стандартними нормативно-ціннісними суспільними уявленнями носіїв національно-мовного менталітету» [178, с. 157]. Такий погляд передбачає здатність використання мови для впливу й регуляції соціальних відносин.

У більшості лінгвістичних досліджень, присвячених стратегії, акцентується провідна роль адресанта, в той час як адресату відводиться пасивна роль [178, с. 88]. Так, адресат розглядається лише як об'єкт мовленнєвого впливу у визначеннях стратегії як способу оперування інформацією з метою зміни поведінки об'єкта мовленнєвого впливу [125, с. 318]; примусу партнера за комунікацією діяти в інтересах мовця [65, с. 26]. Ми дотримуємося розуміння дискурсивної/мовленнєвої стратегії як **інтерактивного** феномена, в якому адресат поряд із адресантом є активним учасником комунікативної взаємодії (див. [178]). Хоча Д. Трамп здійснює комунікативний вплив на адресата, розміщуючи твіти на своїй сторінці твіттеру, адресати також активно впливають на президента такими комунікативними діями як лайк, ретвіт або коментар.

Підсумовуючи сказане, **дискурсивну стратегію** визначаємо за І. Є. Фроловою, яка враховує інтерактивну, соціальну й когнітивну природу стратегії і тлумачить її як «комунікативний *намір мовця*, сформований на підставі використання суспільного досвіду для власних індивідуальних потреб і бажань, і *мовну об'єктивацію* цього наміру, що надає йому інтерактивного статусу через *осмислення вербалізованого наміру* усіма суб'єктами» [178, с. 85]. «Спільно сконструйований суб'єктами *стратегічний смисл* – *конструкт дискурсу* – відбиває інтерактивну природу дискурсивної стратегії; зіставлення цього смислу із системою норм і цінностей національно-мовного колективу визначає її соціальну характеристику» [178, с. 107].

Ментальним корелятом дискурсивної стратегії є «та частина знання, що відноситься до певного концепту, яка є актуальною для вербальної комунікації»

[177, с. 160]. Це концептуалізоване знання є знанням декларативно-процедурального типу. Декларативне знання охоплює прототип й стереотипування, а процедуральне – стереотипи поведінки [177, с. 162]. Вербальним корелятом комунікативної стратегії є висловлення, осмислені як об'єктиватори стереотипного/прототипного знання [178, с. 101].

Для нас важливим є розмежування власне мовленнєвих та дискурсивних стратегій. Поняття мовленнєвої стратегії є більш вузьким, адже «співвідноситься тільки із орієнтацією на досягнення мовленнєвих цілей» [177, с. 155], в той час як дискурсивна стратегія орієнтована на позамовні цілі й має визначатися через поняття дискурсу.

Щодо розмежування комунікативних й дискурсивних стратегій, то, з одного боку, «поняття комунікативної стратегії є ширшим за поняття дискурсивної стратегії, оскільки остання передбачає обов'язкову вербальну реалізацію» [177, с. 155]. З іншого боку, визначення дискурсивної особистості Л. В. Солощук імплікує можливість розуміння дискурсивної стратегії як такої, що об'єктивується не тільки вербальними знаками, адже дискурсивна особистість тлумачиться як «особистість, яка діє в континуальному комунікативному просторі і здатна поряд із мовним кодом використовувати й трактувати інші семіотичні коди залежно від типу дискурсивних відносин, у які вона є включеною в певні моменти спілкування» [165, с. 127]. У тлумаченні дискурсу І. С. Шевченко також вказується на можливість використання як вербальних, так і паравербальних знаків [193, с. 115–116]. Це положення знаходить реалізацію у твітіngu Д. Трампа, де об'єктивація стратегічного комунікативного наміру відбувається не тільки за допомогою мовних засобів, але й зображень та невербальних комунікативних компонентів.

Ми вважаємо поняття «комунікативна стратегія» й «дискурсивна стратегія» синонімічними. На наш погляд, для розмежування виключно вербальних стратегій і таких, що об'єктивуються знаками кількох семіотичних систем більш доречним є вживання термінів «мономодальна дискурсивна стратегія» і «мультимодальна дискурсивна стратегія». Відтак, стратегії, що

реалізуються одним семіотичним модусом (у нашому дослідженні вербальним) називаємо **мономодальними**, а стратегії, які реалізуються двома та більше семіотичними модусами – **мультимодальними**.

1.3.2 Типологія дискурсивних стратегій англomовного політичного твітінгу Дональда Трампа. У дослідженні стратегічних параметрів англomовного політичного твітінгу Д. Трампа ми спираємось на концепцію Т. ван Дейка [54], розбудовану І. Є. Фроловою [178]. В основі цієї концепції лежить розуміння дискурсивної стратегії як ієрархічно впорядкованої структури, у якій виокремлюються глобальні, локальні й мовленнєві стратегії за параметром масштабу реалізації у дискурсі. Як зазначає І. Є. Фролова, «стратегія має складно організовану структуру, у якій присутні елементи різних рівнів і різної природи (глобальні, локальні і мовленнєві стратегії)» [177, с. 157].

Глобальна дискурсивна стратегія є загальною стратегією учасника комунікативної взаємодії і відповідає глобальному комунікативному наміру мовця, контролюючи результати на локальних етапах. Глобальна дискурсивна стратегія реалізується за допомогою **локальних дискурсивних стратегій**, спрямованих на досягнення більш конкретних цілей. На відміну від глобальної стратегії, яка охоплює увесь дискурс, локальні стратегії реалізуються лише в окремих його частинах [54, с. 274, 277; 178, с. 89, 99]. Глобальна дискурсивна стратегія спирається на прототип, в той час як локальна стратегія заснована стереотипах [178, с. 93].

В ієрархічній структурі дискурсивної стратегії **мовленнєва стратегія** постає як «функціональна одиниця послідовності дій, котра сприяє вирішенню локального або глобального завдання» [54, с. 274], при цьому «локальні можливості прагматичного, семантичного або стилістичного вибору будуть обмежені такою мовленнєвою стратегією» [там само, с. 277].

Як зазначає І. Є. Фролова, у ієрархічній структурі дискурсивної стратегії, побудованій Т. А. ван Дейком [54], логічним є продовження ланцюга *глобальна – локальна – мовленнєва стратегія* ланкою *мовленнєва тактика*, причому ця

структура не є жорстко впорядкованою [177, с. 156]. Під **мовленнєвою тактикою** (від др.-грецьк. *тактикός* «той, що стосується шикування військ», от *τάξις* «стрій та розташування») розуміють «одну або декілька дій, які сприяють реалізації стратегії» [65, с. 110]. Тактика співвідноситься вже не із глобальною комунікативною метою, а з комунікативними намірами комунікаторів в кожен момент їхнього мовлення (комунікативного ходу або репліки) [67, с. 39]. Мовленнєві тактики можуть подалі конкретизуватися у прийомах [13, с. 120], які у свою чергу спираються на певні (вербальні) засоби [178, с. 156].

Питання співвідношення понять стратегії й тактики є досить дискусійним. Так, О. С. Іссерс [65, с. 110] стверджує, що «стратегічний задум визначає вибір засобів і прийомів його реалізації», характеризує зв'язок між стратегією і тактикою як родо-видові відношення (див. також [14, с. 85; 199, 1986; 36]). Інші дослідники [16, с. 14; 105, с. 85; 178, с. 89] зазначають, що співвідношення стратегії і тактики як роду і виду є контекстуально зумовленим: залежно від контексту, одне й теж саме явище може бути схарактеризоване як стратегія або як тактика в межах іншої стратегії [16, с. 14].

Уважаємо, що **глобальною дискурсивною стратегією політичного твітіngu Д. Трампа** є спричинення комунікативного впливу на користувачів твітера, які метонімічно репрезентують північно-американський соціум, з метою *захоплення й утримання політичної влади* [109, с. 44]. Ця мета є загальновизнаною комунікативною метою будь-якого політика як суб'єкта політичного дискурсу [195, с. 9].

Ментальним корелятом глобальної дискурсивної стратегії твітіngu Д. Трампа є пов'язані складними смисловими відношеннями базові концепти політичного дискурсу США, що активують знання про ключові політичні сили, політичну ситуацію і системи ціннісних орієнтирів електорату (декларативне знання), а також і орієнтують суб'єктів дискурсу на ті чи інші комунікативні і фізичні соціальні дії (процедуральне знання).

Глобальна стратегія підпорядковує дві ключові **локальні дискурсивні стратегії політичного твітіngu Д. Трампа** – *конструювання власного*

позитивного іміджу й руйнування іміджу політичного опонента [109; 115; 156, с. 27–28]. Домінування цих локальних стратегій у політичному дискурсі відзначається низкою дослідників [22; 29; 53; 129; 156; 174], адже ці локальні дискурсивні стратегії відображають опозицію «свій – чужий» [53, с. 243], яка набуває аксіологічного змісту «свій – позитивний» :: «чужий – негативний» [22, с. 8; 174]. З когнітивної точки зору, ментальним корелятом цих локальних стратегій є стереотипи-уявлення (декларативне знання) про рольові приписи, що кореспондують із ролями **ДОБРИЙ ПІВНІЧНОАМЕРИКАНСЬКИЙ ПОЛІТИК** :: **ПОГАНИЙ ПІВНІЧНОАМЕРИКАНСЬКИЙ ПОЛІТИК**. Під час реалізації цих ролей значущості набувають стереотипи поведінки, котрі кореспондують із процедуральним знанням, і слугують орієнтирами у використанні декларативного знання, залучаючи лише певну його частину [77, с. 67].

Локальну дискурсивну стратегію конструювання власного позитивного іміджу також ототожнюють із *позитивною самопрезентацією*, під якою розуміють моделювання особистості політика за допомогою лінгвістичних засобів [65, с. 193–196]. Як харизматичний лідер [130; 311], у процесі конструювання власного іміджу Д. Трамп обирає для себе певну низку ролей (див. [65, с. 198; 140; 189]). Як зазначає О. С. Іссерс, вибір ролей «здійснюється на основі прогнозування аудиторії, її очікувань і власне є комунікативною стратегією» [65, с. 198].

За визначенням Й. А. Стерніна **роль** – це «певна типова модель поведінки людей, прийняті в суспільстві правила поведінки й спілкування для певних стандартних ситуацій» [168, с. 70]. Дослідник вирізняє соціальні й комунікативні ролі. Соціальна роль визначається як «поведінка людини, зумовлена її соціальним статусом», в той час як комунікативна роль тлумачиться як «поведінка людини в спілкуванні, в тій чи іншій комунікативній ситуації <...> образ, який людина створює у спілкуванні для досягнення певної мети» [168, с. 70]. Також Й. А. Стернін поділяє комунікативні ролі на стандартні та ініціативні. Стандартна комунікативна роль – це «комунікативна поведінка людини, прийнята в суспільстві для відповідної соціальної ролі і ситуації», в той

час як ініціативна комунікативна роль – це «той образ, який людина свідомо створює в спілкуванні для досягнення певної мети» [168, с. 70]. Узагальнюючи сказане, поняття «імідж» тлумачимо за Й. А. Стерніним як «довготривалу ініціативну комунікативну роль, довготривалу рольову маску, яка “надягається” людиною надовго для досягнення популярності, завоювання уваги, підтримки інтересу до особистості, отримання виборної посади тощо» [168, с. 72].

Хоча у структурі іміджу політика одна з комунікативних ролей є домінантною [65, с. 198; 140, с. 110], імідж, як правило, не вичерпується однією комунікативною роллю, а складається з низки ролей. Недомінантні комунікативні ролі сприяють конструюванню достовірної моделі особистості, оскільки «домінанта не забезпечує сприйняття особистості як реальної, потрібні специфічні штрихи і фарби, які надають портрету схожості з оригіналом» [140, с. 110].

Локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу опонента передбачає «модельовання особистості політичного опонента на основі невідповідності його якостей очікуванням електорату» [156, с. 40]. Оскільки ця стратегія націлена на обмеження інтересів супротивника, зниження його соціального статусу, і тим самим, зменшення його шансів на володіння владою [195, с. 301–302], вона відноситься до конфронтаційного типу стратегій [155, с. 179]. Ментальним корелятом конфронтаційних стратегій, які передбачають так зване «вороже спілкування», виступає прототипне комунікативно актуальне знання МИ ВОРОГИ. Це знання конкретизується у вигляді моделей Я ВИЩИЙ – ТИ НИЖЧИЙ; Я ХОРОШИЙ – ТИ ПОГАНИЙ, профілюючись відносно концептів ВЛАДА і ДИСТАНЦІЯ [178, с. 114–118].

Відношення ВЛАДИ і ДИСТАНЦІЇ реалізуються на підставі процедури оцінювання [156, с. 26]. Оцінку розглядають як прояв владних відносин: «виносячи оцінку, автор привласнює собі статус вищого за об’єкт оцінки» [70, с. 87]. Окрім того, надмірне наближення та віддалення може осмислюватися не лише як прояв владних відносин, але й як результат оцінювання: комунікатор може наближатися/віддалятися від співрозмовника через негативну оцінку

останнього, що слугує причиною дистанціювання [178, с. 119]. Відповідно, негативна оцінка адресата виступає центральною для стратегії руйнування іміджу політичного опонента (див. [156]).

Локальні дискурсивні стратегії конструювання власного іміджу й руйнування іміджу опонента реалізуються низкою підпорядкованих їм **локальних дискурсивних субстратегій**. Основним критерієм розмежування локальних дискурсивних субстратегій є тип **цінностей** і, відповідно, тип **оцінки** (типи оцінки за Н. Д. Арутюною [6, с. 198–200]), які лежать у підґрунті стратегічного комунікативного наміру і складають актуальні онтологічні/аксіологічні (декларативні й процедурні) знання учасників комунікації.

Способами реалізації локальних дискурсивних субстратегій є **риторичні техніки комунікативного впливу**. Згідно з концепцією Т. А. ван Дейка [54] у ієрархії стратегій твігінгу Д. Трампа риторичні техніки відповідають рівню мовленнєвих стратегій. Поняття риторичної техніки співвідноситься із поняттями риторичної мовленнєвої стратегії (див. [68, с. 52]) та риторичної стратегії [54; 65]). За Т. А. ван Дейком риторичні стратегії є «зміною дискурсивного плану, пов'язаною з переконанням, і можуть включати в себе використання таких риторичних операцій, як повтор, применшення, перебільшення або метафору» [54, с. 278]. О. С. Іссерс визначає риторичні стратегії як «особливий тип стратегічних планів <...>, у межах яких використовуються різноманітні прийоми ораторського мистецтва і риторичні техніки ефективного впливу на адресата» [65, с. 106–107]. Хоча лінгвісти використовують термін «риторична стратегія» для опису мовленнєвих засобів впливу на адресата, нам видається більш доречним використовувати термін «риторична техніка» за аналогією з терміном «техніка мовлення». В ораторському мистецтві *техніка мовлення* визначається як «вміння оратора володіти голосом, інтонувати виступ та керувати аудиторією» [127, с. 109]. Під вмінням керувати аудиторією мається на увазі володіння дидактичними (композиційними), стилістичними (мовними), психологічними прийомами [там

само, с. 109–110]. Отже, словосполучення «риторична техніка» як техніка керування аудиторією (впливу на адресата) є, на наш погляд, більш доречним терміном ніж терміни «риторична мовленнєва стратегія» та «риторична стратегія», адже термін «техніка» («сукупність прийомів, навичок, що застосовуються в певній діяльності» [356]) включає риторичні операції (за Т. А. ван Дейком [54, с. 278]) і прийоми ораторського мистецтва (за О. С. Іссерс [65, с. 106–107]).

Отже, ієрархічна структура глобальної дискурсивної стратегії, втілюваної Д. Трампом і його командою у політичному твітінгу, задається глобальним комунікативним наміром захоплення й утримання політичної влади, який реалізується локальними дискурсивними стратегіями конструювання власного позитивного іміджу і руйнування іміджу опонента, закоріненими, відповідно, на позитивній і негативній оцінці референта, і реалізованими низкою підпорядкованих їм локальних дискурсивних субстратегій. Окремі дискурсивні субстратегії (зокрема, субстратегія демонстрації патріотизму) втілюються кількома тактиками. У такому контексті тактика, як і стратегія, має дискурсивну природу. Соціально-комунікативні наміри дискурсивних стратегій, субстратегій і тактик політичного твітінгу Д. Трампа реалізуються моно- і мультимодальними риторичними техніками.

1.3.3 Типологія моно- і мультимодальних риторичних технік англомовного політичного твітінгу Дональда Трампа. Услід за дослідниками комунікативного впливу [68; 101; 67] риторичні техніки розмежовуємо за критерієм впливу на певну сферу психіки адресата (психічного субстрату за М. В. Нікітіним [123, с. 74–78]): 1) сферу раціонального мислення (доведення, роз'яснення, опис, оповідь); 2) сферу емоцій і відчуттів (декларування та емотивне зараження); 3) сферу волевиявлення (спонування); 4) сферу підсвідомості (навіювання).

1.3.3.1 Риторичні техніки комунікативного впливу, орієнтовані на сферу раціонального мислення, передбачають «співвіднесення інформації за

причинно-наслідковим принципом, оцінювання інформації як відповідної / невідповідної логічним / онтологічним нормам, співвіднесення нової інформації із вже сформованими знаннями, уявленнями, переконаннями, оцінювання інформації стосовно сформованої системи аксіологічних орієнтирів тощо» [68, с. 53]. В основі цих риторичних технік лежить раціональна оцінка: «об'єкти оцінки кваліфікуються як «гарні» або «погані», якщо вони відповідають або не відповідають уявленням суб'єкта оцінки (інтерпретатора) про бажане або, навпаки, небажане» [101, с. 68]. За способом комунікативного впливу риторичні техніки поділяємо на доведення, оповідь, опис, роз'яснення [68, с. 53] та інформування.

Риторична техніка доведення у твітінгу Д. Трампа реалізується через надання доказів, що сприяють обґрунтуванню власного позитивного іміджу Д. Трампа й негативного іміджу політичного опонента.

В основі риторичної техніки доведення лежить раціональна (логічна) аргументація. Власне аргументація (від лат. *argumentum*, *arguo* – пояснення, пояснюю) [15, с. 5] тлумачиться як «логіко-комунікативний процес, який слугує для обґрунтування певної точки зору з метою її сприйняття, розуміння і (або) прийняття індивідуальним або колективним реципієнтом» [353]. Аргументація є когнітивним процесом, адже в її ході здійснюється взаємодія систем сприйняття, репрезентації й продукування інформації. Аргументація заснована на глибинній інференційній структурі, у якій аргументи/підстава є комплексними соціальними уявленнями, поняттями, що вбирають в себе інтелектуальні, духовні, емоційні та психічні прагнення особистості [245, с. 229; 261, с. 63; 15, с. 10; 56, с. 14–15]. Ціллю аргументації є переконання реципієнта: «в ідеалі стратегічне завдання аргументації – переконуючий вплив – досягається за рахунок достовірності аргументів, їх несуперечливості, достатності й послідовності їхньої репрезентації» [15, с. 10].

Аргументація, яка апелює до раціонального мислення або «здорового глузду», називається раціональною і постає як логічний механізм доведення [97, с. 160]. Логічна структура аргументації включає сукупність тез і аргументів [125,

с. 360]. Теза розглядається як думка або положення, істинність якої оратору необхідно довести своїй аудиторії. Аргументи, які також називають доводами або підставою, у логічному механізмі доведення представляють думки або положення, істинність яких вже перевірена [там само, с. 360 – 361] (див. огляд [112]).

Риторична техніка оповіді у твітінгу Д. Трампа є викладом певної історії, яка слугує конструюванню власного позитивного іміджу або руйнуванню іміджу політичного опонента (див. «оповідь» [356; 68, с. 54]).

Риторична техніка опису у твітінгу Д. Трампа реалізується через зображення або дескрипцію, певного стану речей / об'єкта, що сприяє конструюванню власного позитивного іміджу або руйнування іміджу політичного опонента (див. «опис» [356; 68, с. 54]).

Риторична техніка роз'яснення у твітінгу Д. Трампа реалізується через надання реципієнтам інформації, яка уможлиблює розуміння, вносить ясність щодо певних проблем, ситуацій, контексту формування, змісту ідей, умовиводів, які сприяють конструюванню власного позитивного іміджу і руйнуванню іміджу політичного опонента (див. «роз'яснення» [356; 68, с. 53–54]).

Риторична техніка інформування реалізується через повідомлення стилістично-нейтральної, «безоціночної» інформації, відомостей про щось без висловлення ставлення мовця [196, с. 58, 60; 175, с. 49]. Повідомлення орієнтує читача на отримання якоїсь нової звістки і має обмежене завдання – довести щось до відома [41, с. 31].

1.3.3.2 Риторичні техніки комунікативного впливу, орієнтовані на сферу емоцій, корелюють із емоційною оцінкою. Об'єкти оцінки кваліфікуються як «приємні» – «неприємні», якщо вони збуджують позитивні (задоволення / радість / насолоду / ейфорію) або негативні (незадоволення / сум / смуток) емоційні стани [101, с. 68–69]. Емоційна мотивація політичного інтернет-дискурсу спирається на пресупозицію, що реципієнт підсвідомо прагне позитивного афективного стану, який би вивільнив його/її з кола буденних проблем, дозволив на якийсь час позбутися тягара реальних соціально-

економічних проблем, які ураховуються при раціональному прийнятті рішень [96, с. 23]. Спираючись на попередні лінгвістичні розвідки [68; 101] виокремлюємо риторичні техніки декларування й емотивного зараження.

Риторична техніка декларування у твітінгу Д. Трампа втілюється через висловлення особистих переконань, обіцянок, закликів, власних зобов'язань [68, с. 57], які, спираючись на авторитет мовця, слугують конструюванню власного позитивного іміджу або/та руйнуванню іміджу політичного опонента.

На думку Д. С. Кайсіної [68, с. 57] декларування є видом переконування, метою якого є «спричинення впливу на реципієнтів через висловлення власного ставлення мовця до існуючого стану справ». У лінгвістичній літературі переконування розмежовують із доведенням. Як зазначає Й. А. Стернін, *доведення* є зверненням до логіки людини, в той час як *переконування* передбачає використання емоції, емоціонального тиску, що веде до нав'язування своєї точки зору [168, с. 49]. Відповідно, декларування не передбачає переконування аудиторії за допомогою істинних аргументів, вказівки щодо причин, через які необхідно щось переосмислити або зробити, каузального поєднання фактів, як це має місце у доведенні. Під час декларування «аргументи» можуть бути наближеними до істини, правдоподібними, загальноприйнятими або взагалі фальшивими. Декларування апелює як до *емоцій*, так і до *віри*, спираючись на авторитет мовця [68, с. 57; 97, с. 160–161; 156, с. 43].

Риторична техніка емотивного зараження є мовленням, спрямованим на введення аудиторії в особливий психічний стан [68, с. 57; 97, с. 161; 125, с. 354]. У риториці цей вид впливу називають пафосним [160, с. 194]. Аристотель визначав пафос як «все те, під впливом чого люди змінюють свої рішення, з чим пов'язане почуття задоволення або незадоволення, як, наприклад, гнів, співчуття, страх і всі цим подібні і протилежні їм почуття» [3, с. 72]. У цьому розумінні риторична техніка емотивного зараження є збудженням емоції або пристрасті [125, с. 353].

Потенціалом емотивного зараження володіють не тільки мовленнєві засоби, а й засоби інших семіотичних систем. Зокрема, мотив престижності може

актуалізуватися за допомогою зображення знаменитостей, а позитивний емоційний стан – зображення знаменитостей, які переживають цей стан [101, с. 69]. У психології у дослідженні емотивного (емоційного) зараження саме невербальним компонентам комунікації відведено головну роль. Так, під емоційним (емотивним) зараженням розуміється «зумовлений множинними чинниками процес, що складається як із автоматичної обробки невербального вираження емоцій іншими людьми, так і з більш свідомої обробки інформації, що продукується фізичними виявами емоцій і поведінкою інших людей» [374]; «тенденція автоматично імітувати та синхронізувати вирази обличчя, вокалізації, пози й рухи із іншою людиною, і відповідно, зближуватися в емоційному плані» [255, с. 153–154].

У політичному твітінгу Д. Трампа риторична техніка емотивного зараження передбачає збудження емоції або пристрасті за допомогою комунікативних засобів різних семіотичних модусів, на основі чого і відбувається переконування електорату у власному позитивному іміджу і негативному іміджу політичного опонента.

Подекуди у політичному твітінгу Д. Трампа риторичні техніки декларування й емотивного зараження співвідносні із пропагандою – необ’єктивною інформацією, яка використовується з метою впливу на аудиторію шляхом вибіркового викладення фактів з метою просування певного узагальнення або використання емоційно навантаженої мови, щоб викликати емоціональну, а не раціональну відповідь на представлену інформацію [375]. Такі засоби експліцитної пропаганди як апеляція до авторитету, «група підтримки» або думка уявної більшості, апеляція до почуттів любові, ненависті, страху, хибні аналогії, зміна значення (re-scaling), локальна відсутність альтернативи, фальшива зйомка, слова-тригери [212] присутні у політичному твітінгу Д. Трампа й аналізувалися як риторичні техніки декларування/емотивного зараження.

1.3.3.3 Риторична техніка комунікативного впливу, орієнтована на сферу волевиявлення називається **спонуканням** [68, с. 59; 101, с. 69]. У

твітіngu Д. Трампа риторична техніка спонукання реалізується через прямий вплив на вольову сферу адресата – спонукання до певної дії на кшталт голосування за певного політика. Як зазначає А. П. Мартинюк, «цей тип мовленнєвого впливу метонімічно представляє мовленнєвий вплив в цілому, оскільки кінцевою метою будь-якого мовленнєвого впливу є спонукання реципієнта до певних дій» [101, с. 67].

1.3.3.4 Риторична техніка комунікативного впливу, орієнтована на сферу підсвідомості, втілюються навіюванням (сугестією). У психології навіювання (сугестія) визначається як «цілеспрямований процес прямого чи непрямого впливу на психічну сферу людини, орієнтований на специфічне програмування людини, і на реалізацію нею змісту, що навіюється» [355]; «процес спонукання до прийняття ідеї чи способу дії, особливо непрямыми або неявними засобами (*subtle means*)» [360]. Процес навіювання (сугестії) пов'язаний із «зниженням свідомості й критичності при сприйнятті та реалізації змісту, що навіюється, а також із відсутністю цілеспрямованого активного розуміння, розгорнутого логічного аналізу й оцінки в співвідношенні з минулим досвідом і нинішнім станом суб'єкта» [355].

На думку М. В. Бехтерева, навіювання зводиться до «безпосереднього прищеплення тих чи інших психічних станів від однієї особи до іншої, прищеплення, яке відбувається без участі волі сприймаючої особи й нерідко навіть без ясної з її боку свідомості» [19, с. 92]. Історик і соціолог Б. Ф. Поршнєв зазначав, що сугестія націлена на отримання від індивіда реакції, яка суперечить його рефлексорній поведінці [136, с. 175].

Сугестія протиставляється аргументації, адже специфіка навіювання передбачає односторонній вплив на основі некритичного сприйняття інформації [97, с. 161; 355], без участі свідомості і логіки особи, яка піддається впливу [19, с. 92]. «Працюючи» на рівні підсвідомого, комунікативні засоби, які володіють потенціалом навіювання/сугестії не можуть бути джерелом раціональних інференцій [101, с. 69]. Сугестивний вплив є досить ефективним, адже у адресата (електорату) складається «ілюзорна впевненість», що він самостійно прийшов до

певного висновку [66, с. 116]. Сугестія/навіювання виключає або послаблює волю, а з нею й цілеспрямоване активне раціональне осмислення мовлення (співвіднесення його змісту з минулим та актуальним досвідом), а також його раціональну оцінку [68, с. 59]. У твітінгу Д. Трампа риторична техніка навіювання втілюється шляхом графічного виділення та аранжування мовлення.

За критерієм залучення семіотичних модусів розрізняємо **моноmodalьні** (у нашому дослідженні вербальні) риторичні техніки, які реалізуються одним семіотичним модусом, і **мультимодальні** риторичні техніки, які реалізуються двома та більше семіотичними модусами.

Вибудована й описана ієрархія стратегій політичного твітінгу Д. Трампа представлена на Рис. Б.2 у Додатку Б.

Висновки до розділу 1

1. Англомовний політичний твітінг Д. Трампа є мисленнєво-комунікативним процесом і результатом, втіленим в його моно- та мультимодальних комунікативних діях, об'єктивованих мультимодальними твіт-текстами обсягом до 280 символів на інтернет-сервісі «Твітер», і спрямованих на регуляцію поведінки широкого загалу.

2. Жанрові ознаки твітінгу Дональда Трампа формуються, з одного боку, соціально-комунікативним контекстом політичної сфери США, а з іншого боку, – технологічними можливостями інтернет-сервісу «Твітер». Локальний соціально-комунікативний контекст жанру «політичний твітінг» включає такі параметри, як дата/час публікації твіту на інтернет-сервісі «Твітер», зворотний хронологічний порядок розташування твітів; місце: сайт інтернет-сервісу «Твітер» twitter.com; безпосередні учасники: адресант – 45-й президент США Дональд Трамп (агент політичних інститутів) і адресат – від конкретного індивіда до глобальної транскультурної інтернет-аудиторії твітеру (клієнти політичних інститутів). Глобальний політичний контекст жанру політичний твітінг визначає жанрову мету адресанта – здійснення впливу на аудиторію з метою завоювання/утримання політичної влади.

3. Конститутивними текстовими ознаками твітінгу Дональда Трампа є гіпертекстуальність – нелінійна репрезентація взаємопов'язаної текстової інформації, що забезпечує фрагментарність, інтертекстуальність, інтерактивність, незавершеність та відкритість текстів твітінгу, і мультимодальність – втілення текстової інформації різними соціально сформованими і культурно обумовленими ресурсами породження значення (семіотичними модусами). У фокусі дослідження опиняється взаємодія таких семіотичних модусів: 1) вербального (а) зображально-вербального – письмового тексту та б) графічно-вербального – специфічної графічної репрезентації письмового тексту) та 2) візуального (а) зображального – інфографіки та фотографії) та б) зображально-невербального – кінесичних та проксемічних комунікативних компонентів, які містять фотографії людини).

4. Політичний твітінг Дональда Трампа має стратегічну природу, оскільки є підпорядкованим реалізації глобального стратегічного наміру (жанрової мети) адресанта – здійснення впливу на аудиторію з метою завоювання/утримання політичної влади і забезпечує реалізацію цього наміру через локальні дискурсивні стратегії конструювання власного позитивного іміджу й руйнування іміджу політичного опонента та підпорядковані їм субстратегії і тактики, які об'єктивуються моно- і мультимодальними риторичними техніками. Ментальним корелятом глобальної дискурсивної стратегії твітінгу Дональда Трампа є пов'язані складними смисловими відношеннями базові концепти політичного дискурсу США, що активують знання про ключові політичні сили, політичну ситуацію і системи ціннісних орієнтирів електорату (декларативне знання), а також і орієнтують суб'єктів дискурсу на ті чи інші комунікативні і фізичні соціальні дії (процедуральне знання). Типи цінностей і відповідні їм типи оцінок є критерієм розмежування локальних дискурсивних стратегій, субстратегій і тактик.

5. Моно- і мультимодальні риторичні техніки комунікативного впливу є способами/прийомами об'єктивації соціально-комунікативного стратегічного наміру адресанта. Вони розмежовуються за сферою психіки адресата, на яку

орієнтований комунікативний вплив: 1) раціональне мислення (доведення, роз'яснення, опис, оповідь, інформування); 2) емоції і відчуття (декларування та емотивне зараження); 3) волевиявлення (спонукання); 4) підсвідомість (навіювання).

Основні положення розділу 1 викладені в публікаціях автора [109; 112; 115].

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИСКУРСИВНИХ СТРАТЕГІЙ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ТВІТІНГУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА

Викладення методологічних основ цього дослідження передбачає визначення і опис методів та одиниць аналізу дискурсивних стратегій англомовного політичного твітінгу Дональда Трампа, а також з'ясування методичного алгоритму дослідження.

2.1 Методи дослідження дискурсивних стратегій

Дослідження дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа засновується на **методиці інференційного аналізу комунікативної взаємодії** [104, с. 51]. Авторство цієї методики належить А. П. Мартинюк [98], яка вперше застосувала її (у першому варіанті термінології автора – «методика когнітивно-дискурсивної інтерпретації») у 2004 році для дослідження прагматичного потенціалу гендерно маркованих одиниць мови. Ця методика отримала розвиток у працях автора [98–105; 289–292] та її послідовників [58; 94; 121; 122]. Методика інференційного аналізу також використовувалася для дослідження комунікативних стратегій [51; 67; 68; 138; 156].

Суть методики інференційного аналізу полягає у тому, що дослідник стає учасником комунікації, що аналізується, і виступає в ролі інтерпретатора комунікативної взаємодії. Така роль дослідника зумовлена принципом постнекласичного стилю мислення, згідно до якого неможливо усунути суб'єкта пізнання з наукового аналізу [104, с. 51].

Мета інференційного аналізу полягає у виявленні / прогнозуванні пресупозицій адресантів й інференцій адресатів, які «здійснюються у процесі втілення тих чи інших стратегічних цілей в конкретних просторово-часових координатах при спільному фокусуванні уваги на певному об'єкті/референті, і які виявляються (експліцитно або імпліцитно) в їх вербальних і/або невербальних висловлюваннях» [104, с. 52]. На відміну від класичної

комунікативної взаємодії віч-на-віч, у політичному твітінгу адресант і адресати розведені у часі і просторі і їхня взаємодія опосередкована комп'ютерними технологіями, проте ці обставини не змінюють її суті і, відповідно, суті інференційного аналізу.

Пресупозицію розуміємо у широкому смислі як «спільний фонд знань і уявлень суб'єктів дискурсу, завдяки якому висловлення адресанта є комунікативно доречним <...>» [98, с. 24]. Пресупозиції належать суб'єкту дискурсивної діяльності, проте висновок про них можна зробити лише на підставі висловлення [89, с. 135]. Пресупозиція когнітивно передує висловленню, її інференційна природа – це атрибут інтерпретації, в ході якої пресупозиція стає доступною для аналізу [89, с. 135]. Суб'єкти дискурсу мають володіти спільним пресупозиційним фондом, без якого породження й інтерпретація висловлення є неможливими [352, с. 102]. До спільного пресупозиційного фонду зараховують знання, уявлення, образи, переконання, очікування, оцінки, відчуття, емоційні стани, упередження членів конкретної етнокультури, що задають клас «можливих світів», у рамках яких є релевантними їхні пресупозиції [там само]. Проте спільний пресупозиційний фонд не є певним обсягом інформації, яким володіють усі суб'єкти дискурсу. Пресупозиції є низкою припущень, які робить мовець щодо того, що адресат схильний прийняти на віру [89, с. 136–137]. Таке тлумачення пресупозиції розширює, проте не заперечує більш традиційного розуміння цього поняття як суто когнітивного підґрунтя комунікативної діяльності (див. детальний аналіз [352]).

Змістом пресупозиції може виступати будь-яка пропозиція [169, с. 427]. **Пропозицію** тлумачимо як структуру свідомості, елементарну когнітивну структуру, до складу якої входять аргументи, тобто здатні до референції предметні сутності, і предикат, який вказує на кількість і статус аргументів, їх властивості, відношення між ними, і набуває модальних і видо-часових характеристик [350, с. 137–140; 23, с. 37; 72, с. 194; 89, с. 150–151; 98, с. 42; 352, с. 105; 225; 284, с. 276].

Інференції розуміємо як «семантичні структури, що виникають у результаті паралельних усвідомлюваних / неусвідомлюваних, інтенціональних / неінтенціональних психічних процесів, що активуються вербальним / невербальним висловлюванням в акті когнітивно-комунікативної взаємодії й відбуваються на базі складно організованої семантичної мережі, що зв'язує різними асоціативними відношеннями структури когнітивного, афективного, перцептивного й волевиявного досвіду суб'єкта, які об'єднуються навколо спільного семантичного ядра» [104, с. 52]. Іншими словами, інференції є процесом і результатом психічних операцій отримання інтроспективного вивідного знання в ході інтерпретації висловлення [352, с. 27]. У межах такого погляду інференції витлумачуються ширше ніж у логіко-прагматичному розумінні – як дедуктивні висновки (формально-логічні інференції) або як правдоподібні здогади (ймовірнісно-індуктивні інференції) [215, с. 34]. Інференції розглядаються як продукт процесу смислотворення, який є не виключно продуктом раціонального мислення (раціональні інференції), але є продуктом емоцій (емотивні інференції), волі (волітивні інференції), підсвідомості (підсвідомі/евристичні інференції) [290, с. 67]. На користь такого розуміння природи інференцій свідчать розвідки, у яких говориться про наявність евристичних, інтуїтивних інференцій [253, с. 89], інференцій, які не усвідомлюються й знаходяться поза контролем людини [302, с. 235].

У ході інференційного аналізу дослідник повторює шлях комунікаторів. Проте на відміну від звичайного учасника комунікації, який виводить інференції як підсвідомо, так і раціонально, дослідник володіє інструментами наукового аналізу, і тому вдається до переважно раціональних умовиводів, хоча можливість інтуїтивних інференцій не заперечується [68, с. 85]. Дослідник виступає в ролі спостерігача, адже він інтерпретує комунікативні дії суб'єктів політичного твітіngu, але не бере в них безпосередньої участі.

Інференційний аналіз поєднується з іншими методами лінгвістичного аналізу, зокрема, елементами інтент-аналізу, дефініційним, компонентно-семантичним, стилістично-риторичним і мультимодальним аналізами.

Елементи *інтеннт-аналізу* [128; 159] дозволяють виявити когнітивне підґрунтя дискурсивних стратегій, а саме інтенції мовців, які мотивують їхню комунікативну діяльність.

Інтенція (від лат. *intention* – намір, прагнення) розуміється як «спрямованість людської свідомості на об'єкти й стани речей зовнішнього світу» [14, с. 101]; «превербальний усвідомлений когнітивний намір мовлення, що впливає на пропозиціональний компонент внутрішньої програми мови, обрання стилю, способи здійснення програми, загального плану тексту» [148, с. 77–78]. Термін виник у філософії і був введений у мовознавство Дж. Сьорльєм, який запозичив його для теорії мовленнєвих актів, де він постає як іллокутивна сила. Вчений розуміє інтенцію як «властивість багатьох ментальних станів і подій, за допомогою яких вони спрямовані на об'єкти і стан справ зовнішнього світу» [152, с. 96], певний комунікативний намір висловлення (іллокутивну силу). Як зазначає Л. Р. Безугла, інтенція може проявлятися подвійно: як репрезентаційна інтенція – спрямованість свідомості на певний об'єкт – концепт або пропозицію, і комунікативна інтенція – намір адресанта донести до адресата свою репрезентаційну інтенцію і таким чином вплинути на нього [14, с. 101] (також див. аналіз поняття інтенція [146]). Власне комунікативна інтенція співвідносна з комунікативним наміром.

Дефініційний і компонентно-семантичний аналізи надають можливість встановити семантичний склад лексем-номінацій локальних субстратегій і тактик. Для кожної лексеми-номінації локальної субстратегії ми знаходили дефініції в англomовних лексикографічних джерелах [361; 367; 368; 369]. Далі в дефініціях виокремлювались семи, які об'єднувались у гіперсеми, тобто родові ознаки, методом логічного узагальнення.

За допомогою *стилістично-риторичного аналізу* було виявлено стилістичні засоби і прийоми, які використовуються у межах риторичних технік для впливу на адресатів політичного твітінгу. Стилiстичні засоби і прийоми досліджувалися на всіх рівнях мови: 1) фонетичному (алітерація, наголос, що передається у твітах за допомогою графічного виділення); 2) морфологічному

(використання зменшувальних суфіксів для емоційного забарвлення слів); 3) лексичному й фразеологічному (емоційно-забарвлена лексика, фразеологізми, тропи); 4) синтаксичному (паралельні конструкції, повтор, антитеза та інші).

Мультимодальний (інтерсеміотичний) аналіз використовувався для інтерпретації та осмислення стратегій, що реалізуються за поєднання кількох семіотичних модусів. Зокрема, було застосовано аналітичні інструменти теорії мультимодальної аргументації [317–319; 340], мультимодальної метафори [228; 232; 234–236], мультимодальної метонімії [233], мультимодальної метафтонімії [310], взято до уваги принципи взаємодії вербальних й невербальних комунікативних компонентів [165]. Мультимодальний аналіз також спирається на виведення інференцій (у розумінні А.П. Мартинюк [290]), адже ми виходимо із припущення, що смисл у дискурсі конструюється усіма семіотичними модусами.

Взяті в цілому, описані методики та методи вибудовуються в методику когнітивного мультимодального аналізу політичного твітінгу Дональда Трампа, розбудовану і застосовану в цьому дослідженні.

2.2 Одиниці аналізу дискурсивних стратегій

Одиницею аналізу дискурсивних стратегій англомовного політичного твітінгу Д. Трампа є **моно- / мультимодальний твіт-текст або фрагмент твіт-тексту як перцептивний стимул** (англ. *cue* [360; 234]), який, потрапляючи у фокус уваги користувача твітеру, ініціює **інтерсуб'єктний акт комунікації** (термін А. П. Мартинюк [290, с. 65–66]).

Інтерсуб'єктний акт комунікації розуміється як «інтерація, що включає мінімум два вербальних/невербальних висловлення (ініціальне й респонсивне), занурених у складно організований динамічний контекст психічного досвіду, «спільного» для комунікантів, які фокусують увагу на одному й тому самому висловленні як перцептивному стимулові. Такий перцептивний стимул запускає паралельні усвідомлювані/неусвідомлювані інференційні процеси, що включають когніцію, волевиявлення й афект в ініціацію мотивованої,

цілеспрямованої комунікативної і /або (миттєвої або відкладеної) соціальної дії» [290, с. 51].

Інтерсуб'єктний акт політичного твітінгу Д. Трампа включає *ініціальний* (див. «ініціальний хід» [336, с. 21–22]) моно/мультимодальний твіт-текст, на якому фокусує увагу реципієнт. Вербальна або невербальна реакція на ініціальний твіт-текст є *респонсивною* дією і може втілюватися у коментарі (респонсивному твіті), «лайкі», ретвіті або будь-якій іншій реакції реципієнта на кшталт здивування, обурення тощо, вираженій відповідним емодзі. У підґрунті критерію розмежування ініціальних і респонсивних твіт-текстів лежить декларативне і процедуральне знання принципів діалогічного спілкування, які описуються в межах конверсаційного аналізу (див. Ч. Гудвін [246], Ч. Гудвін, Дж. Герітадж [247], Е. Щеглов [329], Х. Закс, Е. Щеглов, Дж. Джеферсон [324]).

У політичному твітінгу Д. Трампа твіти, що розміщені у твітер-акаунті президента та автором яких він виступає або які він ретранслірує зі сторінок інших користувачів, є, як правило, ініціальними, так як вони розпочинають дискусію. Проте якщо президент відповідає у своєму твітер-акаунті на будь-яке питання інших користувачів твітеру або надає коментар, такий твіт-текст є респонсивним. Варто зазначити, що Д. Трамп ніколи не вступає у подальшу дискусію із користувачами твітеру.

Як зазначає А. П. Мартинюк, модель інтерсуб'єктного акту «дозволяє врахувати усі можливі параметри, які впливають на процес смислотворення» [99, с. 21]. На думку дослідниці, саме параметри інтерактивного контексту інтерсуб'єктного акту «визначають як характер вербального/ невербального втілення стратегічної мети суб'єктом, так і характер її інтерпретації й реакції на неї комунікативного партнера, мотивованого власною комунікативною метою» [100, с. 25]. Систематизуючи ці параметри за критерієм внутрішніх чи зовнішніх по відношенню до комунікатора, дослідниця виокремлює перцептивний і психічний контекст інтерсуб'єктного акту [100, с. 26; 290, с. 65].

Перцептивний контекст інтерсуб'єктного акту політичного твітінгу (зовнішній стосовно комунікатора контекст, «ендоконтекст» у термінології

Х. Гарді [253, с. 128]) охоплює усю лінгвальну та екстралінгвальну інформацію, що надходить крізь сенсорні канали комунікації. Ця інформація стосується як комунікативної, так і референтної ситуації інтерсуб'єктного акту.

Комунікативна ситуація задається усіма перцептивно сприйнятими компонентами інтернет-жанру політичного твітінгу, які включають, насамперед, місце, час, учасників і формат спілкування (див. 1.1.3).

Референтна ситуація конститується лінгвальними та екстралінгвальними перцептивними стимулами.

Лінгвальна інформація, що репрезентує референтну ситуацію, обмежена вербальним семіотичним модусом: зображально-вербальним (набірний текст твітів) та графічно-вербальним (графічне зображення письмового мовлення).

Екстралінгвальна інформація, що конститує референтну ситуацію, постачається візуальним модусом, а саме: а) зображальним (статичні й динамічні зображення); б) зображально-невербальним (кінесичні й проксемічні комунікативні компоненти як елементи зображення людини).

Параметри перцептивного контексту впливають на конструювання політичного твітінгу, лише стаючи частиною психічного контексту інтерсуб'єктного акту, тобто когнітивного, перцептивного, афективного й волевиявного досвіду адресата й адресанта, які спільно фокусують увагу на певному перцептивному стимулі (див. [100, с. 26; 104, с. 47–48]).

Психічний контекст інтерсуб'єктного акту політичного твітінгу охоплює: 1) когнітивний параметр, що включає: а) онтологічні й аксіологічні енциклопедичні (декларативні) знання про референтну й комунікативну ситуації; б) (лінгво)етологічні (декларативно-процедуральні) знання моделей соціальної й комунікативної поведінки; в) лінгвістичні знання; 2) параметр фокусування уваги; 3) афективний параметр (емоційно-оцінні переживання комунікаторів); 4) волевиявний параметр (волевиявлення суб'єкта, що мотивує бажання або відсутність бажання реагувати на ситуацію певним чином) (див. [100, с. 26–28; 104, с. 47–48]).

Фокусування уваги користувачів твітеру на твіт-текстах як моно- і мультимодальних сенсорних стимулах породжує взаємодію адресанта політичного твітінгу і його адресатів на перцептивному (сприйняття твіт-тексту), афективному (збудження емоцій – емотивне зараження), когнітивному / раціональному (виведення комунікативних смислів), волевиявному (реакція на спонукання до дії, зокрема, і на твіт-текст, в цілому) рівнях свідомості, а також на рівні підсвідомості (навіювання).

2.3 Одиниці аналізу риторичних технік

Одиницями аналізу риторичних технік є **фрагменти твіт-текстів або цілісні твіт-тексти**, які втілюють різноманітні дискурсивні стратегії і тактики мономодально (вербально) або ж мультимодально (вербально і візуально/ невербально).

2.3.1 Твіт-текст як вихідна одиниця аналізу риторичних технік. Будь-який твіт-текст конституюється незмінним і змінними структурними компонентами (Рис. 2.1).



Рис. 2.1 Компоненти твіт-повідомлення [Trump, status/925833462426292226]

Незмінним компонентом твіт-тексту є фотографія, ім'я, електронна адреса автора твіту, а також спеціальні абстрактні символи роботи з інформацією: 1) символ повідомлення – кількість відповідей у коментарях;

2) стрілки – кількість ретвітів, тобто ретрансляцій повідомлення; 3) серце – кількість «лайків»; 4) конверт – функція «надіслати особисте повідомлення». Ці абстрактні візуальні символи супроводжуються цифровими і буквеними символами (наприклад, 14K; 12; 85K), де K використовується на позначення кількості виконаних дій у тисячах [114, с. 48].

Технічні особливості інтернет-сервісу «Твітер» дозволяють створювати твіт-тексти за допомогою двох типів **змінних компонентів**, які надходять за різними каналами – набірною і прикріпного повідомлень.

Набірне повідомлення створюється адресантом безпосередньо у твітері. Воно включає дату твіту і може налічувати до 280 символів – вербальних (літерних) і візуальних (емодзі (😊👉) (англ. emoji) – «невелике цифрове зображення або піктограма, що використовується для вираження ідеї чи емоції» [367]).

Прикріпне повідомлення запозичується або створюється адресантом на сторонніх ресурсах й прикріплюється до твіту у готовому вигляді. Прикріпний компонент доповнює набірне повідомлення або виступає самостійним носієм інформації.

Щодо семіотичного наповнення, усі структурні компоненти твіту можуть містити як вербальні, так і візуальні знаки. У незмінному компоненті вербальний спосіб об'єктивації повідомлення (ім'я Дональда Трампа, електронна адреса та скорочене написання дати) поєднується із візуальним (фотографія та символи роботи з інформацією). У набірному змінному компоненті вербальний текст, як правило, супроводжується візуальним (емодзі, цифрові дати) [114, с. 49].

Прикріпний змінний компонент може поєднувати: 1) графічне зображення із вербальним текстом і 2) фотографічне зображення із вербальним текстом. Графічне зображення подане інфографікою, що визначається як «візуалізація даних або ідей з метою передачі аудиторії складної інформації у швидкий та легко зрозумілий спосіб» [334, с. 3]. Такі засоби інфографіки як схеми, графіки, мапи тощо [304, с. 220] присутні у твітінгу Д. Трампа. Фотографічне зображення репрезентовано фотографіями різних об'єктів, проте переважно фотографіями

людини/кількох людей. В останньому випадку, окрім вербального і візуального модусів твіт-текст задіє і невербальний модус, виражений кінесикою і проксемікою зображених на фотографіях людей. Фотографії із вербальними вкрапленнями побудовані за різними моделями розміщення вербального компонента: «фото + вербальне вкраплення зверху і/або знизу, посередині; буквою П». Ці прикріпні твіт-тексти можуть бути також **інтернет-мемами** (див. приклади на Рис. Б. 3 у Додатку Б) [106; 107].

Інші ознаки твіт-текстів вважаємо другорядними і відносимо до них тональність і ступінь ритуалізованості.

Тональність розуміємо як соціокультурний і психологічний континуум дискурсу [89, с. 141–142]; усвідомлювану або неусвідомлювану емоційно-аксіологічну і змістово-інформативну організацію мовного матеріалу [13, с. 209]. Цей критерій пов'язуємо, з одного боку, із установкою на певний стиль спілкування (процедуральним лінгвостологічним і лінгвальним знанням, орієнтованим на вербальну дію), що виражається у застосуванні мовних засобів, характерних для того чи іншого стилю мовлення. Відповідно, за стилем мовлення ми розмежовуємо: **нейтральну** тональність й протиставлені їй **пафосну/піднесену** і **знижену/фамільярну** тональності твіт-текстів.

З іншого боку, тональність пов'язуємо з усвідомленням учасниками спілкування відповідності/невідповідності референтної ситуації реальній дійсності [68] (нормі у широкому сенсі – як онтологічному та аксіологічному, процедуральному та декларативному знанню про навколишній світ). Норму (соціальну) розуміємо як «правила, що виражають вимоги суспільства (соціальної групи) до поведінки індивідів у їхніх взаєминах один з одним, соціальними інститутами й суспільством у цілому» [98, с. 40]. Відповідно, розрізняємо **серйозну** тональність (події референтної ситуації відповідають нормі) і **гумористичну** тональність (події референтної ситуації не відповідають нормі).

Гумористичну тональність розуміємо за В. І. Карасиком як «емоційну атмосферу спілкування, яка характеризується доброзичливим ставленням

учасників спілкування один до одного, з одного боку, і перевертанням певних цінностей, з іншого боку. Гумористична тональність <...> це взаємна налаштованість учасників спілкування на гумор, це сміхове осмислення всього, що відбувається, готовність жартувати й сміятися» [70, с. 253–254]. Жарт визначається як «ситуативна й вербальна одиниця несерйозного модусу спілкування, яка є способом мовленнєвого впливу на комунікативну поведінку учасників спілкування» [325, с. 285]. Основною метою жарту є потішити або розсмішити адресата. Інгерентною властивістю жарту є когнітивний механізм інконгруентності, суть якого полягає в порушенні норм (онтологічних, логіко-поняттєвих, валоративних, жанрових, дискурсивних, мовних, мовленнєвих), що є джерелом комізму ситуації й маніфестується в парадоксі: відхилення від норми створює в жарті нову норму і є нормою сміхового сприйняття світу [144, с. 14–15; 325, с. 286]. Відтак, інконгруентність визнається гумористичним стимулом [144, с. 77] і створюється невідповідністю ситуації, репрезентованої у твіті, очікуванням, оскільки ця ситуація суперечить певному виду норм.

Гумористична тональність відзначається не тільки жартівливістю, але й карнавалізацією, тобто профанацією, осміянням цінностей [12]. Карнавалізація передбачає можливість переінакшування, перевертання «догори ногами» буденної діяльності, надягання масок, де політик виступає «клоуном», викликаючи сміх у аудиторії [145, с. 28].

Друга ознака стосується ступеня формалізації повідомлення: деяким твіт-текстам притаманна більша шаблонність (слідування формату відповідного жанру), а іншим – більша міра свободи в аранжуванні мовлення. Відповідно виділяємо **ритуалізовані** та **неритуалізовані** твіт-тексти. Вони визначаються на основі процедурального лінгвостологічного знання формату певного мовленнєвого жанру – привітання, заяви, тощо).

2.3.2 Мономодальні одиниці аналізу. Вихідною мономодальною одиницею аналізу риторичних технік політичного твітінгу Дональда Трампа вважаємо **мономодальний фрагмент твіт-тексту (рідше цілий твіт-текст)**, що

структурно дорівнює реченню-висловленню (актуалізованому у мовленні реченню, що описується з врахуванням контексту [39, с. 243–268; 64, с. 269]), яке містить одну предикацію, або структурно-семантично зв'язній послідовності речень-висловлень будь-якої синтаксичної структури, які об'єднані спрямованістю на реалізацію певної *риторичної мети* комунікатора – довести, описати, роз'яснити, проінформувати, декларувати, емотивно заразити, спонукати або навіяти певні ідеї, що реалізується через відповідні риторичні техніки. Різні фрагменти одного і того самого мономодального або мультимодального твіт-тексту можуть реалізувати різні риторичні техніки.

Одиницею аналізу риторичної техніки **доведення** вважаємо *аргументу*, тобто мономодальний фрагмент твіт-тексту, співвідносний з предикаціями, семантико-структурне синтаксичне аранжування яких надає їм *раціонально-логічного аргументативного потенціалу*, тобто можливості для викладення мовцем аргументів, що слугують *доведенню* [67, с. 59]. До таких відносяться предикації, що є структурними частинами складнопідрядних речень, об'єднаними експліцитним каузальним зв'язком, або предикації простих речень, між якими існує імпліцитний каузальний зв'язок [там само]. Змістом таких структурно-семантичних одиниць є викладення аргументів з метою доведення певної інформації [68, с. 94].

Як зазначалося вище, фрагменти мовлення, які реалізують риторичну техніку доведення, зводяться до пропозицій, пов'язаних каузальним зв'язком [67, с. 127; 68, с. 93]. Каузальність розуміємо як семантичну категорію, що «позначає дію, явище, які стають мотивом інших подій або явищ» [181, с. 43]. Відповідно, пропозиція, яка слугує підставою, є антецедентом ((від лат. *antecedens* попередній) – посилка, підстава, причина [357]), а пропозиція, яка слугує наслідком називається консеквентом ((від лат. *consequens* – наступний) – результат, наслідок [357]) [74, с. 82]. У політичному твітінгу Д. Трампа антецедентні пропозиції репрезентовано фактами, які слугують аргументами на користь позитивної оцінки Д. Трампа / негативної оцінки політичного опонента,

а консеквентні – корелюють із позитивною оцінкою Д. Трампа / негативною оцінкою політичного опонента.

Хоча в лінгвістичних дослідженнях наводяться приклади, де одиниці доведення структурно збігаються із складнопідрядними реченнями із підрядними причини, наслідку, умови та допусту [67, с. 121–142], аналіз емпіричного матеріалу надає змогу стверджувати, що Д. Трамп переважно реалізує риторичну техніку доведення аргументами, що складаються з простих речень, об'єднаних імпліцитним каузальним зв'язком. Наприклад:

(1) *The biggest loser tonight, by far, is Mini Mike Bloomberg. His “political” consultants took him for a ride. \$700 million washed down the drain, and he got nothing for it but the nickname Mini Mike, and the complete destruction of his reputation. Way to go Mike!* [Trump, status/1235043280846381058]

У цьому твіті Д. Трамп втілює *субстратегію дискваліфікації* (див. 3.1.1) Майкла Блумберга, колишнього мера Нью Йорку та кандидата від Демократичної партії США до участі у президентських виборах 2020 року. У першому реченні Д. Трамп надає Майклу Блумбергу негативну телеологічну оцінку, стверджуючи, що він є невдахою. Енциклопедичні знання учасників цього інтерсуб'єктного акту дають змогу зрозуміти, що Д. Трамп має на увазі поразку М. Блумберга у ході «Супервівторка» – передчасних президентських виборів від Демократичної партії. У другому та третьому реченнях Д. Трамп стверджує, що політичні консультанти ввели в оману М. Блумберга. Окрім того, Д. Трамп наводить факти, що М. Блумберг марно витратив 700 мільйонів доларів і не отримав перемоги. Відтак, перше речення зводиться до консеквентної пропозиції, а друге й третє – до антецедентних пропозицій, які пов'язані каузальним зв'язком [Оскільки політичні консультанти ввели в оману Блумберга / Блумберг марно витратив 700 мільйонів доларів / програв вибори / отримав прізвисько Міні Майк / його репутацію знищено [Блумберг невдаха і тому неефективний]].

Аналізований фрагмент демонструє вживання таких мовних засобів: дієслова *to be* як компонента складеного іменного присудку у теперішньому часі

із іменником, що виражає негативну телеологічну оцінку (*loser*); метафоричних негативно-оцінних фразеологізмів у минулому часі (Non-Continuous Non-Perfect) (*took him for a ride; washed down the drain*); власних імен (*Mike Bloomberg*). У синтаксичному аспекті доведення втілюється двома простими розповідними реченнями та одним складносурядним реченням.

Одиницею аналізу риторичної техніки **оповіді** у політичному твітінгу Д. Трампа є мономодальний фрагмент твіт-тексту, співвідносний із структурно-семантично зв'язною послідовністю висловлень будь-якої синтаксичної структури, яка «за способом викладу інформації становить собою розповідь певної історії, як правило, із життя мовця (розповідь ведеться від імені першої особи)» [68, с. 87]. Відображуючи послідовність перебігу подій [60, с. 82], оповідь має безпосереднє відношення до обґрунтування власного позитивного іміджу Д. Трампа й негативного іміджу політичного опонента. На пропозиційному рівні «оповідь типово містить актанти (співвідносні, як правило, із живими істотами); динамічні предикати, що відображають дії / події, в яких беруть участь актанти; час та місце дій / подій. Конститутивною рисою оповіді є зміна однієї дії / події іншою, динамічна послідовність подій у часі» [68, с. 87]. Наприклад:

(2) *Cuomo's been calling daily, even hourly, begging for everything, most of which should have been the state's responsibility, such as new hospitals, beds, ventilators, etc. I got it all done for him, and everyone else, and now he seems to want Independence! That won't happen!* [Trump, status/1250063051182747651]

У цьому твіті Д. Трамп втілює *субстратегію дискваліфікації* політичного опонента (див. 3.1.1) Ендрю Куомо, губернатора штату Нью-Йорк та представника Демократичної партії, надаючи йому негативної телеологічної оцінки, об'єктом якої є його непослідовна поведінка. Д. Трамп використовує дієслова *call, beg* на позначення активних дій Е. Куомо, що повторювалися у минулому: Е. Куомо дзвонив Д. Трампу і благав президента про забезпечення штату новими лікарнями, ліжками та апаратами ІВЛ. Далі слідує зміна подій: Д. Трамп забезпечив цим Е. Куомо, проте здається, що губернатор прагне

незалежності (тобто Е. Куомо не збирається дослухатися вказівки президента скасувати карантин). Відтак, ця оповідь спрямована на обґрунтування негативної телеологічної оцінки Е. Куомо, об'єктом якої є дії губернатора, що імплікують його неспроможність приймати самостійно рішення щодо скасування карантину. Події відбуваються послідовно, зумовлюючи одна одну. Перебіг подій акцентують темпоральні прислівники.

У цій оповіді Д. Трамп вживає суб'єктні (*calling*) та суб'єктно-об'єктні дієслова фізичної дії (*begging*) у формі індикативу теперішнього часу (Present Continuous Perfect); займенники першої і третьої особи (*I, he*); власне ім'я (*Cuomo*); темпоральні прислівники (*daily, hourly, now*). У синтаксичному аспекті цей фрагмент подається складнопідрядним реченням із підрядним означальним, яке вводиться сполучним займенником *which* і надає додаткову інформацію про об'єкт прохань Е. Куомо. Друге речення фрагменту є складносурядним реченням, його предикації поєднані єднальним сполучником *and* (*I got it all done for him, and everyone else, and now he seems to want Independence!*).

Одиницею аналізу риторичної техніки **опису** у політичному твітінгу Д. Трампа є мономодальний фрагмент твіт-тексту як «структурно-семантично зв'язна послідовність висловлень будь-якої синтаксичної структури, яка за способом викладу інформації становить собою дескрипцію певного стану речей / об'єкта» [68, с. 91]. Ця послідовність висловлень сприяє обґрунтуванню власного позитивного іміджу Д. Трампа й негативного іміджу політичного опонента шляхом характерного для опису детального переліку ознак, властивостей, рис певних явищ, предметів, дій, осіб [60, с. 75; 163, с. 137]. Опис має певну мікротему, висвітленню якої підпорядковані усі речення. Найчастіше у першому реченні подається загальний вигляд об'єкта, а далі йде опис його деталей [60, с. 75].

На пропозиційному рівні опис містить актанти (в залежності від того, хто / що є об'єктом опису, ці актанти можуть співвідноситися як із живими істотами, так і предметами) і предикати, які є переважно статичними. Конститутивною рисою опису є статичність [68, с. 91]. Наприклад:

(3) *Crazy, chaotic Democrat Debate last night. Fake News said Biden did well, even though he said half of our population was shot to death. Would be OVER for most. Mini Mike was weak and unsteady, but helped greatly by his many commercials (which are not supposed to be allowed ...during a debate). Pocahontas was mean, & undisciplined, mostly aiming at Crazy Bernie and Mini Mike. They don't know how to handle her, but I know she is a "chocker". Steyer was a disaster who, along with Mini, are setting records in \$'s per vote. Just give me an opponent!* [Trump, status/1232657640515342336; status/1232657663701536768]

У цьому фрагменті, Д. Трамп втілює *субстратегію дискваліфікації* політичних опонентів (див. 3.1.1), надаючи їм негативної телеологічної оцінки в описі дебатів кандидатів в президенти від Демократичної партії. У першому реченні Д. Трамп здійснює загальну характеристику дебатів як божевільних та хаотичних (*crazy, chaotic*). У наступних реченнях розкриваються характеристики окремих політиків-демократів. Так, Д. Трамп характеризує М. Блумберга як слабого політика із хиткою ходою (*weak and unsteady*), якому здебільшого допомагають рекламні ролики (*helped greatly by his many commercials*); Е. Уоррен, яку президент іронічно називає Покахонтас, Д. Трамп характеризує як підлу і недисципліновану (*mean & undisciplined*), націлену на атаку Б. Сандерса й М. Блумберга (*mostly aiming at Crazy Bernie and Mini Mike*), спортсмена, який «не в змозі виступити у вирішальний момент внаслідок нервозності» [367] (*she is a "chocker"*). На думку Д. Трампа, Т. Стейер був катастрофою (*disaster*), який разом з М. Блумбергом встановлює рекорд по витраченим грошам за голос (*setting records in \$'s per vote*).

У лексико-морфологічному аспекті у цьому описі вживається дієслово-зв'язка *to be* як компонент складеного іменного присудку з якісними прикметниками (*weak, unsteady, mean, undisciplined*) та іменниками (*"chocker", disaster*) у функції предикативу або як компонента пасивної форми індикативу минулого часу дієслів (*Mini Mike was ... helped greatly by his many commercials*) у формі індикативу минулого часу (Past Non-Continuous Non-Perfect) й теперішнього часу (Present Non-Continuous Non-Perfect); власні імена (*Biden,*

Mini Mike, Steyer); метафоричні номінації політичних опонентів (*Pocahontas, Mini*). У синтаксичному аспекті цей опис характеризується використанням односкладних іменних речень, складних речень із поєднанням сурядного й підрядного зв'язку, простих речень із складеним іменним присудком, ускладнених дієприслівниковим зворотом (*mostly aiming at Crazy Bernie and Mini Mike*).

Одиницею аналізу риторичної техніки **роз'яснення** у політичному твітінгу Д. Трампа є мономодальний фрагмент твіт-тексту, рівний структурно-«семантично зв'язній послідовності висловлень будь-якої синтаксичної структури» [68, с. 87], зміст яких роз'яснює обставини, що мають безпосереднє відношення до обґрунтування власного позитивного іміджу президента й руйнування іміджу політичних опонентів. Як зазначає О. М. Паршина, роз'яснення є необхідним у політичному дискурсі тому, що «адресант має враховувати відсутність потрібних фонових знань у співрозмовника і тому не обмежуватися простою констатацією факту, простою оцінкою інформації, але супроводжувати свою відповідь або виступ додатковою інформацією» [129, с. 122–123]. Характерною рисою роз'яснення є наявність двох основних ланок ланцюга: того, що потрібно роз'яснити, і власне роз'яснення [там само, с. 123]. У роз'ясненні встановлюються смислові відношення між висловленнями, де послідовні висловлення «розкривають, уточнюють зміст попередніх» [77, с. 131]. Мета роз'яснення (пояснення) полягає у досягненні розуміння як відповідної реакції від реципієнта [31, с. 55].

На когнітивному рівні фрагмент-роз'яснення співвідноситься із пропозицією/пропозиціями, актантам яких приписуються певні статичні або динамічні атрибути, причому між пропозиціями встановлюються некаузальні відношення додавання інформації [68, с. 87]. Конститутивною рисою роз'яснення є «репрезентація статичних і динамічних атрибутів актантів у темпоральному просторі, що існує поза рамками теперішнього – минулого – майбутнього, так би мовити, поза часом» [там само], хоча не виключена можливість вживання і теперішнього чи минулого часу. Наприклад:

(4) *Mini Mike is part of the Fake News. They are all working together. In fact, Bloomberg isn't covering himself (too boring to do), or other Dems. Only Trump. That sounds fair! It's all the Fake News Media, and that's why nobody believes in them any more* [Trump, status/1223836174294441984]

Д. Трамп втілює *субстратегію дискредитації* (див. 3.1.2) Майкла Блумберга, члена Демократичної партії й власника компанії Bloomberg L.P., що володіє кількома ЗМІ, за допомогою роз'яснення його належності до «Хибних новин». Роз'яснення твердження [Блумберг є частиною Фальшивих ЗМІ] втілюється у пропозиціях [Вони працюють разом] [Блумберг не висвітлює себе/інших демократів у ЗМІ / висвітлює Д. Трампа]. Пропозиції знаходяться у некаузальних відношеннях «додавання інформації». Цей фрагмент сприяє *дискредитації* М. Блумберга шляхом обґрунтування негативної етичної оцінки, об'єктом якої є дії, неприпустимі для кандидата у президенти США, а саме вплив на підконтрольні ЗМІ, ігнорування у ЗМІ своєї особистості та членів своєї партії (демократів), натомість (негативне) висвітлення політичного опонента – Д. Трампа.

У лексико-морфологічному аспекті цей твіт-текст характеризується вживанням дієслів фізичної дії (*covering, working*) у формі індикативу теперішнього часу (Present Continuous Non-Perfect); власних імен (*Mike, Bloomberg, Trump*); номінацій на позначення політичного опонента (*Fake News, Dems*); займенників третьої особи (*they*). У синтаксичному аспекті він подається простими реченнями із складеним іменним присудком, простим дієслівним присудком у формі теперішнього часу та односкладним номінативним реченням.

Одиницею аналізу риторичної техніки **інформування** вважаємо *інформему*, під якою розуміємо мономодальний фрагмент твіт-тексту, рівний реченню-висловленню або структурно-семантично зв'язній послідовності висловлень будь-якої синтаксичної структури, які є стилістично нетральними і спрямованими на повідомлення переважно нової інформації без висловлення власної оцінки або власного ставлення. Наше визначення перегукується із тлумаченням інформеми А. В. Малишенка як «стилістично нейтральної мовної

одиниці [в нашій інтерпретації, одиниці як мови, так і мовлення – О. М.], що містить фактичну об'єктивну інформацію» [96, с. 24]. Викладена інформація подається як об'єктивна реальність і сприяє обґрунтуванню власного позитивного іміджу Д. Трампа або негативного іміджу політичного опонента.

На пропозиційному рівні фрагмент-інформування, як і фрагмент-роз'яснення, співвідноситься із пропозицією/пропозиціями, актантам яких приписуються певні статичні або динамічні атрибути. Конститутивними рисами інформування є стилістична нейтральність лексики, відсутність навмисної ритмізації. На відміну від доведення, викладена інформація не веде безпосередньо до виведення інференцій про позитивну оцінку Д. Трампа / негативну оцінку політичного опонента, а опосередковано сприяє конструюванню власного позитивного іміджу Д. Трампа й негативного іміджу політичного опонента. Наприклад:

(5) *Just landed. India was great, trip very successful. Heading to the White House. Meetings and calls scheduled today. @CDCgov, @SecAzar and all doing a great job with respect to Coronavirus! Briefing this afternoon* [Trump, status/1232631333408649216]

У цьому твіт-тексті Д. Трамп інформує реципієнтів про події, які відбуваються в його житті: [Щойно приземлився] [Сьогодні заплановані зустрічі та дзвінки] [Брифінг сьогодні вдень]. Ці пропозиції сприяють втіленню *субстратегії фамільяризації* (див. 3.1.4) шляхом опосередкованого обґрунтування належності Д. Трампа й користувачів твітеру до однієї соціальної групи. Занурюючи реципієнта у події свого повсякденного життя, Д. Трамп ніби включає читача у своє коло спілкування.

У лексико-морфологічному аспекті для інформування є характерною редукція особових займенників і дієслова *to be* (*Briefing this afternoon*); вживання дієслів фізичної дії (*heading, landed*) у формі теперішнього часу (Present Continuous Non-Perfect та Present Non-Continuous Perfect) у тому числі у пасивному стані (*Meetings and calls scheduled today*); вживання номінацій із локативним значенням (*the White House*); іменників та прислівників із

темпоральним значенням (*today, afternoon*). У синтаксичному аспекті фрагмент-інформування характеризується використанням односкладних дієслівних речень.

Одиницею аналізу риторичної техніки **декларування** є мономодальний фрагмент твіт-тексту, рівний висловленню або структурно-семантично зв'язній послідовності висловлень, які виражають ставлення мовця до проблеми, події, особи, їхніх якостей і дій у формі висловлення особистого переконання, зобов'язання, обіцянки [68, с. 95], сподівань, бажань, намірів, власного емотивно-оцінного ставлення. Також декларування втілюється у формі викладення хибних аргументів [138, с. 56]. Як правило, декларування втілюється розповідними стверджувальними/заперечними декларативно-оцінними реченнями (як окличними, так і неокличними).

На пропозиційному рівні декларування містить номінації актантів, співвідносних з особами або предметними сутностями; предикати є динамічними або статичними в залежності від комунікативних цілей [68, с. 95]. Конститутивною рисою декларування є «аксіологічність, що проявляється не у віддзеркаленні існуючого стану справ, а у вираженні ставлення мовця до цього стану справ й, імпліцитно, заклику реципієнтів розділити це ставлення» [там само, с. 95]. Наприклад:

(6) *My Administration is committed to protecting the Homeland from the scourge of narco-terrorists and traffickers seeking to destabilize the United States and our Hemisphere. Our military deployments in the Caribbean & Eastern Pacific will endure until these threats are neutralized!* [Trump, status/1250088893766078470]

У цьому фрагменті Д. Трамп декларує зобов'язання своєї адміністрації захищати батьківщину від проблеми наркотерористів і торгівців наркотиками, втілюючи *субстратегію демонстрації патріотизму, тактику демонстрації готовності захищати свою країну* (див. 3.1.1.2).

У лексико-морфологічному аспекті цей твіт-текст характеризується вживанням дієслова-зв'язки *to be* у формі теперішнього часу (Present Non-Continuous Non-Perfect) як компоненту складеного іменного присудку із якісним

прикметником (*committed*); герундію дієслова фізичної дії (*protecting*); номінації, що метонімічно позначає Д. Трампа ((*my*) *Administration*); присвійного займенника (*my*). У синтаксичному плані декларування представлено простим розповідним реченням, ускладненим дієприслівниковим зворотом.

На відміну від інших риторичних технік, одиницями аналізу яких є фрагменти твіт-текстів, втілені простими реченнями-висловленнями або більш складними синтаксичними одиницями, одиницею аналізу риторичної техніки **емотивного зараження** є фрагменти, співвідносні зі словами або словосполученнями. Емотивне зараження, як правило, реалізується лексичними/фразеологічними одиницями (образними словами або ідіомами) [68, с. 96; 101, с. 69], до яких належать «“семантично пусті” емотивно-оцінні атрибути» [97, с. 164], «назви емоційно-ціннісних концептів, лексеми-інтенсифікатори, стилістично марковані лексеми (вульгаризми, розмовні фразеологізми), а також семасіологічні фігури, включно з тропами (метафора, метафоричне порівняння, метонімія, гіпербола) та риторичні гумористичні прийоми (іронія / сарказм)» [67, с. 60]. Проте, як зазначає А. П. Мартинюк, емотивне зараження може реалізуватися і синтаксичними одиницями у тих окремих випадках, коли троп має розгорнутий вигляд і втілюється реченням або більшим фрагментом тексту [97, с. 164]. Риторична техніка емотивного зараження, як правило, супроводжує інші риторичні техніки, створюючи необхідний емоційний фон для їх реалізації. У залежності від позитивного / негативного оцінного потенціалу, емотивно-оцінні номінації / тропи викликають позитивне / негативне ставлення до Д. Трампа або політичного опонента (або дій / станів / якостей / подій, які їх стосуються), спричиняючи ефект емоційного зараження аудиторії (див. [67, с. 143]). Відтак, створюється позитивний чи негативний фон для конструювання власного позитивного іміджу Д. Трампа й руйнування іміджу політичного опонента. Наприклад:

(7) *The New York Times is an embarrassment to journalism. They were a dead paper before I went into politics, and they will be a dead paper after I leave, which will*

be in 5 years. Fake News is the Enemy of the people! [Trump, status/1236689044366557184]

У цьому твіті Д. Трамп використовує негативно-оцінні номінації на позначення ліберально спрямованої газети *The New York Times*, що підтримує Демократичну партію [370] і тому репрезентує її метонімічно на основі відношення КОНТРОЛЬОВАНИЙ замість ТОГО, ХТО КОНТРОЛЮЮЄ. Втілюючи *субстратегії дискваліфікації* (див. 3.2.1) й *дискредитації* (3.2.2), ці номінації активують у свідомості реципієнтів негативні емоційні стани, що ведуть до формування негативного почуття-ставлення до обраного політичного опонента. Так, Д. Трамп вживає номінацію такого негативного емоційного стану як СОРОМ (*is an embarrassment to journalism*), а також негативно-оцінного прикметника хибний (*Fake*), що активує концепт ХИБНИЙ. У цьому фрагменті використовуються метафтонімії НЬЮ-ЙОРК ТАЙМС є ПОМЕРЛА ЛЮДИНА (*a dead paper*), ХИБНІ НОВИНИ є ВОРОГ НАРОДУ (*Fake News is the Enemy of the people!*). Ці тропи слугують реалізації субстратегії *дискваліфікації*, надаючи газеті Нью-Йорк Таймс негативної телеологічної оцінки, що веде до формування в електорату почуття-ставлення *відрази*.

У наведеному фрагменті емотивне зараження неможливо розмежувати із декларуванням: підкреслені слова і словосполучення активують у реципієнта емотивно навантажені концепти, у той час як висловлення в цілому виражають власні переконання Д. Трампа.

Одиницею аналізу риторичної техніки **спонукання** у політичному твітінгу Д. Трампа є фрагмент твіт-тексту, структурно рівний експліцитному або імпліцитному спонукальному реченню-висловленню [68, с. 97], змістом якого є спонукання реципієнтів або політичного опонента до здійснення певної дії/прийняття певного плану дій. За допомогою таких речень-висловлень політик створює враження володіння чітким планом дій, який спричинить покращення економічної або політичної ситуації [67, с. 167]. Це сприяє конструюванню власного позитивного іміджу Д. Трампа та / або руйнуванню іміджу політичного опонента.

На пропозиційному рівні фрагменти спонування містять актантів, співвідносних з особами; предикати є динамічними. Конститутивною рисою спонування є імперативна модальність, що проявляється не у віддзеркаленні існуючого стану справ, а у вираженні волевиявлення щодо зміни цього стану справ [68, с. 97]. Наприклад:

(8) *Somebody please tell incompetent (thanks for my high poll numbers) & corrupt politician Adam “Shifty” Schiff to stop leaking Classified information or, even worse, made up information, to the Fake News Media. Someday he will be caught, & that will be a very unpleasant experience!* [Trump, status/1231647192181460993]

У цьому твіті Д. Трамп втілює субстратегії *дискваліфікації* (див. 3.2.1) й *дискредитації* (див. 3.2.2), спонукаючи електорат сказати некомпетентному й корумпованому політику Адаму Шиффу припинити «зливати» секретну або вигадану інформацію «Фальшивим новинам». Спонування пересічної людини до висловлення політику-професіоналу очевидних речей веде до негативної телеологічної оцінки А. Шиффа, об'єктом якої є його низкі інтелектуальні здібності, а саме неспроможність зрозуміти ситуацію. Водночас вербалізація факту здійснення протизаконних дії веде до негативної етичної оцінки політика, втілюючи субстратегію *дискредитації*.

У лексичному й синтаксичному плані спонування реалізується простим імперативним реченням із дієсловом *tell* у формі імперативу теперішнього часу та інфінітивом у функції додатку; неозначеним займенником *somebody*.

У цьому прикладі спонування взаємодіє із доведенням, втіленим вербалізацією факту надання секретної інформації ЗМІ політиком-демократом Адамом Шиффом. Окрім того, спонування взаємодіє із декларуванням, що проявляється у введенні політичного опонента в негативне аксіологічне поле, актуалізоване негативно-оцінними прикметниками *incompetent, corrupt*.

Спонування втілюється не тільки дієсловом у формі імперативу, а й модальними дієсловами із значенням необхідності, обов'язку, поради. Наприклад:

(9) *We must honor the sacred memory of those we have lost by acting as ONE PEOPLE. Open wounds cannot heal if we are divided. We must seek real, bipartisan solutions that will truly make America safer and better for all* [Trump, status/1158440580659195906]

У цьому твіті Д. Трамп реалізує *субстратегію демонстрації патріотизму* (див. 3.1.1), оскільки спонукає електорат на чолі із власною персоною вшанувати пам'ять загиблих у терористичному акті (*тактика демонстрації патріотичного почуття-ставлення* (див. 3.1.1.1)), шукати справжні двопартійні рішення, які зроблять Америку безпечнішою та кращою для всіх (*тактика демонстрації готовності захищати свою країну* (див. 3.1.1.2)). За допомогою спонукування електорату розділити патріотичне почуття-ставлення пошани й шукати рішення, що принесуть користь Америці, Д. Трамп створює імідж лідера-патріота, який чітко розуміє, що потрібно зробити заради забезпечення безпеки своїм громадянам.

У лексико-морфологічному плані цей фрагмент-спонування характеризується вживанням модального дієслова із значенням обов'язку у формі теперішнього часу (*must + V inf*); займенника 1-ої особи множини (*we*). У синтаксичному плані він подається двома розповідними складнопідрядними реченнями із підрядними означальними.

Одиницею аналізу риторичної техніки **навіювання** є *сугестема*, яка корелює із структурним оформленням мономодальних фрагментів твіт-тексту, а не з їхнім змістом, і втілюється в структурних патернах, які забезпечують ритмізацію мовлення, що сприяє автоматизації сприйняття й відключення критичного раціонального мислення [101, с. 69]. Вважається, що суггестивні тексти характеризуються наявністю впорядкованої ритмічної структури [24, с. 20]. Окрім ритмізації мовлення сугестеми виконують функцію привертання уваги до певного фрагменту мовлення [68, с. 98; 95, с. 13]. Зазначимо також, що навіювання пов'язано із формальною організацією мовлення, і тому на нього «накладаються» інші риторичні техніки, які наповнюють ці структурні патерни змістом [101, с. 69].

За критерієм варіювання в межах вербального семіотичного модусу виокремлюємо: 1) графічне виділення, втілене *графічно-вербальним* модусом; 2) аранжування (патернізацію) мовлення, що втілюється *повтором* (вербальним модусом).

Графічне виділення слугує фокусуванню або привертанню уваги адресата до певного фрагменту за допомогою використання можливостей графіки (див. [95, с. 13]. У набірних твіт-текстах графічне виділення реалізується за допомогою *капіталізації*, в той час як у прикріпних повідомленнях графічні можливості вербального модусу репрезентовані більш широко – *капіталізацією, шрифтовим варіюванням, виділенням курсивом, напівжирним накресленням, великим чи малим кеглем*. Наприклад:

(9) *We are going to WIN the 2020 Election, BIG! #MAGA* [Trump, status/1288933202812456968]

У цьому твіт-тексті за допомогою капіталізації словосполучення *to WIN BIG* (отримати легку перемогу) [361] Д. Трамп робить наголос на цих словах й виділяє їх як такі, що вимовляються особливо голосно. Графічне виділення сприяє зосередженню уваги реципієнта на ключових словах, що веде до навіювання реципієнту смислів, які в них зосереджені, а саме ідеї про майбутню перемогу Д. Трампа у президентських виборах, що слугує втіленню субстратегії *демонстрації популярності* (див. 3.1.5).

Аранжування (патернізація) мовлення слугує його ритмічній організації. Ритм (грецьк. *ῥυθμός* – розміреність, стрункість, домірність, від *ῥέω* – течу) визначається як «рівномірне чергування впорядкованих елементів (звукових, мовних, зображальних і т. ін.), циклів, фаз, тих чи інших процесів і явищ» [356]. Формальною ознакою ритму є **повтор** [24, с. 9], який ми розуміємо як фігуру мовлення, що «полягає в повторенні звуків, слів, морфем, синонімів чи синтаксичних конструкцій в умовах достатньої тісноти ряду, тобто досить близько від один одного, щоб їх можна було помітити» [4, с. 295].

Спираючись на доробок О. М. Ільченко [67], Д. М. Кайсіна [68, с. 100] класифікує повтори за **структурно-семантичним** й **структурно-позиційним**

критеріями. За **структурно-семантичним** критерієм дослідниця виокремлює повтори, які відповідають всім мовним рівням: 1) фонемний повтор; 2) морфемний повтор – а) словотвірний або лексико-граматичний (повторюються лексико-граматичні морфеми (афікси), що належать до однієї і тієї самої словотвірної парадигми) та б) морфологічний (повторюються граматичні морфеми (флексії), що належать до однієї граматичної парадигми); 3) словесний повтор; 4) синтаксичний повтор (повторюються синтаксичні конструкції – як предикативні, так і непередикативні) [там само].

За **структурно-позиційним** критерієм виділяються такі типи повтору, як: 1) *консеквентний* (повторюються елементи (фонеми, морфеми) суміжних слів або цілі суміжні слова); 2) *анафоричний* (повторюються початкові елементи суміжних синтаксичних конструкцій); 3) *епіфоричний* (повторюються кінцеві елементи суміжних синтаксичних конструкцій); 4) *контактний* (повторюються кінцеві і початкові елементи суміжних синтаксичних конструкцій); 5) *рамковий* (повторюються початкові та кінцеві елементи фрагменту мовлення); 6) *хіазм*, який поєднує контактний і рамковий повтор [68, с. 100].

Прикладом аранжування (патернізації) мовлення у твітах Д. Трампа слугує наступний твіт:

(10) *To all of our supporters: thank you from the bottom of my heart. You have been there from the beginning, and I will never let you down. Your hopes are my hopes, your dreams are my dreams, and your future is what I am fighting for every single day!* [Trump, status/1323520654306615297]

У першому й другому реченнях твіту Д. Трамп вдається до лексичного повтору займенника *you*, який акцентує увагу на особистості реципієнта, слугує звертанням до реципієнта. У такий спосіб Д. Трамп навіює, що електорат є найважливішим для президента, що слугує втіленню *тактики демонстрації патріотичного почуття-ставлення* (див. 3.1.1.1) у межах *субстратегії демонстрації патріотизму* (див. 3.1.1) У третьому реченні Д. Трамп використовує синтаксичний паралелізм, представлений ідентичними синтаксичними конструкціями, які підкріплюються лексичним повтором (*Your*

hopes are my hopes, your dreams are my dreams). За допомогою паралельних конструкцій президент концентрує увагу на своїй духовній близькості із народом, що слугує втіленню *субстратегії фамільяризації* (див. 3.1.4).

2.3.3 Мультиmodalьні (вербально-візуальні) одиниці аналізу.

Загальною мультиmodalьною одиницею аналізу риторичних технік політичного твітінгу Дональда Трампа вважаємо **мультиmodalьний твіт-текст (рідше мультиmodalьний фрагмент твіт-тексту)**, у якому вербальний, візуальний та/або невербальний модуси спрямовані на реалізацію певної *риторичної мети* комуніканта – довести, проінформувати, декларувати, емотивно заразити (про механізм впливу мультиmodalьних (паралінгвістичних) засобів див. [287]). Відповідно, розрізняємо риторичні техніки мультиmodalьного доведення, мультиmodalьного інформування, мультиmodalьного декларування й мультиmodalьного емотивного зараження.

Мультиmodalьним доведенням (*multimodal argumentation* перекладаємо саме як доведення, оскільки автори терміну демонструють раціонально-логічне розуміння аргументації, закорінене на доводах) називаємо «раціональну і соціальну діяльність, у якій два чи більше модуси відіграють роль у процедурі висунення точки зору і перевірки її допустимості» [340, с. 5]. Позаяк аргументація – це сукупність розумових/логічних/когнітивних операцій [319], не виникає сумнівів, що вона належить не тільки до царини природньої мови. Інші семіотичні системи також відіграють значну роль у цьому процесі (наприклад, див. [251; 317; 319; 338; 340]). Як зазначає Дж. Рок [319], багато вербальних доводів можна передати візуальним способом; еквівалент вербального аргументу можна знайти у зображеннях. Більш того, оскільки візуальні знаки передають певну інформацію, вони можуть виражати пропозиції, які використовуються в аргументації [208, с. 26].

Одиницею аналізу мультиmodalьної риторичної техніки доведення вважаємо *мультиmodalьну аргументему*, яку визначаємо як мультиmodalьний

твіт-текст, що втілюється двома та більше семіотичними модусами і має потенціал раціонально-логічної аргументації.

Здійснюючи аналіз мультимодального доведення, ми спираємося на класифікацію Дж. Рока [319, с. 281–286], що ґрунтується на характері взаємодії вербального семіотичного модусу із візуальним у процесі створення аргументу. Спосіб взаємодії семіотичних модусів називаємо *інтерфейсом* [108, с. 67] (буквально *interface* інтерпретується як місце, де дві системи, стикаються й взаємодіють [367], впливаючи одна на одну [361]). Аналіз емпіричного матеріалу виявив у твітінгу Д. Трампа два інтерфейси у конструюванні значення мультимодального доведення: **паралельне доведення** та **спільне доведення** [108; 112].

Паралельне доведення (доведення із паралельним аргументом за Дж. Роком [319, с. 281–286]) виникає у тому випадку, коли «візуальна та вербальна частини подають паралельні лінії аргументації, в яких обидві частини конструюють загальний зміст гетерогенного твору. У подібних випадках ієрархія між візуальним та вербальним відсутня. Обидві частини передають аргумент, і може статися так, що словесні та візуальні аргументи належать до одного виду аргументів. Їх функція є надлишковою <...> » [319, с. 282]. Наприклад (Рис. 2.2):

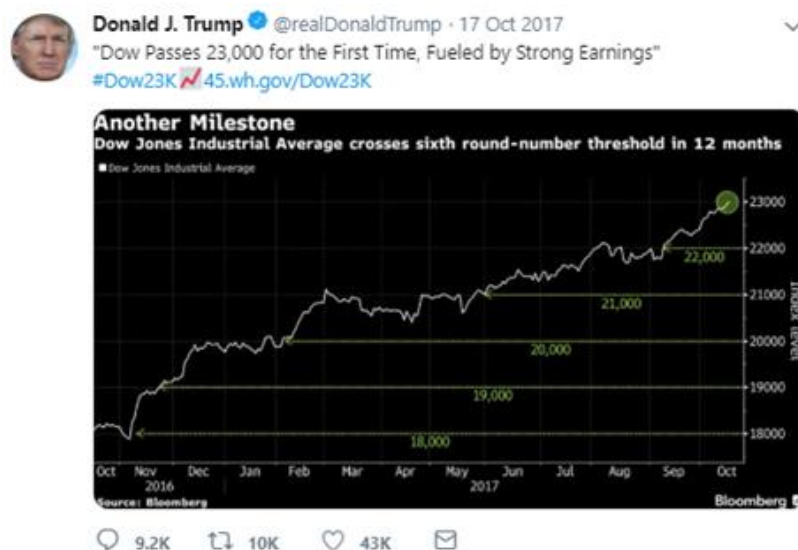


Рис. 2.2 Риторична техніка мультимодального (паралельного) доведення із експлікацією антецедентної пропозиції [Trump, status/920322631412473856]

Цей твіт Д. Трампа складається з двох частин – набірної й прикріпної. Набірна частина репрезентована текстом “*Dow Passes 23,000 for the First Time, Fueled by Strong Earnings*” #Dow23K, символом висхідного графіку й посиланням на веб-сайт Білого дому. Прикріпне зображення показує висхідний графік промислового індексу Доу Джонса і супроводжується вербальними вкрапленнями *Another Milestone. Dow Jones Industrial Average crosses sixth round-number threshold in 12 months*. Чорний фон і характерна репрезентація графіку говорять про те, що графік показує зростання певного індексу фондової біржі на веб-сайті Bloomberg, який надає фінансову інформацію.

Використовуючи логіку Дж. Рока, можна стверджувати, що у цьому прикладі «текст описує, а зображення змальовує» [319, с. 283], адже спостерігається паралель між антецедентними пропозиціями, що конструюються вербальним й візуальними модусами. Вербальний модус твіту надає інформацію про позитивні зміни в економіці США. Більш того, досвідчений у фінансах реципієнт може вивести інференцію про позитивні зміни у фондовому ринку виключно з візуального модусу, дякуючи характерній репрезентації графіку, що притаманна компанії Bloomberg. Відтак, візуальний й вербальний модуси репрезентують один й той самий аргумент, закорінений на статистичних даних. Антецедентна пропозиція твіту [Фондовий ринок зростає] дублюється двома модусами, які посилюють один одного в конструюванні значення. Консеквентна пропозиція імплікується. Весь твіт-текст зводиться до інференції [Оскільки фондовий ринок США зростає [Д. Трамп ефективний]], що слугує втіленню *субстратегії демонстрації ефективності* (див. 4.1.1).

Спільне доведення (доведення із спільним аргументом за Дж. Роком [319, с. 281–286]) реєструємо у тому випадку, коли «щільно пов’язані між собою візуальний і вербальний модуси обидва роблять внесок в утворення аргументу. У більшості випадків висновок втілюється текстом» [319, с. 283]. Тобто семіотичні модуси щільно пов’язані і є невід’ємними частинами аргументу або усього механізму доведення, якщо аргумент і висновок виражено різними семіотичними модусами. Наприклад (Рис. 2.3):



Рис. 2.3 Риторична техніка мультимодального (спільного) доведення із експлікацією антецедентної й консеквентної пропозицій [Trump, status/837722869106880517]

У набірному тексті твіту Д. Трамп говорить про необхідність розпочати розслідування зв'язків сенатора Шумера із Росією: *We should start an immediate investigation into @SenSchumer and his ties to Russia and Putin. A total hypocrite!* Твіт доповнює давня фотографія, яка зображує Ч. Шумера й В. Путіна у неформальній обстановці із їжею в руках. Фрагмент *his ties to Russia and Putin* безпосередньо відноситься до зображення, яке показує характер стосунків двох політиків. Візуальна частина містить аргумент на користь тези, висловленої вербально. У той же час, у тексті немає експліцитного аргументу.

Дослідження взаємозв'язків вербальної й візуальної частин твіт-тексту дає змогу визначити, що візуальний модус твіту конструює аргумент і зводиться до антецедентної пропозиції, а вербальний модус репрезентує консеквентну пропозицію. Відтак, твіт-текст зводиться до двох пропозицій, пов'язаних каузальним зв'язком [Оскільки Ч. Шумер їсть у компанії В. Путіна [треба розпочати розслідування щодо його зв'язків із Росією]]. Проте аргумент/підстава (фотографія), на якій ґрунтується заява про необхідність розслідування, суперечить здоровому глузду (онтологічним нормам), тому що фотографія є старою і неофіційною і не може використовуватися у якості аргументу. Як наслідок, породжується інконгруентність, яка переводить твіт у гумористичну

тональність. Хоча при першому знайомстві з цим твітом виникає враження, що мультимодальне доведення тут служить руйнуванню іміджу опонента, інференційний аналіз дає зрозуміти, що перехід в гумористичну тональність дозволяє Д. Трампу реалізувати інші стратегічні цілі, а саме – субстратегію *фамільяризації* (див. 4.1.4) в рамках локальної стратегії конструювання власного позитивного іміджу. Гумористична тональність твіту зменшує дистанцію між Д. Трампом й електоратом. Також твіт імплікує, що звинувачення Д. Трампа у зв'язках з Росією не мають серйозного підґрунтя: вони не більш серйозні, ніж цей гумористичний твіт.

Одиницею аналізу мультимодального інформування вважаємо мультимодальну інформему, яку розуміємо як мультимодальний твіт-текст із залученням двох та більше семіотичних модусів, який постає як стилістично нейтральне повідомлення інформації про об'єктивну дійсність. Наприклад (Рис. 2.4):



Рис. 2.4 Риторична техніка мультимодального інформування [Trump, status/1012112077781995521]

Вербальний модус твіту репрезентований набірним текстом *Just landed in North Dakota with @SenJohnHoeven and @RepKevinCramer. We will see everyone at Scheels Arena shortly!* Набірне повідомлення доповнюється фотографією, яка зображує Д. Трампа у компанії республіканців сенатора Джона Хувена та Кевіна

Крамера на фоні інтер'єру президентського літака (про що говорить напис *ABOARD* на задньому плані).

Мультимодальне інформування втілюється вербальним і візуальним модусами. За допомогою вербального модусу Д. Трамп інформує реципієнта про поточні події у його житті, втілюючи пропозиції [Д. Трамп / Дж. Хувен / К. Крамер приземлилися у Північній Дакоті], [Трамп / Хувен / Крамер незабаром побачать всіх на арені Шил]. Дієслово *landed* (приземлився) інформує про приземлення літака, а референтна номінація *North Dakota* специфікує місце такої дії. Візуальний модус, представлений зображенням Д. Трампа, Дж. Хувена й К. Крамера, ілюструє їхнє місцезнаходження у президентському літаку. Невербаліка, представлена кінесичними (мімікою – посмішкою, жестом Д. Трампа, що означає «все добре») й проксемічними комунікативними компонентами (позою політиків та відстанню), свідчить про їх доброзичливі відносини. Невербаліка взаємодіє із вербальним модусом набірного тексту за принципом координації (за Л. В. Солощук [165, с. 92]), адже поряд із вербалікою сприяє встановленню доброзичливих відносин із електоратом, втілюючи *субстратегію фамільяризації* (див. 4.1.4). Такий інтерфейс вербального та візуального модусів називаємо **паралельним інформуванням** за аналогією з паралельним доведенням.

Одиницею аналізу риторичної техніки **мультимодального декларування** є мультимодальний твіт-текст, що втілюється двома та більше семіотичними модусами і виражає ставлення мовця до певної проблеми, події, особи, її якостей та дій у формі вираження особистого переконання, зобов'язання, обіцянки [68, с. 95], сподівань, бажань, намірів, власного емотивно-оцінного ставлення. Наприклад (Рис. 2.5):



Рис. 2.5 Риторична техніка мультимодального декларування [Trump, status/1059630186738737152]

Твіт представлений набірним вербальним повідомленням і прикріпним зображенням із накладеним на нього текстом. У набірному повідомленні Д. Трамп декларує власне переконання, що американська нація була відданою своїй країні, і тепер має відданого американському народу президента: *You have been loyal and faithful to your country, and now you have a president that is loyal and faithful to you. Get out tomorrow and VOTE.GOP!* Прикріпне бімодальне повідомлення складається з двох частин, де верхня частина репрезентована фотографією Д. Трампа на фоні американського прапора, а нижня – цитатою на червоному фоні. Цитата дублює перше речення набірного повідомлення, проте має графічне виділення напівжирним шрифтом: «**YOU HAVE BEEN LOYAL AND FAITHFUL TO YOUR COUNTRY, AND NOW YOU HAVE A PRESIDENT THAT IS LOYAL AND FAITHFUL TO YOU**». Під цитатою розташовано підпис **PRESIDENT DONALD J. TRUMP**, але його майже не видно, адже він написаний маленьким кеглем.

Вербальний модус твіту втілює *тактику демонстрації патріотичного почуття-ставлення (4.1.1.1) у межах субстратегії демонстрації патріотизму (4.1.1)* за допомогою декларування почуття-ставлення *вірності* Д. Трампа американському народу (*now you have a president that is loyal and faithful to you*).

Це висловлення не підкріплюється аргументами, і відповідно, не слугує доведенню патріотичного почуття-ставлення Д. Трампа. Реципієнт має сприймати його на віру, спираючись на авторитет мовця (Д. Трампа), і тому воно апелює до емоційної сфери. Візуальний модус специфікує лексему *president*: фотографія дозволяє ідентифікувати саме Д. Трампа як президента вірного американському народу. Відтак, вербальний й візуальний модуси є невід'ємними у втіленні декларування патріотичного почуття-ставлення Д. Трампа. Зображення американського прапора додатково підтримує цю інтенцію. Невербальний модус подано кінесикою: мімікою (президент пильно дивиться на реципієнта із посмішкою), жестом (стискає кулак із великим пальцем догори, який є символічним жестом із значенням «усе добре»). Невербальний модус взаємодіє із вербальним модусом за принципом координації, адже вони діють односпрямовано – виражають позитивне почуття-ставлення до реципієнта. Такий інтерфейс вербального та візуального модусів називаємо **паралельним декларуванням** за аналогією з паралельним доведенням.

Одиницею аналізу риторичної техніки **мультимодального емотивного зараження** є мультимодальні фрагменти твіт-текстів із залученням двох та більше модусів, які втілюють візуальні/мультимодальні тропи – візуальну/мультимодальну метафору, метонімію, метафтонімію, алюзію. Хоча традиційно вважається, що метафора й метонімія та інші тропи / риторичні прийоми належать до плану мови, у межах когнітивної лінгвістики вони розглядаються як концептуальні явища, процеси, які відіграють вирішальну роль у мисленні, дії та сприйнятті світу [279, с. 3, 37]. Такий погляд на метафору й метонімію дав поштовх до вивчення візуальної/мультимодальної метафори у дослідженнях жестів [94; 297], музики [237] і зображення, що охоплюють такі жанри політичного дискурсу, як політична карикатура [213], інтернет-новини [216]. Інші жанри, на матеріалі яких вивчається мультимодальна метафора/метонімія, включають рекламу [232; 235; 233; 310], комікси [227], фільми [231] та онлайн постери [335]. Менше досліджень присвячено вивченню мультимодальної метафтонімії [258; 309; 310; 343; 344; 348] та інших

мультимодальних тропів, таких як мультимодальна алюзія [339], мультимодальна антитеза [341], у тому числі мультимодальне метафоричне порівняння [295] та мультимодальна антитеза [110] у конструюванні іміджу Д. Трампа.

З точки зору когнітивної лінгвістики, **метонімія** визначається як «когнітивний процес, в якому одна концептуальна сутність, провідник, забезпечує ментальний доступ до іншої концептуальної сутності, цілі, в межах одного і того самого домену» [269, с. 39]. Якщо джерело (провідник) виражено виключно візуальним модусом, таку метонімію називають **візуальною**, в той час як **мультимодальна метонімія** виникає у тих випадках, коли її джерело і ціль виражені за допомогою різних модусів [233, с. 63]. Серед конститутивних рис візуальної/мультимодальної метонімії відмічають: 1) наявність джерельного концепту/структури, яка репрезентована певним комунікативним модусом (мовою, візуальним образом, музикою, звуком, жестом), що функціонує як сенсорний стимул, на підставі якого реципієнт є здатним вивести цільовий концепт/структуру; 2) джерело і ціль є частинами одного концептуального домену; 3) вибір джерела метонімії *висвітлює* один або декілька аспектів цілі <...> і тим самим забезпечує доступ до цілі *з певної точки зору*. Висвітлений аспект часто має оцінний вимір [233, с. 63].

Мультимодальна метонімія втілюється у такому твіті Д. Трампа (Рис. 2.6):



Рис. 2.6 Мультимодальна метонімія у реалізації риторичної техніки мультимодального емотивного зараження [Trump, status/1053432380860456960]

Вербальний модус цього твіту подано набірним текстом *This is what it is all about for the Republican Party! #JobsNotMobs* і вербальними вкрапленнями у фотографію, а візуальний – власне фотографією.

Вербальний і візуальний модуси втілюють мультимодальну метонімію ПРИХИЛЬНИК РЕСПУБЛІКАНСЬКАНСЬКОЇ ПАРТІЇ замість РЕСПУБЛІКАНСЬКАНСЬКОЇ ПАРТІЇ, яка закорінена на відношенні КОНТРОЛЬОВАНИЙ замість ТОГО, ЩО КОНТРОЛЮЄ (див. Рис. В.1 у Додатку В). Метонімічне заміщення (**концепт-провідник**) втілюється **візуальним модусом**: білий чоловік середнього віку, одягнутий у робочі штани й червону футболку (колір республіканців), із напівпорожньою пляшкою у руці на фоні темної вулиці забезпечує доступ до цільового концепту РЕСПУБЛІКАНСЬКА ПАРТІЯ, так як репрезентує типового прихильника, на якого спирається Трамп. Робочий одяг, вечірня вулиця передмістя і напівпорожня пляшка води імплікують, що цей чоловік йде додому після робочого дня. Вербальний напис на футболці *JOBS NOT MOBS* також слугує провідником до цільового концепту, оскільки є гаслом республіканців. Відтак, вербальний і візуальний модуси у прикріпному повідомленні одночасно забезпечують реципієнтам декілька референтних точок доступу до **цільового домену** РЕСПУБЛІКАНСЬКА ПАРТІЯ, **вербалізованого** у набірному повідомленні сполукою *the Republican Party*.

Вибір метонімічного заміщення зумовлено тим, що Д. Трамп, і, відповідно, Республіканська партія спираються на підтримку білого робочого класу.

Д. Трамп використовує мультимодальну метонімію для втілення *субстратегії демонстрації ефективності* (див. 4.1.2) в рамках локальної стратегії конструювання позитивного іміджу, адже метонімія породжує інференцію, що партія, яка створює нові робочі місця, є ефективною. У реалізації цієї стратегії мультимодальне емоційне зараження взаємодіє з **вербальним декларуванням**, поданим вказувальним окличним реченням у набірному повідомленні (*This is what it is all about for the Republican Party!*), яке привертає увагу адресатів до змісту прикріпного повідомлення.

У твітіngu Д. Трампа поширеною є реалізація риторичної техніки мультимодального емотивного зараження за допомогою взаємодії візуальної/вербальної метонімії із мультимодальною/візуальною метафорою та алюзією. У межах когнітивної лінгвістики **метафора** тлумачиться як «розуміння однієї сутності в термінах іншої» [279, с. 5]. Концептуальна метафора спирається на когнітивну операцію концептуального мапування, де цільова концептуальна структура (цільовий домен / концепт) ідентифікується за допомогою джерельної концептуальної структури (джерельного домена / концепту), яка є, як правило, більш конкретною ментальною сутністю [268, с. 6; 273, с. 210]. Метафоричне мапування постає як низка систематичних часткових і односпрямованих відповідностей між джерельною та цільовою концептуальними структурами [268, с. 6, 91]. Основною відмінністю між метафорою й метонімією є те, що метафоричне мапування залучає два різних домени, в той час як у метонімії мапування відбувається у межах одного домену. Відтак, метафора й метонімія постають як різні види процесів: метафора розглядається як спосіб розуміння однієї сутності у термінах іншої, таким чином її головна функція полягає у забезпеченні розуміння, в той час як метонімії властива здебільшого референційна функція, тому що вона дозволяє одній сутності замінювати іншу [279, с. 36].

Мультимодальною вважається метафора, ціль і джерело якої репрезентовано виключно або переважно в різних модусах [234, с. 24], в той час як **візуальна метафора** – це метафора, ціль і джерело якої передається візуально [232, с. 464].

У дискурсі Д. Трампа візуальна/мультимодальна метафора, як правило, вступає у взаємодію із вербальною/візуальною метонімією, утворюючи **метафтонімію** (поняття, висунуте Гуссенсом [248]). П. Перес-Собріно визначає мультимодальну метафтонімію (термін, введений у [309] як «інтеграцію метонімії у джерельний або цільовий домен метафори <...>, у процесі якого відбувається зміна семіотичного модусу» [310, с. 125].

Розглянемо мультимодальну метафтонімію на прикладі твіту, який втілює ще один стилістичний прийом – **мультимодальну алюзію** (Рис. 2.7). Алюзію розуміємо як «непряме посилення за допомогою слова чи фрази на історичний, літературний, міфологічний, біблійний факт або на факт повсякденного життя, зроблений під час розмови чи письма» [241, с. 187]. Мультимодальною називаємо алюзію, яка втілюється кількома модусами. Наприклад:



Рис. 2.7 Реалізація риторичної техніки мультимодального емотивного зараження за допомогою мультимодальної метафтонімії та алюзії [Trump, status/1081735898679701505]

Цей твіт складається з прикріпного бімодального повідомлення: вербально-візуальний модус подано висловленням *THE WALL IS COMING*, візуальний – фотографією Трампа і стіни:

Мультимодальна алюзія втілюється вербально-візуальним і візуальним модусами. **Вербально-візуальний модус алюзії** репрезентовано реченням-висловленням *THE WALL IS COMING*, яке у свідомості реципієнтів, знайомих із телесеріалом «Гра Престолів» (а це мільйони телеглядачів не лише у США, а й усьому світі), активує асоціацію з головною інтригою серіалу: приходом зими, а з нею і небезпеки, від якої може захистити лише льодяна стіна на півночі фантазійного світу «Вестерос» та її вартіві, що відділяють людей від чудовиськ, які є загрозою людству. Ця ідея втілена у слогані телесеріалу «Гра престолів» *Winter is coming*. Вербальне повідомлення Д. Трампа структурно-семантично відтворює оригінальний слоган, лише *winter* замінюється *the wall*. Більше того,

Д. Трамп використовує шрифт, який є ідентичним оригінальному напису *Winter is coming* з метою стилізації, що підсилює алюзію. Вербальне повідомлення має буквальне значення – [Д. Трамп збирається побудувати стіну на кордоні із Мексикою].

Візуальний модус алюзії втілений зображенням, яке показує останній прототип стіни – високу загорожу із зазубреними краями. Ця безкрайня стіна викликає асоціації зі стіною із серіалу. Поза стіною поміщено зображення Д. Трампа: Президент у темному костюмі і червоній краватці, зосереджений, і повний рішучості дивиться на адресата. Темний фон із білим туманом і памороззю також викликають асоціації із телесеріалом, так як вигадана стіна знаходиться у зоні вічної мерзлоти.

Описана мультимодальна алюзія, активуючи асоціації між стіною на кордоні США і Мексики і льодяною стіною у серіалі, створює основу для **мультимодальної метафтонімії** ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ Є НІЧНИЙ ВАРТОВИЙ ЛЬОДЯНОЇ СТІНИ (див. Рис. В.2 у Додатку В).

Джерельний домен метафтонімії виражений **вербально** – слоганом *THE WALL IS COMING* і **візуально** – фоном і верхньою частиною стіни, над якою здіймається білий туман, що актуалізує асоціацію із стіною у серіалі «Гра Престолів» та нічними вартовими, які її охороняють від «білих ходаків». **Цільовий домен метафори** втілений **візуально** – зображенням обличчя Д. Трампа. Як зазначає Ч. Форсевіль, зображення крупного плану обличчя використовується як метонімія з метою кращої передачі ідентичності людини та її емоцій [233, с. 63]. Так, обличчя Д. Трампа **метонімічно** заміщує ТРАМПА-ПРЕЗИДЕНТА на основі відношення ЧАСТИНА замість ЦІЛОГО, причому акцентується рішучість та зосередженість у погляді Д. Трампа. На домен ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ проєктуються такі ознаки НІЧНОГО ВАРТОВОГО ЛЬОДЯНОЇ СТІНИ як СИЛА, МІЦЬ, ВІДВАГА, ЗАХИСТ, необхідні для протистояння злу. Активуючи асоціативний зв'язок між Д. Трампом як головним «хазяїном стіни» і головним захисником людства від «білих ходаків», метафтонімія дозволяє подивитися на Д. Трампа в більш глобальному масштабі –

як захисника американців від усіх негативних тенденцій, пов'язаних із незаконною імміграцією.

Взаємодія мультимодальної алюзії та метафтонімії створює емоційний фон для реалізації Д. Трампом субстратегій *демонстрації патріотизму* (див. 4.1.1) і *демонстрації ефективності* (див. 4.1.2), які сприяють посиленню його позитивного іміджу.

2.4 Алгоритм дослідження

Методичний алгоритм дослідження включає шість етапів.

На **першому етапі** відбувається формування вибірки. Ми аналізували твіти, опубліковані Д. Трампом на його особистому твітер-акаунті @realDonaldTrump у період перебування на посаді Президента США з 20 січня 2017 року по 8 січня 2021 року (дата блокування твітером акаунта Д. Трампа). Було вилучено 2000 твітів, які найбільш повно репрезентують моно- та мультимодальні риторичні техніки, з загальної кількості 16581 твітів за включенням ретвітів, адже їхнє авторство не належить Д. Трампу. Твіти вилучалися з інтернет-сервісу «Твітер» або веб-сайту www.thetrumparchive.com, на якому зберігаються усі твіти президента.

Другий етап дослідження включає визначення конститутивних ознак політичного твітінгу Дональда Трампа як жанру інтернет-дискурсу і як моно-/мультимодального тексту у структурі інтернет-гіпертексту, а також побудову ієрархічної структури глобальної дискурсивної стратегії, втілюваної Д. Трампом в політичному твітінгу в локальних дискурсивних стратегіях, субстратегіях, тактиках і моно- і мультимодальних риторичних техніках доведення, опису, роз'яснювання, інформування, декларування, емотивного зараження, спонування та сугестивного навіювання.

Третій етап дослідження передбачає встановлення одиниць аналізу та власне інференційний аналіз дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа, який доповнюється елементами інтент-аналізу, дефініційним,

компонентним, стилістично-риторичним та мультимодальним аналізами. Аналіз політичного твітінгу Д. Трампа здійснюється у три кроки.

Перший крок спрямований на розмежування локальних дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа на підставі соціально-комунікативної мети адресанта, що мотивує його комунікативні дії, на стратегії конструювання власного позитивного іміджу й руйнування іміджу політичного опонента. Підґрунтям для такої класифікації слугують типології комунікативних (дискурсивних) стратегій у політичному дискурсі [67; 174], закорінені на протиставленні регулятивних приписів соціальних ролей ДОБРИЙ ПІВНІЧНОАМЕРИКАНСЬКИЙ ПОЛІТИК :: ПОГАНИЙ ПІВНІЧНОАМЕРИКАНСЬКИЙ ПОЛІТИК, які з когнітивної точки зору є поєднанням декларативного і процедурального знання.

Другий крок включає виокремлення дискурсивних субстратегій в межах локальних стратегій, а також дискурсивних тактик в межах окремих субстратегій на підставі типів цінностей і типів оцінок, що мотивують соціально-комунікативні наміри адресанта політичного твітінгу.

Третій крок спрямований на аналіз моно- та мультимодальних риторичних технік, за допомогою яких реалізуються локальні стратегії, субстратегії та тактики політичного твітінгу Д. Трампа. Цей крок включає і побудову когнітивних моделей мультимодальних тропів, що слугують емотивному зараженню (алгоритм дослідження мультимодальних тропів розроблено у [292; 293]).

Четвертий крок передбачає кількісний аналіз для визначення кількісних співвідношень моно- (вербальних) і мультимодальних дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа.

Висновки до розділу 2

1. Основним інструментом дослідження дискурсивних стратегій політичного твітінгу Д. Трампа є методика інференційного аналізу, змістом якої є прогнозування дослідником, який відіграє роль спостерігача комунікативної

взаємодії між адресантом і адресатами твітінгу, пресупозицій / інтенцій адресанта та інференцій адресатів, які здійснюються у процесі втілення тих чи інших стратегічних намірів. Прогнозування відбувається на підставі виведення раціональних інференцій стосовно потенційного комунікативного впливу моно-/мультимодальних перцептивних стимулів (вербальних/графічних, візуальних/невербальних), що ініціюють інтерсуб'єктний акт, тобто комунікативну взаємодію адресанта і адресатів на рівні перцептивних, афективних, когнітивних та волевиявних свідомих і підсвідомих психічних процесів. Іншим джерелом інференцій є сформоване у дослідника і набуте безпосередньо під час аналізу знання про комунікативну і референту ситуації інтерсуб'єктного акту.

2. Одиницею аналізу політичного твітінгу Д. Трампа є моно-/мультимодальний фрагмент твіт-тексту або (рідше) цілісний твіт-текст, спрямований на реалізацію певної риторичної мети адресанта (довести, описати, роз'яснити, проінформувати, декларувати, емотивно заразити, спонукати або навіяти певні ідеї) за допомогою відповідної риторичної техніки (доведення, опису, роз'яснення, інформування, декларування, емотивного зараження, спонукання, навіювання). Різні фрагменти одного і того самого моно-/мультимодального твіт-тексту можуть реалізувати різні риторичні техніки.

3. Особливості вербального/мономодального втілення риторичних технік виявляються на синтаксичному рівні. На лексико-морфологічному рівні яскраво вираженої специфіки у використанні мовних/мовленнєвих засобів не спостерігається.

3.1. Мономодальні риторичні техніки комунікативного впливу, орієнтовані на сферу раціонального мислення (доведення, опис, оповідь, роз'яснення, інформування), як правило, реалізуються фрагментами твіт-текстів, рівними предикативній синтаксичній структурі – від простого непоширеного речення-висловлення – до структурно-семантично зв'язної послідовності речень-висловлень будь-якої синтаксичної складності.

3.2. Мономодальні риторичні техніки, спрямовані на емоційну сферу, втілюються як реченнями-висловленнями відносно простої синтаксичної структури (декларування), так і окремими емоційно-оцінними мовними/мовленнєвими одиницями (словами, фразеологічними і вільними сполуками) у контексті речень-висловлень різної синтаксичної структури (емотивне зараження).

3.3. Мономодальне спонукання, орієнтоване на сферу волевиявлення, експлікується імперативними реченнями-висловленнями (як правило, простими) або імплікується розповідними реченнями-висловленнями із модальними дієсловами із значенням необхідності, обов'язку, поради.

3.4. На відміну від інших риторичних технік, мономодальне навіювання, спрямоване на сферу підсвідомості, втілюється не власне семантико-синтаксичними структурами, а їхнім графічним оформленням (фокусуванням уваги адресатів на певних компонентах структури за допомогою їхнього графічного виділення) або аранжуванням за допомогою повтору (ритмічний повтор компонентів структури сприяє послабленню критичного мислення адресатів).

4. Риторичні техніки доведення, інформування, декларування, спонукання та емотивного зараження реалізуються як моно-, так і мультимодально.

4.1. Мультимодальне доведення втілюється твіт-текстами, які містять вербальні й візуальні перцептивні стимули, які об'єктивують доводи адресанта на підтримку тієї чи іншої думки за посередництва цих двох семіотичних модусів (у випадку наявності у твіт-текстах графічних та невербальних перцептивних стимулів, вони відіграють допоміжну роль). У твітіngu Д. Трампа мультимодальне доведення має два інтерфейси: паралельне доведення (вербальний і візуальний модуси обидва актуалізують антецеденту пропозицію) та спільне доведення (один з модусів актуалізує антецедентну пропозицію, а другий – консеквентну).

4.2. Мультимодальне інформування здійснюється твіт-текстами, що містять вербальні (теоретично можливо, і графічні), візуальні/невербальні

перцептивні доповнюючі один одного стимули, які актуалізують певну потрібну адресантові інформацію. Інтерфейс вербального і візуального модусів кваліфікується як паралельне інформування.

4.3. Мультимодальне декларування реалізується твіт-текстами, що містять вербальні (можливо, і графічні) та візуальні/невербальні перцептивні стимули, які актуалізують емотивно-оцінне ставлення адресанта до певної проблеми, події, особи тощо, або виражають особисте переконання, зобов'язання, обіцянку, сподівання, бажання, намір, які доповнюють один одного. Інтерфейс вербального і візуального модусів демонструє паралельне декларування.

4.4. Мультимодальне емотивне зараження втілюється візуальними або мультимодальними (вербально-візуальними) тропами – візуальною метафорою та метонімією (і цільовий, і джерельний домен/провідник актуалізуються візуально), візуально-вербальною метафорою і метонімією (цільовий домен актуалізується вербально, а джерельний домен/провідник – візуально або навпаки), візуально-вербальною метафтонімією (візуальна або вербально-візуальна метонімія інтегрується у джерельний або цільовий домен вербально-візуальної метафори). Візуально-вербальна метафора/метафтонімія інтегрується з вербально-візуальною алюзією, якщо джерельний домен метафори активується алюзивним перцептивним стимулом (таким що асоціюється з загально/лінгвокультурно відомим історичним, літературним, міфологічним, біблійним фактом або на фактом повсякденного життя).

Основні положення розділу 2 викладені в публікаціях автора [106; 107; 108; 110; 114; 292; 293; 295].

РОЗДІЛ 3

МОНОМОДАЛЬНІ (ВЕРБАЛЬНІ) ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ТВІТІНГУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА

Мономодальні (вербальні) дискурсивні стратегії англомовного політичного твітінгу Д. Трампа мають таку назву, оскільки вони втілюють глобальний комунікативний намір адресанта – завоювання/утримання політичної влади, а також локальні комунікативні наміри конструювання власного позитивного іміджу й руйнування іміджу політичного опонента, реалізовані відповідними субстратегіями й тактиками, у межах вербального модусу.

3.1 Мономодальна локальна дискурсивна стратегія конструювання власного позитивного іміджу

Позитивний імідж Д. Трампа конструюється низкою вербальних локальних дискурсивних субстратегій, кожна з яких відповідає певній комунікативній ролі (52 % твітів Д. Трампа (таблиця Б.1, Додаток Б)): демонстрації патріотизму (роль ПАТРІОТ), демонстрації економічної ефективності (роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР), демонстрації сили (роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), фамільяризації із електоратом (роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ), демонстрації популярності (роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), демонстрації віри (роль ВІРУЮЧИЙ). Дискурсивні субстратегії і відповідні їм ролі розмежовуються на основі типу цінностей і типу оцінок, що мотивують комунікативні дії адресанта [109; 115].

3.1.1 Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації патріотизму: комунікативна роль ПАТРІОТ. Результати кількісного і якісного аналізу твітів Д. Трампа надають підстави для висновку, що домінантою роллю його іміджу є роль ПАТРІОТ – 23 % (див. таблицю Б.1 у Додатку Б). Ця роль переважно втілюється ініціальними твітами, більшість з яких не є

ритуалізованими – 17 %, хоча в межах цієї ролі зареєстровано і відносно невелику кількість ритуалізованих твітів – 6 % (див. таблицю Б.1 у Додатку Б).

Результати аналізу словникових дефініцій лексем *patriot* та *patriotism* (див. таблицю Б.2 у Додатку Б) дозволяють зробити висновок, що патріот – це людина, яка: 1) демонструє позитивне почуття-ставлення до своєї країни (любов, відданість, гордість, підтримку); 2) готова захищати свою країну; 3) вважає пріоритетними інтереси своєї країни. Оскільки ідентифікатор *country* є незмінно присутнім у всіх дефініціях лексем *patriotism* та *patriot*, ми також проаналізували дефініції лексеми *country* (див. таблицю Б.2 у Додатку Б) і дійшли висновку, що її значення конституюється такими трьома ідентифікаторами: 1) люди (нація); 2) держава (уряд); 3) територія (земля).

Конструювання ролі ПАТРІОТ здійснюється на основі субстратегії демонстрації патріотизму, яка спирається на апеляцію до універсальних етичних цінностей: образ «своєї країни» – БАТЬКІВЩИНИ асоціюється у людини з архетипним образом МАТЕРІ [171, с. 410].

Беручи до уваги результати аналізу дефініцій ключових лексем, вважаємо, що комунікативна роль ПАТРІОТ реалізується за допомогою трьох тактик, кожна з яких втілює відповідний **соціально-комунікативний намір демонстрації патріотизму**, який полягає у виголошенні суб'єктом мовлення:

- 1) патріотичного почуття-ставлення до своєї країни (любви, відданості, гордості, підтримки);
- 2) готовності захищати / битися за свою країну;
- 3) першочерговості інтересів своєї країни.

Усі без винятку речення-висловлення, які втілюють тактики субстратегії демонстрації патріотизму, містять *референтні номінації* (іменники (*country, nation, Americans, State, Tennessee, flag, national anthem, heroes, heritage*) та іменникові сурядні словосполучення (*farmers and ranchers*)), які відсилають до референтів, що метонімічно репрезентують США. У складі речень вони виконують функції підмета або об'єкта дії. На ментальному рівні позначувані ними референтні сутності є співвідносними з концептами-складниками домену

СВОЯ КРАЇНА. У термінах пропозиції такі концепти співвідносяться з суб'єктом / об'єктом дії.

Предикати таких пропозицій на рівні структури речення втілюються *кваліфікаційними номінаціями*, які передають позитивні почуття-ставлення (любов, відданість, гордість, підтримку) до референтних сутностей домену СВОЯ КРАЇНА або вербалізують дії суб'єктів, які свідчать про їхню готовність захищати свою країну і слідувати принципу першочерговості інтересів своєї країни. Такі номінації, як правило, є (емотивно)-оцінними і включають: 1) прикметники (*great, beautiful, amazing, special, proud, brilliant, courageous, patriotic, incredible, free, successful*); 2) іменники (*pride, greatness, treasure, heroes, respect*); 3) дієслова (*salute, honor, cherish, commemorate, respect, protect*) та дієслівні словосполучення / фразеологізми (*fight for, put first, put our hands on our hearts, pay tribute*); 4) прислівники (*proudly*).

Природно, що у відповідних реченнях-висловленнях частотним є риторичний прийом «створення семантичного поля «свої»» [184, с. 48] за допомогою займенників *we, our, us*, а також таких лексичних одиниць як *all, together* [184, с. 48–50].

3.1.1.1 Мономодальна дискурсивна тактика демонстрації патріотичного почуття-ставлення реалізується за допомогою риторичних технік, орієнтованих на емотивно-сугестивний комунікативний вплив (декларування/емотивне зараження, спонукання) або (значно рідше) на раціональний комунікативний вплив (доведення).

А. Риторичні техніки декларування / емотивного зараження реалізуються переважно **стверджувальними декларативно-оцінними** реченнями-висловленнями, де основною інтенцією мовця є **декларування патріотичного почуття-ставлення**.

А.1. У складі таких речень-висловлень кваліфікаційні **прикметники** вживаються у функції:

А.1.1. Означення іменника/сурядного словосполучення, який позначає референта (США, окремі штати, американський народ в цілому або

представників американської нації певних професій) і разом з ним утворює підрядне словосполучення структурно-семантичної моделі [Adj / N / PH + N (and N)], яке у структурі речення виконує таку синтаксичну функцію:

A.1.1.1. Підмета: *The Great State of Tennessee is so close to passing School Choice* [Trump, status/1121187494312255489];

A.1.1.2. Додатку – прямого або непрямого: *Melania and I met such incredible people last night in Broward County, Florida* [Trump, status/964938678362628096]; *We will now work out a bipartisan solution that gets relief for our great States and Farmers* [Trump, status/1126909015114637312].

У цій самій функції кваліфікаційні прикметники та іменники використовуються і в ритуалізованих **твітах-подяках**: *On behalf of the American people, THANK YOU to our incredible law enforcement officers* [Trump, status/939564681743814661] і **твітах-привітаннях**: *Happy National #MedalOfHonorDay to our HEROES* [Trump, status/977894983083708416];

A.1.1.3. Обставини місця: *Heading to beautiful West Virginia to be with great members of the Republican Party* [Trump, status/959029384052166657].

У функції обставини місця кваліфікаційні прикметники вживаються і у реченнях-висловленнях **заперечно-окличного** типу, що надає останнім більшої експресивності у вираженні основної інтенції: *Can't wait to be back in the amazing state of Tennessee to address the 99th American @FarmBureau Federation's Annual Convention in Nashville!* [Trump, status/950443653666713601].

A.1.2. Іншою функцією кваліфікаційних номінацій у складі стверджувальних декларативно-оцінних речень є функція предикатива складеного іменного присудку, який втілюється такими структурно-семантичними моделями:

A.1.2.1. [to be + (Adv) Adj]: *Our Country is Free, Beautiful and Very Successful!* [Trump, status/1151103647637487616];

A.1.2.2. [to be + (Adj) Adj + N]: *America is the greatest Country in the world and my job is to fight for ALL citizens, even those who have made mistakes* [Trump, status/1075210867678109697].

Зареєстровані випадки, коли іменник-референт у складі предикатива має **метафоричний** зміст, що також слугує емотивному зараженню. Наприклад, у наступному твіті Д. Трамп втілює метафору АМЕРИКАНСЬКИЙ НАРОД є СКАРБ, проектуючи такі ознаки домену СКАРБ на домен НАРОД як ДОРОГОЦІННИЙ, СВЯЩЕННИЙ, ЗОЛОТИЙ [109, с. 46; 377]: *America's greatest treasure is our people – and my Administration HEARS YOUR VOICE and HAS YOUR BACK* [Trump, status/984507430909308929];

A.1.2.3. [to be + (Adv) Adj + Prep + Pron + Adj + N/Pron]: *I am so proud of our great Country* [Trump, status/915179824012042241];

A.2. У складі стверджувальних речень-висловлень кваліфікаційні дієслова / дієслівні словосполучення / **фразеологізми**, які описують дії Д. Трампа як такі, що виражають його патріотичне почуття-ставлення до народу США, як правило, вживаються у функції простого / складеного дієслівного присудка: [S + P (V)]. Підмет таких речень співвідноситься із суб'єктом дії – Д. Трампом на чолі із американською нацією. Об'єктом дії є значущі для американської нації сутності. Наприклад:

Today, here in Iowa, we honor America's cherished farming heritage. We salute your commitment to American Energy Independence — and we celebrate the bright future we are forging together powered by clean, affordable AMERICAN ETHANOL! [Trump, status/1138562937491251200];

We salute our great American flag, we put our hands on our hearts for the pledge of Allegiance, and we all PROUDLY STAND for the National Anthem. #CPAC2018 [Trump, status/9670838109815971852].

A.3. **Прислівники** типу *proudly* (гордо) вживаються у функції обставин дій-присудків, що виражають патріотичне почуття-ставлення Д. Трампа до народу своєї країни:

As we approach the 75th Anniversary of D-Day, we proudly commemorate those heroic and honorable patriots who gave their all for the cause of freedom during some of history's darkest hours [Trump, status/1136245995401072640].

Б. Риторичні техніки спонукання / емотивного зараження реалізуються **спонукальними** реченнями-висловленнями, суб'єкт яких експліцитно або імпліцитно втілює інтенцію **спонукання**. У складі таких речень-висловлень спонукання і емотивне зараження може сполучатися з риторичними техніками **доведення і декларування патріотичного почуття-ставлення**. Наприклад:

Courageous Patriots have fought and died for our great American Flag – we MUST honor and respect it! [Trump, status/912037003923005440].

У цьому твіті спонукання є співвідносним з консеквентною пропозицією доведення [Оскільки відважні патріоти билися і загинули за наш великий Американський Прапор [ми повинні його шанувати і поважати]]. Водночас, спонукальне речення-висловлення містить емотивно-оцінні номінації, які актуалізують емотивно навантажені етично значущі концепти ПАРТІОТИЗМ (*Patriots*), МУЖНІСТЬ (*Courageous*), БОРОТЬБА (*fought*), СМЕРТЬ (*died*) або передають почуття-ставлення **захоплення** (*great*). Закликаючи поважати американський прапор, Д. Трамп тим самим імплікує те, що він патріот [109, с. 46].

У наступному твіті спонукання взаємодіє з **декларуванням патріотичного бажання**:

We want our flag respected – and we want our NATIONAL ANTHEM respected also! [Trump, status/950507353094356993].

Це речення-висловлення реалізує дві інтенції – експліцитну (виголошення бажання, щоб усі поважали американський гімн) і імпліцитну (спонукання до цієї ментальної дії). Номінації *flag*, *NATIONAL ANTHEM* актуалізують значущі для американців національні символи ПРАПОР і ГІМН, а дієслівна номінація *respected* – емоційний концепт ПОВАГА, слугуючи емотивному зараженню.

3.1.1.2 Мономодальна дискурсивна тактика демонстрації готовності захищати/битися за свою країну, як і тактика демонстрації патріотичного почуття-ставлення до своєї країни, реалізується за допомогою поєднання

емоційно-сугестивних і раціональних риторичних технік, таких як декларування, спонування і доведення з емоційним зараженням.

А. Риторичні техніки декларування / емоційного зараження втілюється декларативно-оцінними реченнями-висловленнями, що містять дієслова / дієслівні словосполучення (*fight for, confront, combat, defend, protect, stop / help stop*), які описують дії Д. Трампа, як такі, що виражають його готовність захищати / битися за країну. Оскільки усі ці мовні засоби позначають сутності домену ВІЙНА, використовуючи їх для декларування своїх намірів, зобов'язань і бажань, Трамп створює метафору ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є ВОЇН.

Такі мовні засоби, як правило, вживаються у функції простого / складеного дієслівного присудку. Підмет таких речень співвідноситься із суб'єктом дії [S + P (V)] – Д. Трампом, а експлікований чи імплікований бенефактив такої дії представлений номінативним простором концепту СВОЯ КРАЇНА. Такі речення є, як правило, **стверджувальними** і виражають інтенцію **декларування патріотичної дії**:

We are fighting to give every American a future of dignity, purpose and pride. AMERICAN SPIRIT is back! #TaxCuts [Trump, status/984507430909308929];

We will confront ANY challenge, no matter how strong the winds or high the water. I'm proud to stand with Presidents for #OneAmericaAppeal [Trump, status/905967331662319617].

Також зареєстровані речення-висловлення, які втілюють інтенцію **декларування патріотичного зобов'язання**:

As President of the United States – I will fight for you, and I will never, ever let you down [Trump, status/950777029816963072].

Мають місце і речення-висловлення, які поєднують інтенції **декларування патріотичної дії** і **патріотичного почуття-ставлення** до американського народу:

We are fighting for our farmers, for our country, and for our GREAT AMERICAN FLAG [Trump, status/950507353094356993].

Б. Риторичні техніки спонукання / емотивного зараження реалізуються **спонукально-окличними** реченнями-висловленнями із модальним дієсловом *must* як частиною складеного дієслівного присудку. Суб'єкт дії співвідноситься із Трампом, бенефактив такої дії виражений номінативним простором аксіологічного, емотивно навантаженого концепту СВОЯ КРАЇНА:

We must protect our Country at all cost! [Trump, status/946731576687235072].

Спонукаючи свій електорат захищати свою країну за будь-яку ціну, Д. Трамп тим самим імплікує, що він – патріот.

3.1.1.3 Мономодальна дискурсивна тактика проголошення першочерговості інтересів своєї країни втілюється тими самими риторичними техніками, що і дві вище описані тактики. Когнітивне підґрунтя реалізації цієї тактики включає не лише ідею, що ущемлення інтересів американців є неприпустимим, але й апелює до укоріненої в американському соціумі ідеї про виключне положення Сполучених Штатів у світі: «Згідно до моральних принципів патріотів, США займають більш важливе місце, ніж будь-яка інша нація в історії» [272, с. 83].

А. Риторичні техніки декларування / емотивного зараження втілюються **стверджувальними / заперечними декларативно-оцінними** реченнями-висловленнями, які містять дієслова / дієслівні словосполучення типу *put first, keep great, make great, promote, take advantage of* у функції простого або складеного дієслівного присудку. Підмет таких речень співвідноситься із суб'єктом дії [S + P (V)] – Д. Трампом на чолі із американською нацією, а об'єкт такої дії виражений номінативним простором концепту СВОЯ КРАЇНА. У таких реченнях-висловленнях мовець втілює інтенцію **декларування патріотичної дії** або **патріотичного зобов'язання**:

We are finally putting America First [Trump, status/1077705232665272321];

We have ended the war on coal, and will continue to work to promote American energy dominance! [Trump, status/997612079375945728].

Б. Риторичні техніки спонукання / емотивного зараження реалізуються **спонукально-окличними** реченнями-висловленнями із модальним дієсловом

must як частиною складеного дієслівного присудку. Суб'єкт дії співвідносний із Д. Трампом, об'єкт (бенефактив) такої дії виражений номінаціями, що входять до номінативного простору домену СВОЯ КРАЇНА:

We must put the American worker first! [Trump, status/1006003345360908295];

We MUST WIN to KEEP AMERICA GREAT! [Trump, status/1142461806935445504].

Подібні речення-висловлення типової структури є доволі поширеними і функціонують у твітінгу Д. Трампа як лозунги: *MAKE AMERICA GREAT AGAIN!*, (аббревіатура *MAGA!*), *AMERICA FIRST! BUILD THE WALL!*, спонукаючи реципієнтів «Зробити Америку знову великою», поставити інтереси Америки на перше місце («Америка перш за все»), «збудувати мур».

Іншим засобом втілення цієї тактики є **заперечно-спонукальні** речення-висловлення, які містять модальний дієслівний присудок з дієсловами *can*, *let*, і вербалізують неможливість допущення обмеження інтересів американської нації:

Sorry, we cannot let our friends, or enemies, take advantage of us on Trade anymore [Trump, status/1006003345360908295];

We cannot keep a blind eye to the rampant unfair trade practices against our Country! [Trump, status/973931154796457984].

Окрім того, спонукальні речення також використовуються для вербалізації консеквентних пропозицій **доведення** у межах одного твіту. Антецедентні пропозиції, переважно, виражаються стверджувальними реченнями, які виражають прагматичну інтенцію **констатування**. Наприклад:

Our Steel and Aluminum industries (and many others) have been decimated by decades of unfair trade and bad policy with countries from around the world. We must not let our country, companies and workers be taken advantage of any longer [Trump, status/969183644756660224].

Перше речення у цьому синтагматичному ланцюжку втілює антецедентну пропозицію доведення і у прагматичному плані є констативним, так як інформує про ущемлення інтересів США. Твіт спрямовує електорат на виведення

інференції [Оскільки сталева і алюмінієва промисловість США була зруйнована десятиліттями недобросовісної торгівлі і поганої політики з країнами з усього світу [інтереси нашої країни більше не можуть ущемлятися]]. Консеквентна пропозиція доведення слугує спонуканню, втіленому модальним дієслівним присудком *must not let*, що вербалізує неможливість допущення обмеження інтересів американської нації [109, с. 47].

3.1.2 Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації ефективності: комунікативна роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР. Другою за частотністю реалізації комунікативною роллю Д. Трампа є роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР – 14 % (див. таблицю Б.1 у Додатку Б). Ця роль втілюється як ініціальними, так і респонсивними твітами (як відгук на несхвальну або навпаки схвальну оцінку діяльності Д. Трампа), які не мають ритуалізованого формату.

Конструювання цієї ролі здійснюється на основі субстратегії демонстрації економічної ефективності, у підґрунті комунікативного наміру якої лежить апеляція до соціокультурних цінностей маскулінного американського суспільства, де одним із вищих пріоритетів є підтримання економічного зростання [259, с. 180]. Основний **соціально-комунікативний намір демонстрації ефективності**, втілюваний мовцем, що реалізує цю субстратегією, експлікується її назвою і полягає у переконуванні електорату у тому, що Д. Трамп і його команда є ефективними економічними менеджерами, які є спроможними привести країну до визначеної мети – економічного процвітання.

Аналіз дефініцій лексеми *manager* (див. таблицю Б.2 у Додатку Б) дозволяє зробити висновок, що менеджер є людиною, яка займає керівну посаду і забезпечує роботу якоїсь структури. У випадку президента такою структурою є ціла країна. Прикметник *economic* специфікує сферу діяльності менеджера. Аналіз дефініції словосполучення *economic management*, наданого [362], дозволяє виділити коло основних референтів, співвідносних з концептами-складниками домену ЕКОНОМІКА – РЕСУРСИ, ФІНАНСИ, ДОХІД,

ВИТРАТИ, ОРГАНІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ, ефективне управління якими і дозволяє здійснювати успішну економічну політику. До цих референтних концептів слід додати усі інші можливі складники домену ЕКОНОМІКА.

Ці складники вербалізуються численними *референтними номінаціями*, які цілісно (*economy*) або метонімічно (*amounts of money, progress in Trade, pace (of development), business, employment, jobs, tax cut money, Jobs Market, Dow, manufacturing*) репрезентують економіку США. Відтак, усі речення-висловлення, які реалізують субстратегію демонстрації економічної ефективності, містять референтні номінації на позначення складників домену ЕКОНОМІКА, які у структурі речення корелюють з підметом або додатком (на пропозиціональному рівні – експерієнцером бенефактивного процесу/стану або об'єктом бенефактивної дії). У реченні імплікується, що джерелом цього бенефактивного стану/процесу/дії є Д. Трамп і його команда. Зареєстровані і речення-висловлення, співвідносні з пропозиціями, в яких суб'єкт бенефактивної дії експліцитно співвідноситься з Д. Трампом і його командою.

Окрім того, речення-висловлення, які реалізують субстратегію демонстрації економічної ефективності, містять *кваліфікаційні* (емотивно)-оцінні *номінації*, які виражають позитивну телеологічну оцінку стану речей в економіці США: а) прикметники (*good, record, tremendous, hot, great, strong*); б) дієслова / дієслівні словосполучення (*pour, boom*); в) прислівники (*dramatically, quickly*).

Дискурсивна субстратегія демонстрації ефективності втілюється різноманітними поєднаннями раціональних і емотивно-сугестивних риторичних технік – декларування, доведення, роз'яснення, спонування із емотивним зараженням і навіюванням.

А. Риторичні техніки декларування / емотивного зараження реалізуються **стверджувальними / заперечними декларативно-оцінними** реченнями-висловленнями, які втілюють інтенцію **декларування позитивної (телеологічної) оцінки**:

А.1. У складі таких речень-висловлень кваліфікаційні (емотивно)-оцінні **прикметники** вживаються у функції:

А.1.1. Означення номінації, яка позначає сутність, що належить до домену ЕКОНОМІКА: [Adj+ N (+ Prep + N)]. У свою чергу, ці означення входять в іншу структурно-функціональну частину речення:

А.1.1.1. Підмета: *Tremendous amounts of money pouring into the United States* [Trump, status/1161679474578079745]; *Great progress being made in our Trade Negotiations with Japan* [Trump, status/1132506435848495104];

А.1.1.2. Додатку: *We have the best economy anywhere in the world, with GREAT & UNLIMITED potential looking into the future!* [Trump, status/1145127125512536065].

Зареєстровано вживання метонімії НАЙКРАЩА ЕКОНОМІКА замість ТРАМПА, яка закорінена на відношенні КОНТРОЛЬОВАНИЙ замість ТОГО, ЩО КОНТРОЛЮЄ [269, с. 58]:

I believe it will be Crazy Bernie Sanders vs. Sleepy Joe Biden as the two finalists to run against maybe the best Economy in the history of our Country (and MANY other great things)! [Trump, status/1118324360383746050].

А.1.1.3. Обставини: *Manufacturing growing at the fastest pace in almost two decades!* [Trump, status/969374909209239552].

А.1.2. Іншою функцією прикметників у складі стверджувальних декларативно-оцінних речень є функція предикатива іменного складеного присудку, який втілюється такими структурно-семантичними моделями:

А.1.2.1. [to be + (Adv) Adj]: *American business is hot again!* [Trump, status/952166643202916352]; *Unlike others, our economy is strong!* [Trump, status/1161754440950603782]; *The unemployment numbers are looking great...* [Trump, status/96577538259831193];

А.1.2.2. [to be + (Adv) Adj + than], де than вводить підрядне обставини: *Our economy is better than it has been in many decades* [Trump, status/957603804383465472].

А.2. На відміну від прикметників, **дієслова / дієслівні словосполучення / фразеологізми**, переважно не володіють внутрішньо притаманними їм позитивними конотаціями телеологічної оцінки (хоча є й такі: *to boom*, *to rage*), проте набувають їх у контексті речень-висловлень, які описують позитивні зрушення в економіці США. Як правило, вони вживаються у функції простого / складеного дієслівного (модального) присудку. Підмет та/або додаток таких речень співвідносяться з сутностями домену ЕКОНОМІКА США. Наприклад:

Jobs are coming back to America. Chrysler is coming back to the USA, from Mexico and many others will follow. Tax cut money to employees is pouring into our economy with many more companies announcing [Trump, status/952166643202916352];

Jobs are kicking in and companies are coming back to the U.S. [Trump, status/947236393184628741];

Our Economy and Jobs Market is BOOMING, the best in the World and in our Country's history - and we have just started! [Trump, status/1130200090583478274];

The Economy is raging, at an all time high, and is set to get even better [Trump, status/973536164044034048].

Іншим варіантом є речення-висловлення, підмет яких співвідноситься з Д. Трампом або представниками його команди:

The Republican House members are working hard (and late) toward the Massive Tax Cuts that they know you deserve [Trump, status/9255334335977758733].

А.3. **Прислівники** вживаються у функції обставин, що інтенсифікують позитивні результати економічної діяльності Д. Трампа:

Unnecessary regulations and high taxes are being dramatically Cut, and it will only get better [Trump, status/947236393184628741];

The U.S. is acting swiftly on Intellectual Property theft [Trump, status/971409845453762560].

Декларування економічної ефективності Д. Трампа укупі з емотивним зарядженням і **сугестивним навіюванням** досягається також за допомогою повтору у номінативному окличному висловленні-лозунгу номінації, яка

позначає ключову сутність економічної політики – робочі місця: *JOBS, JOBS, JOBS* [Trump, status/965775382598311937].

Б. Риторична техніка доведення. У доведенні економічної ефективності антецедентні пропозиції, як правило, співвідносяться із **стверджувальними розповідними** реченнями-висловленнями, які містять факти про позитивні зрушення в економіці США. Такі речення-висловлення переважно втілюють інтенцію **констатування**. Консеквентні пропозиції співвідносяться з невербалізованою позитивною телеологічною оцінкою Д. Трампа, яка впливає з оприлюднення цих фактів.

У наступному прикладі актуалізоване речення, співвідносне із антецедентною пропозицією, втілює прагматичну інтенцію констатування, так як надає факти про здобутки в економіці США (доведення за допомогою апеляції до статистичних даних [68, с. 117]):

Unemployment is down to 4.1%, lowest in 17 years. 1.5 million new jobs created since I took office. Highest stock Market ever, up \$5.4 trill [Trump, status/926789876556500992].

Цей твіт представлений двома простими розповідними реченнями та одним складнопідрядним розповідним реченням із підрядним обставини (часу). У твіті вербалізуються антецедентні пропозиції: [Рівень безробіття знизився до 4,1% і є найнижчим за останні 17 років] [створено 1,5 мільйона нових робочих місць] [фондовий ринок вище 5,4 трлн доларів]. У такий спосіб імплікується консеквентна пропозиція, співвідносна з інференцією, яку мають зробити реципієнти [Д. Трамп є ефективним].

У наступному прикладі актуалізоване речення, співвідносне із антецедентною пропозицією, теж втілює прагматичну інтенцію констатування, так як надає факти, на підставі яких Д. Трампа можна кваліфікувати як ефективного менеджера:

I've helped pass and signed 38 Legislative Bills, mostly with no Democratic support, and gotten rid of massive amounts of regulations [Trump, status/878200921980891136].

У цьому твіті доведення реалізується за допомогою простого поширеного речення, яке зводиться до антецедентної пропозиції. Консеквентна пропозиція імплікується. Відповідно, твіт направлений на формування інференції [Оскільки Д. Трамп допоміг прийняти / підписав 38 законопроектів / позбувся багатьох нормативно-правових актів [Д. Трамп є ефективним]].

У твітах такого типу доведення подекуди переплітається із **емотивним зараженням**. Наприклад:

Dow just hit 27,000 for first time EVER! [Trump, status/1149330559379890176].

Емотивне зараження втілюється емоційно навантаженим дієсловом *hit* (досягати) та капіталізованим прислівником *ever* (будь-коли). Антецедента пропозиція є вербалізованою, а консеквентна імплікується: [Оскільки індекс Доу-Джонса вперше сягнув 27 тисяч [Д. Трамп є ефективним]].

В. Риторична техніка роз'яснення втілюється у твітах, де Д. Трамп надає інформацію про проблему в економіці США і спосіб її подолання (як правило, дуже простий), тим самим імплікуючи власну компетентність, а отже і ефективність. Ця риторична техніка взаємодіє із **спонуканням** і **декларуванням**. Наприклад:

When a country is losing many billions of dollars on trade with virtually every country it does business with, trade wars are good, and easy to win. Example, when we are down \$100 billion with a certain country and they get cute, don't trade anymore-we win big. It's easy! [Trump, status/969525362580484098].

У цьому твіті Д. Трамп говорить про те, що США втрачає мільярди доларів у торгівлі майже із всіма країнами і, що у таких торгівельних війнах легко перемогти. Д. Трамп роз'яснює, що коли США має 100 мільярдів негативного торгівельного балансу із певною країною, простим способом вирішення цієї проблеми є припинення торгівлі. Роз'яснення взаємодіє із спонуканням (*don't trade anymore*) та декларуванням (*it's easy*). Таке просте рішення проблеми негативного торгівельного балансу спрямовує електорат (загалом недосвідчений у проблемах економіки) на інференцію [Д. Трамп є ефективним].

Г. Риторична техніка спонукання / емотивного зараження взаємодіє із доведенням:

Stock Market hits RECORD HIGH. Spend your money well! [Trump, status/1191350738536083459].

Доведення зводиться до двох пропозицій, пов'язаних каузальним зв'язком [Оскільки фондовий ринок досягнув рекордно високого рівня [Д. Трамп є ефективний]]. За допомогою імперативу Д. Трамп закликає свій електорат добре витратити свої гроші, тим самим імплікуючи думку про те, що саме Д. Трамп є відповідальним за достаток кожного американця. Емотивне зараження реалізується метафорично вжитим дієсловом *to hit* і загальною окличною формою висловлення.

У наступному твіті спонукання також поєднується із доведенням й емотивним зараженням:

Wow! The U.S. added 250,000 Jobs in October - and this was despite the hurricanes. Unemployment at 3.7%. Wages UP! These are incredible numbers. Keep it going, Vote Republican! [Trump, status/1058354748578033664].

Твіт має вербалізовані антецедентні пропозиції: [США додали 250 000 робочих місць у жовтні] [Рівень безробіття 3,7%] [Заробітна плата зростає]. У такий спосіб імплікується інференція [Оскільки Д. Трамп є ефективним [Підтримайте позитивні зміни / голосуйте за республіканців]].

Риторична стратегія спонукання може взаємодіяти із **роз'ясненням**, втілюючи інтенцію **поради**:

Such an easy way to avoid Tariffs? Make or produce your goods and products in the good old USA. It's very simple! [Trump, status/1127210559059972099].

У цьому прикладі імператив поєднується із роз'ясненням щодо того, як бізнесу уникнути мита. За допомогою імперативу Д. Трамп надає пораду, як скоротити витрати – виробляти товари у США і тим самим імплікує інференцію [Д. Трамп є ефективним].

3.1.3 Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації сили: комунікативна роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР. Результати аналізу твітів Д. Трампа надають підстави для виокремлення у структурі іміджу Д. Трампа ролі ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР – 4 % (див. таблицю Б.1 у Додатку Б). Ця роль переважно втілюється ініціальними твітами, які не мають ритуалізованого формату (див. таблицю Б.1 у Додатку Б).

Аналіз дефініцій лексеми *leader* (див. таблицю Б.2 у Додатку Б) сприяє виявленню ознак відповідного концепту: 1) людина, яка очолює групу, організацію, країну; 2) людина, яка керує, направляє і надихає інших.

Жорсткість політичного лідера проявляється, насамперед, у сфері зовнішньої політики, по відношенню до країн, лідери яких проводять політику, яка суперечить інтересам США і відтак потрапляють у стереотипну категорію ЧУЖІ (ЧУЖІ КРАЇНИ), що протистоїть категорії СВОЇ (СВОЯ КРАЇНА). З точки зору соціокультурних етичних цінностей маскулінного західного суспільства ([259, с. 180]), політичний лідер може отримати позитивну телеологічну оцінку, лише якщо він діятиме по відношенню до ЧУЖИХ з позиції сили. **Соціально-комунікативний намір демонстрації сили** втілюється у відповідній субстратегії твітінгу Д. Трампа.

Речення-висловлення, які реалізують субстратегію демонстрації сили, містять *референційні номінації*, які репрезентують сутності домену ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА США (*foreign policy*), включно з її суб'єктами – СВОЇМИ (*CIA and other Agencies*) і ЧУЖИМИ (*Russia President, Putin, ISIS territory in Syria, the President of Honduras, North Korea, Iran*). У структурі речення СВОЇ суб'єкти корелюють з підметом (на пропозиціональному рівні – з суб'єктом жорсткої дії), а ЧУЖІ суб'єкти – додатком (пацієнсом дії).

Кваліфікаційні номінації виражають позитивну телеологічну оцінку силових дій Д. Трампа (прикметники типу *strict, tough, powerful, strong*), називають такі дії (дієслова типу *press, control*) кваліфікують такі дії як сильні/жорсткі (прислівники типу *strongly*).

Ця дискурсивна субстратегія втілюється риторичними техніками декларування/емотивного зараження, доведення, оповіді і спонування.

А. Риторична техніка декларування / емотивного зараження реалізується **стверджувальними / заперечними декларативно-оцінними** реченнями-висловленнями, які втілюють прагматичну інтенцію **декларування позитивної телеологічної оцінки** демонстрації сили.

А.1. У складі таких речень-висловлень кваліфікаційні **прикметники** вживаються у функції:

А.1.1. Означення номінації, яка позначає сутність, що належить до домену **ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА** ([Adj / N / PH + N). У свою чергу, ці означення входять в іншу структурно-функціональну частину речення:

А.1.1.1. Додатку – переважно прямого: *The U.S. now has a very strong and powerful foreign policy, much different than proceeding administrations* [Trump, status/1195356211937468417];

А.1.1.2. Обставини: *After strict consultation with General Kelly, the CIA and other Agencies, I will be releasing ALL #JFKFiles other than the names and addresses of any mentioned person who is still living* [Trump, status/924382514613030912];

А.1.2. Предикатива іменного складеного присудку [to be + (Adv) Adj + Prep + N]:

I have been FAR tougher on Russia than Obama, Bush or Clinton. Maybe tougher than any other President [Trump, status/1084074865496334336].

А.2. Дієслова / дієслівні словосполучення / фразеологізми, які описують дії Д. Трампа як такі, що виражають демонстрацію сили, як правило, вживаються у функції простого / складеного дієслівного (модального) присудку. Підмет таких речень співвідноситься з суб'єктом дії [S + P (V)] – Д. Трампом або США на чолі із Д. Трампом, а додаток – із об'єктом дії, опонентами Д. Трампа:

I strongly pressed President Putin twice about Russian meddling in our election. He vehemently denied it [Trump, status/884012097805406208].

Окрім виголошення позитивної телеологічної оцінки власних дій, декларативні речення-висловлення також реалізують інтенцію **декларування обіцянки**:

The U.S. will soon control 100% of ISIS territory in Syria [Trump, status/1094724816941260802].

Наступний приклад ілюструє вживання метафоризованого фразеологізму, який втілює інтенцію **декларування погрози**:

Iran is playing with fire - they don't appreciate how "kind" President Obama was to them. Not me! [Trump, status/827478751931924480].

Фразеологізм *play with fire* вживається на позначення ризикованих або небезпечних дій (*to do something risky or dangerous* [369]; *take foolish risks* [367]). Вживаючи його, Д. Трамп імплікує, що він є небезпечним для Ірану.

А.3. Прислівники типу *strongly* вживаються у функції обставин і мають семантику демонстрації сили з боку Д. Трампа як представника США (суб'єкт дії Д. Трамп, об'єкт дії – політичні опоненти):

The United States has strongly informed the President of Honduras that if the large Caravan of people heading to the U.S. is not stopped and brought back to Honduras, no more money or aid will be given to Honduras, effective immediately! [Trump, status/1052183647552491521].

Б. Риторична техніка доведення. Як правило, антецедентні пропозиції є співвідносними із **стверджувальними / заперечними розповідними** реченнями-висловленнями, які містять факти про політичні наслідки сильної позиції Д. Трампа, а консеквентні – з неverbалізованою позитивною телеологічною оцінкою Д. Трампа [Д. Трамп є сильним лідером], яка впливає з оприлюднення цих фактів. Як правило, актуалізоване речення, співвідносне із антецедентною пропозицією, реалізує прагматичну інтенцію **констатування** так як надає факти про результати демонстрації сили Д. Трампом. Наприклад:

North Korea has not conducted a Missile Test since November 28, 2017 and has promised not to do so through our meetings. I believe they will honor that commitment! [Trump, status/972542173030879233].

Фрагмент твіту, який втілює доведення, представлений простим заперечним розповідним реченням, що формує антецедентну пропозицію, у той час як консеквентна пропозиція імплікується: [Оскільки Північна Корея не проводила випробувань ракет з 28 листопада 2017 року / обіцяла не робити цього [Д. Трамп є сильний лідер]].

Since taking office I have been very strict on Commercial Aviation. Good news – it was just reported that there were Zero deaths in 2017, the best and safest year on record! [Trump, status/948195478428102657].

Цей твіт подано простим розповідним поширеним реченням і складнопідрядним реченням із підрядним додатку. Він зводиться до двох пропозицій, пов'язаних каузальним зв'язком [Оскільки у 2017 році було зареєстровано нульовий рівень смертності [Д. Трамп був суворим по відношенню до комерційної авіації]]. Це сприяє виведенню інференції [Д. Трамп є сильний/жорсткий лідер].

У межах цієї субстратегії доведення втілюється і **риторично-запитальними** реченнями-висловленнями. Наприклад:

With all of the failed “experts” weighing in, does anybody really believe that talks and dialogue would be going on between North and South Korea right now if I wasn’t firm, strong and willing to commit our total “might” against the North. Fools, but talks are a good thing! [Trump, status/948879774277128197].

Структурно цей твіт становить складнопідрядне речення із підрядними додатку та умови. На пропозиціональному рівні він зводиться до двох каузально пов'язаних пропозицій [Оскільки Північна і Південна Корея проводять переговори [Д. Трамп є незламним, сильним /бажаючим застосувати американську силу проти Північної Кореї]].

В. Риторична техніка оповіді теж застосовується задля демонстрації сили або домінуючого статусу Д. Трампа. Наприклад:

Iran wanted me to lift the sanctions imposed on them in order to meet. I said, of course, NO! [Trump, status/1177574382056693760].

Стисла оповідь про те, що Іран хотів скасування накладених на них санкцій заради зустрічі, а Д. Трамп відмовив, імплікує інференцію [Д. Трамп є жорстким лідером].

Г. Риторична техніка спонукання втілюється **спонукальними** реченнями-висловленнями як із позитивною, так і негативною формою імперативу. У структурі твітів спонукання сполучається із **декларуванням зобов'язання і доведенням**. Наприклад:

Radical Islamic Terrorism must be stopped by whatever means necessary! The courts must give us back our protective rights. Have to be tough! [Trump, status/898531481185689600].

Перше речення-висловлення втілює інтенцію декларування зобов'язання зупинити тероризм будь-якими засобами. У другому реченні-висловленні Д. Трамп використовує позитивну форму імперативу модального дієслова *have to* для спонукання електорату зайняти жорстку позицію по відношенню до радикального ісламського тероризму.

У наступному прикладі Д. Трамп вживає заперечну форму імперативу поряд із позитивною формою:

Horrible and cowardly terrorist attack on innocent and defenseless worshipers in Egypt. The world cannot tolerate terrorism, we must defeat them militarily and discredit the extremist ideology that forms the basis of their existence! [Trump, status/934080974773776384].

У цьому твіті спонукальне речення-висловлення містить модальний дієслівний присудок з дієсловом *can*, що констатує неможливість миритися із тероризмом, і дієсловом *must*, що спонукає електорат на чолі із Д. Трампом завдати тероризму воєнної поразки й дискредитувати екстремістську ідеологію. У структурі твіту спонукання є частиною доведення. Цей твіт спрямований на формування інференцій [Оскільки відбувся терористичний напад на віруючих у Єгипті [світ не може миритися із тероризмом]], [ми повинні завдати тероризму воєнної поразки / дискредитувати екстремістську ідеологію]. У антецедентну пропозицію доведення вкраплюється емотивне зараження, втілене

прикметниками-епітетами: *horrible/cowardly terrorist attack, innocent/defenseless worshipers*.

У наступному прикладі спонування поєднується із **інформуванням, роз'ясненням, емотивним зараженням** і втілює інтенцію **декларування погрози**:

Iran has just issued a New Warning. Rouhani says that they will Enrich Uranium to “any amount we want” if there is no new Nuclear Deal. Be careful with the threats, Iran. They can come back to bite you like nobody has been bitten before! [Trump, status/1146517318509481984].

Д. Трамп інформує користувачів твітеру про те, що Іран випустив нове попередження і далі роз'яснює його сутність: Рухані говорить, що вони будуть збагачувати будь-яку кількість урану, якщо не буде нової ядерної угоди. Д. Трамп спонукає Іран бути обережними із погрозами і використовує метафору **ПОГРОЗИ** є **ЗМІЯМИ/КОМАХАМИ, ЯКІ КУСАЮТЬ ТОГО, ЩО ПОГРОЖУЮЄ** (*come back to bite you like nobody has been bitten before*), яка слугує емотивному зараженню разом з окличною формою висловлення.

3.1.4 Мономодальна дискурсивна субстратегія фамільяризації: комунікативна роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ (англ. *buddy*). Ця роль втілюється ініціальними твітами, більшість з яких не мають ритуалізованого формату – 6 %, хоча й імітують офіційні повідомлення. Проте дуже рідко мають місце і ритуалізовані твіти, як наприклад, поздоровлення (див. таблицю Б.1 у Додатку Б).

Проаналізувавши дефініції лексем *buddy* і *friend* (друга є одним із ідентифікаторів першої), доходимо висновку, що добрий знайомий є людиною, яка: не є членом твоєї сім'ї, проте є близькою (ти добре її знаєш, вона тобі подобається, у вас спільні інтереси, тобі подобається проводити з нею час, спілкуватися) (див. таблицю Б.2 у Додатку Б).

Вибір терміну «фамільяризація» на позначення цієї субстратегії зумовлено тим, що відповідний англійський термін має значення «добре ознайомитися з

чимось» [363]), а архаїчним його значенням є «встановити з кимось дружні стосунки» [363].

Субстратегія фамільяризації будується на соціально-групових цінностях: цінностях належності до однієї і тієї самої соціальної групи (див. [259, с. 16]). Президент прагне донести до свого народу, що він є одним із них і поділяє їх прагнення і проблеми. В основі субстратегії фамільяризації лежить **соціально-комунікативний намір фамільяризації**, тобто встановлення дружніх відносин між Д. Трампом та електоратом (див. також «тактика фаміліаризації» [156], «тактика інтимізації» [141, с. 234; 186, с. 71]).

Субстратегія фамільяризації втілюється реченнями-висловленнями, у яких мовець повідомляє реципієнтів про ту чи іншу подію, як правило, із власного життя, проте не у ритуалізованому жанрі офіційного повідомлення, а у жанрі дружньої бесіди. Присудки (прості/складені дієслівні (модальні)) таких речень-висловлень виражені дієсловами на позначення буденних дій (*arrive, leave, head, go, meet, to be with, speak, discuss, watch*), а підмети – займенником *I*, який відсилає до Д. Трампа, або власними іменами членів його сім'ї [S + P (V)]. Відтак, *референтні номінації* цієї ролі позначають концепти домену ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ або концепти сутностей, що стають темою розмови між добрими знайомими (*weather, books, wedding anniversary*), а *кваліфікаційні номінації* – дії/події домену ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ.

Ця дискурсивна субстратегія реалізується раціональними й емотивно-сугестивними риторичними техніками інформування, декларування/емотивного зараження, оповіді, опису і спонування.

А. Риторична техніка інформування втілюється **розповідними реченнями-висловленнями**, які реалізують прагматичну **інтенцію інформування**:

I am leaving China for #APEC2017 in Vietnam. @FLOTUS Melania is staying behind to see the zoo, and of course, the Great WALL of China before going to Alaska to greet our AMAZING troops [Trump, status/928793643367960576].

У багатьох випадках підмет таких речень редукується:

Heading to see the BORDER WALL prototypes in California! [Trump, status/973568677189595136];

Will be leaving Florida for Washington (D.C.) today at 4:00 P.M. [Trump, status/947824196909961216].

Інформування поєднується з **декларуванням оцінки і емотивним зараженням**, яке досягається за рахунок вживання емотивно-оцінних прикметників типу *terrific, exciting, great, good*:

Terrific new book out by the wonderful Harris Faulkner, “9 Rules of Engagement” [Trump, status/1003998873004773376].

Spoke with French President @EmmanuelMacron this morning. Discussed many topics including the very *exciting* upcoming visit to Paris where @FLOTUS Melania and I will attend the Armistice Day Centennial Commemoration! [Trump, status/1055529948046331904];

Visited a *great* family of a young man under major surgery at the amazing Walter Reed Medical Center. Those are truly some of the best doctors anywhere in the world. Also began phase one of my yearly physical. Everything very *good* (*great!*). Will complete next year [Trump, status/1195931893998456832].

Зокрема, в останньому твіті Д. Трамп інформує про нещодавні події: президент відвідав сім'ю молодого чоловіка, якому зробили серйозну операцію в медичному центрі Уолтера Ріда та розпочав першу фазу щорічного медичного огляду. У інформування вкраплюється опис й декларування оцінки / емотивне зараження (*some of the best doctors anywhere in the world, Everything very good (great!)*). Такий виклад інформації створює ілюзію близькості і занурення у життя президента.

Б. Риторична техніка опису реалізується **розповідними реченнями-висловленнями**. Техніка опису взаємодіє з **інформуванням**:

Had a beautiful dinner last night at Camp David in celebration of the 10th Wedding Anniversary of Ivanka and Jared. Attended by a small number of family and friends, it could not have been nicer. Camp David is a special place. Cost of the event will be totally paid for by me! [Trump, status/1188052969813614592].

У цьому твіті Д. Трамп інформує про те, що відбулася сімейна вечерея з нагоди річниці одруження його доньки Іванки та її чоловіка і описує цю подію як свято у сімейному колі, як би звертаючись до своїх добрих знайомих, тим самим імплікуючи те, що він є таким самим, як і звичайні американці.

В. Риторична техніка оповіді застосовується для стислої розповіді про події з життя Д. Трампа, для чого конструюються **розповідні речення**, які подекуди включають пряме або непряме мовлення. Риторична техніка оповіді поєднується з **інформуванням** та **декларуванням/емотивним зараженням**:

Going to play golf right now with @AbeShinzo. Japan loves the game. Tremendous fans of @JackNicklaus, @TigerWoods, and @PhilMickelson — I said what about @GaryPlayer, they said we love Gary too! [Trump, status/1132444714047664129].

Зокрема, у цьому твіті, інформування про плани пограти у гольф та любов японців до цієї гри поєднується з декларуванням схвальної оцінки уболівальників, за участі емотивного зараження, втілюваного пустим емотивно-оцінним прикметником *tremendous*, і короткою оповіддю про спілкування з ними.

Г. Риторична техніка спонування реалізується **стверджувальними/окличними спонукальними реченнями-висловленнями**, які втілюють прагматичні інтенції власне **спонування, побажання й поради**. У структурі твіту спонування поєднуються з **описом, інформуванням і декларуванням**.

Joe Ricketts, one of our Country's most successful businessmen, including being the owner of the Chicago Cubs, has just written a great new book, THE HARDER YOU WORK, THE LUCKIER YOU GET. So true! Much can be learned from Joe. Go get the book! [Trump, status/1196108650584125441].

У цьому твіті Д. Трамп інформує про появу книги відомого бізнесмена й спонукає електорат прочитати книгу. Разом з тим, він вдається до декларування схвальної оцінки книги.

У поданому нижче твіті спонукання реалізується як **побажання й порада** та поєднується з **описом й інформуванням**:

Hurricane Irma is of epic proportion, perhaps bigger than we have ever seen. Be safe and get out of its way, if possible. Federal G is ready! [Trump, status/906133573400481792].

Описуючи велику міць урагану Ірма, Д. Трамп, ніби старий друг, звертається до кожного читача твітеру, бажає йому врятуватися і радить у разі можливості зійти зі шляху урагану. Окрім того, Д. Трамп інформує про готовність до рішучих дій.

У наступному твіті спонукання є імпліцитним і передається за допомогою конвенціональної формули прощання на короткий час. Імпліцитне спонукання взаємодіє з **описом**:

Weather looking good, clearing rapidly and temperatures going down fast. See you in 45 minutes, 6:30 to 7:00 P.M. at Lincoln Memorial! [Trump, status/1146900759906279424].

Після опису погоди, Д. Трамп звертається до кожного читача твітера, домовляючись з ними зустрітися через 45 хвилин і тим самим спонукає їх взяти участь у заході, що має відбутися на меморіалі Лінкольна, створюючи ілюзію дружнього запрошення до зустрічі.

Д. Риторична техніка емотивного зараження, окрім описаних випадків, що мають місце у серйозній тональності комунікації, реалізується за допомогою жартівливих твітів з переходом на **гумористичну тональність**. Гумористична тональність спілкування пов'язана із прагненням «скоротити дистанцію й критично переосмислити у м'якій формі актуальні концепти» [там само, с. 252], і тому слугує фамільяризації із адресатом.

Результати аналізу дозволяють виділити жартівливі твіти, побудовані на: 1) невідповідності лінгвальним нормам і 2) невідповідності позалінгвальним нормам (онтологічним, (лінво)етологічним).

Порушення **лінгвальних норм** ілюструємо таким твітом:

Who can figure out the true meaning of “covfefe”??? [Trump, status/869858333477523458].

Д. Трамп вдається до жарту, запитує інтернет-спільноту, чи знають вони, що означає неіснуюче слово *covfefe*, яке виникло унаслідок друкарської помилки у незакінченому твіті Д. Трампа *Despite the constant negative press covfefe* [250]. Незважаючи на те, що президент швидко видалив свій незакінчений твіт, представники інтернет-спільноти його помітили та почали обговорювати. Д. Трамп з метою розрядження обстановки публікує твіт, у якому порушує лінгвальні норми, що і створює гумористичний стимул.

Порушення **лінгвостологічних норм** є джерелом гумористичного стимулу у наступному твіті, який репрезентує мовлення Д. Трампа, що суперечить стереотипними уявленнями про мовленнєву поведінку президента:

Why would Kim Jong-un insult me by calling me “old,” when I would NEVER call him “short and fat?” Oh well, I try so hard to be his friend – and maybe someday that will happen! [Trump, status/929511061954297857].

Порушення **онтологічних норм** ілюструємо твітом, у якому Д. Трамп стверджує, що у Голівуді не залишилося зірок, окрім нього. У цьому твіті інконгруентність полягає у несумісності якостей ПРЕЗИДЕНТА та ЗІРКИ (представника шоу-бізнесу):

Lowest rated Oscars in HISTORY. Problem is, we don’t have Stars anymore - except your President (just kidding, of course)! [Trump, status/971013841395027968].

Окрім проаналізованих вище неритуалізованих твітів, субстратегія фамільяризації також реалізується ритуалізованими твітами (наприклад, *Happy 7th birthday to Tristan, a very special member of the Trump family!* [Trump, status/1047137342924959744]), які втілюють прагматичну інтенцію **привітання**:

3.1.5 Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації популярності: комунікативна роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР. Результати аналізу твітів Д. Трампа надають підстави для виокремлення у структурі іміджу Д. Трампа ролі ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР – 1 %

(див. таблицю Б.1 у Додатку Б). Ця роль втілюється ініціальними неритуалізованими твітами.

Дефінітивний аналіз лексеми *popular* дозволяє дійти висновку, що вона вживається для характеристики людини, яка є об'єктом любові і захоплення багатьох інших людей (див. [367]). Конструювання ролі ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР здійснюється з опорою на соціокультурні етичні цінності маскулінного західного суспільства, де акцентується змагальність і перебування у центрі уваги (див. [259, с. 155, 165]),

Соціально-комунікативний намір демонстрації популярності втілюється реченнями-висловленнями, підмети яких виражені *референтними номінаціями*, що позначають прихильників Д. Трампа, позначаючи велику їх кількість, або результати їх дій у підтримку Д. Трампа (*crowd, thousands, massive response, approval*). Ці номінації відсилають до сутностей домену ПОПУЛЯРНІСТЬ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА.

Дискурсивна субстратегія демонстрації популярності втілюється поєднанням раціональних і емотивно-сугестивних риторичних технік – декларування /емотивного зараження, доведення і спонування.

А. Риторична техніка декларування/емотивного зараження реалізується **стверджувальними декларативно-оцінними** реченнями-висловленнями, змістом яких є виголошення підтримки Д. Трампа з боку електорату:

Biggest crowd EVER, according to Arena people. Thousands outside trying to get in [Trump, status/1162562469283471360];

Will be in Minnesota on Thursday night. Massive response, crowd and enthusiasm (actually, all over the Country) will be beyond belief! Same thing in Louisiana on Friday. Big and Bold USA! [Trump, status/1180939171755630599].

Б. Риторична техніка доведення. Антецедентні пропозиції доведення популярності Д. Трампа співвідносні із реченнями-висловленнями, які містять факти про схвалення Д. Трампа електоратом, а консеквентні – як правило, з

невербалізованою телеологічної позитивною оцінкою Д. Трампа [Д. Трамп є популярним], яка впливає з оприлюднення цих фактів. Наприклад:

94% Approval Rating in the Republican Party, an all time high. Ronald Reagan was 87% [Trump, status/1150153250806685697].

Структурно фрагмент, у якому втілюється доведення, подано одним простим розповідним поширенням і одним простим непоширеним реченнями. Твіт вербалізує дві антецедентні пропозиції, в той час як консеквентна пропозиція імплікується [[Оскільки рейтинг схвалення Д. Трампа в республіканській партії становить 94 % / рейтинг Рональда Рейгана був 87% [Д. Трамп – популярний президент]]. Варто зазначити, що Д. Трамп використовує риторичний прийом апеляції до авторитету [184, с. 52], говорячи про те, що його рейтинг вищий за рейтинг Рональда Рейгана – найпопулярнішого президента США (за даними [364]).

У такий же спосіб Д. Трамп доводить свою популярність серед таких груп населення як ветерани, латиноамериканці, афроамериканці. Наприклад:

Veterans on President Trump's handling of Border Security – 62% Approval Rating. On being a strong leader – 59%. AP Poll [Trump, status/1079398853684707328];

Marist/NPR/PBS Poll shows President Trump's approval rating among Latinos going to 50%, an increase in one year of 19% [Trump, status/1087702686936510465];

New Fox Poll shows a “40% Approval Rating by African Americans for President Trump, a record for Republicans” [Trump, status/1059101889898430464].

В. Риторична техніка спонукання реалізується позитивною формою імперативу і взаємодіє із доведенням і емотивним зараженням, оскільки пов'язана з переходом у гумористичну тональність:

Wow, highest Poll Numbers in the history of the Republican Party. That includes Honest Abe Lincoln and Ronald Reagan. There must be something wrong, please recheck that poll! [Trump, status/1023534604148518912].

Наводячи дані про те, що за результатами опитування Д. Трамп є найпопулярнішим президентом (навіть більш популярним, ніж Лінкольн і

Рейган), Д. Трамп доводить свою популярність. Разом з тим, він жартома спонукає користувачів Твітеру перевірити дані опитування, натякаючи на нападки у пресі. Гумористичний стимул створюється неочікуваною заявою Д. Трампа про те, що такі високі рейтинги є підозрілими (*There must be something wrong*), що суперечить онтологічним нормам: зазвичай президент не висловлює недовіру власним високим рейтингам.

3.1.6 Моноmodalьна дискурсивна субстратегія демонстрації віри: комунікативна роль ВІРУЮЧИЙ. Результати аналізу твітів Д. Трампа надають підстави для висновку, що однією із ролей його іміджу є роль ВІРУЮЧИЙ – 4 % (див. таблицю Б.1 у Додатку Б). Ця роль переважно втілюється ініціальними твітами, більшість з яких ритуалізовані – 3 %, хоча в межах цієї ролі зареєстровано і відносно невелику кількість неритуалізованих твітів – 1% (див. таблицю Б.2 у Додатку Б).

Дефінітивний аналіз лексеми *believer* характеризує віруючого як людину, яка має релігійну віру (див. таблицю Б.2 у Додатку Б). Відтак, конструювання ролі ВІРУЮЧИЙ спирається на апеляцію до такої етичної цінності, як ВІРА В БОГА, яка є абсолютною цінністю для віруючої людини.

Соціально-комунікативний намір демонстрації віри реалізується реченнями-висловлення, які містять *референтні номінації*, що позначають Д. Трампа і представників його партії (*we, our*) і *кваліфікаційні номінації* (*pray, trust, bless, belief, creator, God, Jesus Christ, faith, prayer, Passover, Hanukkah, Easter*), які відсилають до сутностей домену ВІРА.

Ця дискурсивна стратегія втілюється **риторичними техніками декларування / емотивного зараження** за допомогою **стверджувальних декларативних речень-висловлень**, які реалізують інтенцію **декларування віри**. У складі таких речень іменники та іменникові сполучення, які репрезентують номінативне поле домену ВІРА, позначають підмети або додатки, а дієслова – присудки:

Today we honor Billy Graham as only three private citizens before him have been honored. We say a prayer for our country: that all across this land, the Lord will raise up men and women like Billy Graham to spread a message of love and hope to every precious child of God [Trump, status/968924154031497226];

On this day of prayer, we once again place our hopes in the hands of our Creator. We give thanks for this wondrous land of liberty, & we pray that THIS nation – OUR home – these United States – will forever be strengthened by the Goodness and the Grace & the eternal GLORY OF GOD! [Trump, status/1124054742446092304].

All across this nation, we pray for our country and we THANK GOD for our United States Marines! Thank you. God Bless You. And God Bless America! [Trump, status/973719038982479872].

Декларування віри виражається і ритуалізованими твітами, які включають:

1)) **благословення:** *God bless the people of El Paso, Texas. God bless the people of Dayton, Ohio.* [Trump, status/1158099851248377856];

2) **привітання:** *HAPPY EASTER!* [Trump, status/980421275326865409];

3) **співчуття-завіряння:** *Our prayers are with those affected by the flooding in Japan* [Trump, status/1018113905716027393]; *My thoughts and prayers are with the two police officers, their families, and everybody at the @WestervillePD* [Trump, status/962435602296786944]; *My thoughts, condolences and prayers to the victims and families of the New York City terrorist attack. God and your country are with you!* [Trump, status/925497025386500096].

Модель ієрархії локальної дискурсивної стратегії руйнування іміджу політичного опонента змодельована на Рис. Б.4 у Додатку Б.

3.2 Мономодальна локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента

У твітінгу Д. Трампа локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента втілюється субстратегіями дискваліфікації і

дискредитації, які базуються на негативній оцінці різних компонентів іміджу опонента (48 % твітів Д. Трампа (таблиця Б.1, Додаток Б)).

3.2.1 Мономодальна дискурсивна субстратегія дискваліфікації.

Результати якісного та кількісного аналізу твітів Д. Трампа свідчать про те, що дискурсивна субстратегія дискваліфікації втілюється ініціальними, як правило, неритуалізованими твітами, які складають 23 % від загальної кількості твітів, що реалізують локальні стратегії руйнування іміджу політичних опонентів (див. таблицю Б.1 у Додатку Б).

Аналіз словникових дефініцій лексеми *disqualification* (дискваліфікація) та її дериватів виявив, що вони кваліфікують референта як такого, що є нездатним виконувати свої обов'язки (займати посаду, вести діяльність) через непридатність або проступок (див. таблицю Б.2 у Додатку Б).

У мовознавчих розвідках дискваліфікація досліджується як конфронтаційна тактика політичного дискурсу [29; 67; 156], основною інтенцією суб'єкта якої є «руйнування таких складових кваліфікативного іміджу опонента як його ділові, інтелектуальні та моральні якості» [29, с. 78]. Зазначається, що ця тактика реалізується за допомогою висловлень, які «містять негативну характеристику вказаних складових іміджу об'єкта агресії, а також різні повідомлення про вчинки суперника і події, пов'язані з його політичною діяльністю, очікуваним перлокутивним ефектом яких є переконання слухача в тому, що об'єкт агресії нездатний або негідний займатися політичною та державною діяльністю через відсутність необхідних ділових, інтелектуальних і моральних якостей» [там само, с. 78].

Відтак, можна стверджувати, що **соціально-комунікативним наміром** суб'єкта субстратегії дискваліфікації є **демонстрація негативної телеологічної оцінки** політичного опонента, об'єктом якої є його *ділові, професійні та інтелектуальні* якості. Негативна телеологічна оцінка цих якостей свідчить про невідповідність опонента еталону політика за телеологічними нормами, тобто

про його неспроможність привести країну до визначеної цілі – процвітання [113, с. 86–87].

У контексті твітінгу Д. Трампа негативна телеологічна оцінка опонента виявляється як **знецінення**: суб'єкт вважає, що об'єкт оцінки не відповідає еталону для відповідного класу об'єктів за певною ознакою і виражає це у мовленні; при цьому суб'єкт свідомо прагне применшити значущість об'єкта [49, с. 84]. Знецінення як правило, супроводжується почуттям-ставленням **зневаги**, тобто вираженням відсутності цінності об'єкта для суб'єкта і, відповідно, відсутності інтересу до об'єкта і прагнення уникнути контакту з ним [49, с. 77], а також прагнення вплинути на реципієнтів і активувати аналогічне негативне почуття-ставлення [51, с. 111].

Дискурсивна субстратегія дискваліфікації реалізується реченнями-висловленнями, у яких *референтні номінації* відсилають до опонентів Д. Трампа, а *кваліфікаційні* прикметники або їх функціональні субститути виражають негативну оцінку референта-політичного опонента (його рис, дій, результатів дій): власне телеологічну (*ineffective, fake, unqualified, incompetent unable; failure*) або інтелектуальну (*dumb as a rock*), нормативну (*crazy*), загальну (*terrible, bad*), які у контексті висловлення набувають телеологічної семантики. У той же час, кваліфікаційні дієслова описують дії опонента, що підпадають під негативну телеологічну оцінку. У деяких випадках такі номінації функціонують як образливі прізвиська політичних опонентів (наприклад, *Crazy Joe Biden*).

У структурі речення референтні номінації виконують функцію підмета або додатку, а дієслівні – присудку. На пропозиційному рівні вони, відповідно, співвідносяться в суб'єктом/об'єктом і предикатом пропозиції.

Дискурсивна субстратегія дискваліфікації втілюється поєднанням раціональних і емотивно-сугестивних риторичних технік – декларування / емотивного зараження, доведення і спонукання.

А. Риторична техніка декларування / емотивного зараження реалізується **декларативно-оцінними** (стверджувальними / заперечними /

риторично-запитальними) реченнями-висловленнями, які втілюють інтенцію **декларування негативної телеологічної оцінки**.

А.1. У складі **стверджувальних** декларативно-оцінних речень-висловлень кваліфікаційні **прикметники / іменники** вживаються у функції:

А.1.1. Означення референтних номінацій (переважно власних або загальних іменників), які позначають опонентів Д. Трампа ([Adj / N / PH + N]). У свою чергу, ці означення входять в іншу структурно-функціональну частину речення:

А.1.1.1. Підмета: *Crazy Joe Scarborough and dumb as a rock Mika are not bad people, but their low rated show is dominated by their NBC bosses* [Trump, status/881140479454310401].

Означення підмета може виражатися **метафоризованим** прикметником/іменником. Наприклад:

People like liddle Bob Corker have set the U.S. way back [Trump, status/922830229525225477].

Прикметник *liddle* відсилає до синдрому Ліддла (Liddle's syndrome), який спричиняє гіпертензію і може призводити до відставання у фізичному і психічному розвитку. Водночас, прикметник *liddle* співзвучний з прикметником *little* – *маленький* і використовується для характеристики росту політичного опонента Д. Трампа, сенатора Боба Коркера (як відомо, він маленького росту). В американській лінгвокультурі, як і в багатьох інших культурах світу, маленький розмір метафорично переосмислюється як *незначний / такий, що немає впливу / ваги*. Така кваліфікація впливає із системи маскулінних цінностей американського суспільства, де все велике вважається важливим і красивим, а все мале зневажається [259, с. 180]. Відтак, ця метафора наділяє референта такими характеристиками як **НЕПОВНОЦІННИЙ / НЕЗНАЧНИЙ**. Ці риси є несумісними із уявленнями про типового **ПОЛІТИКА**, який є **САМОДОСТАТНІМ / ВПЛИВОВИМ**. Усвідомлення цієї несумісності підводить реципієнтів до інференції, що Сенатор Боб Кокер нездатний бути ефективним політичним лідером.

Декларування негативної телеологічної оцінки поєднується із знецінюванням опонента, яке виявляється як акцентування уваги на тому, що він «не дотягує» до еталону за телеологічними нормами (натяк на інтелектуальну неповноцінність і незначущість). Знецінювання спрямоване на збудження у реципієнтів емоційного почуття-ставлення **зневаги** до референта.

У наступному прикладі негативна телеологічна оцінка теж виражена метафоризованим іменником у функції означення:

The Pelosi/Schumer Puppet Jones would vote against us 100% of the time [Trump, status/939149296389251072].

За допомогою метафори ляльки, втіленої іменником *puppet* у функції означення підмета *Jones*, який відсилає до сенатора-демократа Дага Джонса, Д. Трамп ставить під сумнів таку еталонну телеологічну властивість політичного опонента як самостійність. Метафора негативно кваліфікує опонента, бо базується на несумісності ознак ЛЯЛЬКИ, яка НЕ МОЖЕ РУХАТИСЯ САМОСТІЙНО / ЗАЛЕЖНА ВІД ЛЯЛЬКАРЯ та уявлення про типового КАНДИДАТА НА ПОСТ СЕНАТОРА. Ознака джерельного домену ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД ЛЯЛЬКАРЯ проектується на цільовий домен КАНДИДАТ НА ПОСТ СЕНАТОРА, що дозволяє реципієнтам зробити інференцію [КАНДИДАТ НА ПОСТ СЕНАТОРА ДЖОНС є начебто ЛЯЛЬКА]. Атрибут *Pelosi/Schumer* специфікує ознаку ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД ЛЯЛЬКАРЯ як залежність від політиків-демократів Ненсі Пелосі та Чака Шумера. Несумісність приписуваних Дагу Джонсу якостей із еталоном СЕНАТОРА підводить реципієнтів до інференції про те, що він нездатний виконувати обов'язки сенатора.

Хоча у переважній більшості випадків означення займають препозитивну позицію, зареєстровані приклади постпозитивних метафоризованих означень підмета:

The good news is that Andy Lack(y) is about to be fired(?) for incompetence, and much worse [Trump, status/1035120511259500544].

Д. Трамп додає літеру у в кінці прізвища голови каналу NBC News *Andy Lack(y)*. Завдяки цьому власне ім'я перетворюється на іменник *lackey* (*лакей*), що уподібнює цільовий домен метафори ЛАКЕЮ, який є ЗАЛЕЖНИМ ВІД ХАЗЯЇНА / ПРАГНУЧИМ ДОГОДИТИ, що є несумісним із еталоном КЕРІВНИКА КАНАЛУ ЗМІ. Ознака джерельного домену метафори ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД ХАЗЯЇНА / БАЖАННЯ ДОГОДИТИ проектується на цільовий домен, що дозволяє реципієнтам зробити інференцію [КЕРІВНИК КАНАЛУ ЗМІ ЕНДІ ЛЕК є начебто ЛАКЕЙ]. Логічним висновком, що витікає з такого стану справ, є те, що Енді Лек нездатний ефективно виконувати обов'язки голови каналу ЗМІ.

Образи, створені метафорою посилюють емотивність твітів, слугуючи емотивному зараженню й додаючи до знецінювання спрямованість на збудження у реципієнтів почуття-ставлення **зневаги** до референта.

A.1.1.2. Додатку: *Will be campaigning hard for an original supporter, Lou Barletta, to replace a weak and ineffective Senator, Bob Casey* [Trump, status/1025092358126362630].

Прикметники у функції означення як додатку, так і інших частин речення, здатні вживатися у найвищому ступені порівняння, який **гіперболізує** негативні якості опонента, й, відповідно, інтенсифікує негативну емоційність висловлення:

Lebron James was just interviewed by the dumbest man on television, Don Lemon [Trump, status/1025586524782559232].

Також наявні означення додатку, які кваліфікують результати дій політичних опонентів:

Little Jeff Z has done a terrible job, his ratings suck, & AT&T should fire him to save credibility! [Trump, status/1035117507839967232].

Додатки, виражені іменником негативної телеологічної оцінки типу *failure* – *провал*, здатні вводити підрядні означення, які специфікують дії опонента, що стають об'єктом негативної телеологічної оцінки і свідчать про його/її неефективність як політика:

Thank you to @foxandfriends for the great timeline on all of the failures the Obama Administration had against Russia, including Crimea, Syria and so much more [Trump, status/965925223949357056];

A.1.1.3. Прикладки: *Congresswoman Maxine Waters, an extraordinarily low IQ person, has become, together with Nancy Pelosi, the Face of the Democrat Party* [Trump, status/1011295779422695424].

Такі прикладки здатні виражатися **метафорою**, яка слугує емотивному зараженню, як у наступному твіті:

The writer of the story, Maggie Haberman, a Hillary flunky, knows nothing about me and is not given access [Trump, status/972832210222043137].

За допомогою образної метафори *flunky* Д. Трамп піддає дискваліфікації журналіста Мегі Габерман, приписуючи їй такі несумісні із еталоном ЖУРНАЛІСТА риси як несамостійність і підлабузництво. Референт уподібнюється ЛАКЕЮ. Ознака джерельного домену ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД ХАЗЯЇНА / БАЖАННЯ ДОГОДИТИ проектується на цільовий домен ЖУРНАЛІСТ МЕГІ ГАБЕРМАН, що дозволяє читачу Д. Трампа зробити інференцію [ЖУРНАЛІСТ МЕГІ ГАБЕРМАН є начебто ЛАКЕЙ]. Атрибут *Hillary* специфікує ознаку ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД ХАЗЯЇНА / БАЖАННЯ ДОГОДИТИ як ЗАЛЕЖНІСТЬ ВІД ГІЛЛАРІ КЛІНТОН / БАЖАННЯ ДОГОДИТИ ГІЛЛАРІ КЛІНТОН. У такий спосіб Д. Трамп створює усі підстави, щоб реципієнти зробили інференцію щодо невідповідності Мегі Габерман еталону журналіста.

A.1.2. Іншою функцією кваліфікаційних прикметників / іменників у складі стверджувальних декларативно-оцінних речень є функція предикативу іменного складеного присудку (опонент, як правило, співвідносний із суб'єктом дії, вираженим підметом речення). Іменний складений присудок таких речень втілюється такими структурно-семантичними моделями:

A.1.2.1. [to be + (Adv) Adj]: *Georgia Secretary of State Brian Kemp will be a great governor...His opponent is totally unqualified* [Trump, status/1053657849606234112].

Мовець здатен інтенсифікувати емоційність висловлення за допомогою **окличної** форми речення, що графічно позначається знаком оклику:

Democrats, who want Open Borders and care little about Crime, are incompetent, but they have the Fake News Media almost totally on their side! [Trump, status/1022976410745495552].

У численних випадках такі речення завершують твіти Д. Трампа і характеризуються редукцією дієслова-зв'язки *to be*: *Fake News weak!* [Trump, status/925364408364171265].

Ця семантика може виражатися і абсолютною дієприкметниковою конструкцією:

What's going on at @CNN is happening, to different degrees, at other networks – with @NBCNews being the worst [Trump, status/1035120511259500544].

У контексті аналізованих твітів модель [to be + (Adv) Adj] набуває ускладненої структури [to be + (Adv) Adj + Prep + N], де N називає соціальну сферу, на якій негативно позначається неефективність референта: небезпека на кордоні, рівень злочинності, нелегальна імміграція, низький рівень зайнятості:

[про демократа Джона Оссофа] *VERY weak on crime and illegal immigration, bad for jobs and wants higher taxes. Say NO* [Trump, status/854283110191685634].

Як видно з наведеного прикладу, такі речення-висловлення здатні набувати односкладної структури (редукується підмет, а з ним і зв'язка *to be*).

На окрему увагу заслуговує декларування нездатності політичного опонента до політичної діяльності за допомогою складнопідрядних **риторично-питальних** речень-висловлень, що містять підрядні означення, предикат яких виражений структурно-семантичною моделлю [to be + (Adv) Adj + Prep + N]:

How can the Democrats, who are weak on the Border and weak on Crime, do well in November? [Trump, status/1014100908127543296].

Д. Трамп ставить запитання, яким чином демократи, що мають слабкі позиції у таких соціальних сферах як небезпека на кордоні і рівень злочинності, зможуть виграти вибори до Сенату у листопаді. Риторичне питання імплікує

негативну відповідь. Від реципієнтів очікується інференція, що демократи як політики не мають необхідних якостей виграти вибори до Сенату.

Іншим ускладненням вихідної моделі [to be + (Adv) Adj] є конструкція [to be + (Adv) Adj to Vinf], де Vinf позначає дію, яку неспроможний виконати політичний опонент:

The FBI is totally unable to stop the national security “leakers” that have permeated our government for a long time [Trump, status/835104946034991106];

Democrats have become too EXTREME and TOO DANGEROUS to govern [Trump, status/1048745061888880640].

Ця конструкція також передбачає побудову **заперечних** речень-висловлень із прикметниками позитивної телеологічної оцінки типу *smart* – *розумний*:

[Про бізнесмена Марка К'юбана] *He's not smart enough to run for president!* [Trump, status/830769247185952772].

A.1.2.2. [to be + (Adv) Adj + N], де N – іменник, кореферентний з іменем політичного опонента:

Sen. Corker is the incompetent head of the Foreign Relations Committee, & look how poorly the U.S. has done [Trump, status/922828476872318976].

Подібні предикативи можуть уводити підрядні означення, які деталізують негативні телеологічні характеристики опонента:

Lou Barletta will be a great Senator for Pennsylvania but his opponent, Bob Casey, has been a do-nothing Senator who only shows up at election time [Trump, status/996822738101825538].

Означення *do-nothing* **гіперболізує** негативні телеологічні властивості референта, що інтенсифікує негативну телеологічну оцінку й надає їй більшої емоційності.

Іменник у складі предикативу може мати **метафоричний** зміст, втілюючи негативний образ, уподібнення якому характеризує референта як неефективного політика:

Beto O'Rourke is a total lightweight compared to Ted Cruz, and he comes nowhere near representing the values and desires of the people of the Great State of Texas [Trump, status/1053338516501889025];

The failing @nytimes has become a joke [Trump, status/835325771858251776].

Ця модель здатна набувати ускладненої структури [to be + (Adj) + N1 + Prep + N2], де N1 репрезентує метафору, яка відображає неефективність референта, а N2 називає соціальну сферу, на якій ця неефективність негативно позначається:

The Dems have been a disaster on this very important issue! [Trump, status/982682227581636608];

A.1.2.3. [to be + PH]: *The Democrats are all talk and no action* [Trump, status/952166857670320128].

Фразеологізм *be all talk (and no action)* використовується для характеристики тих референтів, які ніколи не роблять те, про що говорять (*used to describe someone who talks about doing something but never does it*) [361]. За допомогою цього фразеологізму Д. Трамп характеризує демократів як неефективних політиків, які дають марні обіцянки.

A.2. Дієслова / дієслівні словосполучення / фразеологізми, які описують дії політичних опонентів, що кваліфікують їх як неефективних політиків, як правило, вживаються у функції простого / складеного дієслівного (модального) присудку. Підмет таких речень співвідноситься з суб'єктом дії [S + P (V)].

Стверджувальні речення з такими присудками, окрім дієслів на позначення власне дій опонентів, які свідчать про їх нездатність до ефективної політичної діяльності, також містять дієслова на позначення дефектів чи промахів у розумовій / фізичній діяльності, як то *to forget, fail*:

Sleazy Adam Schiff, the totally biased Congressman looking into "Russia," spends all of his time on television pushing the Dem loss excuse! [Trump, status/889473486506385409];

For those of you who are still interested, the Democrats have totally forgotten about DACA [Trump, status/967023714268319744].

Зареєстровані речення-висловлення в яких дії опонентів подані як **абсурдні**:

So funny, the Democrats have sued the Republicans for Winning [Trump, status/987766033862873091].

Абсурдність зумовлена тим, що демократи подали в суд на республіканців, за те, що вони виграли у них вибори. Суперечність здоровому глузду імплікує неспроможність опонентів займатися політичною діяльністю.

Funny to hear the Democrats talking about the National Debt when President Obama doubled it in only 8 years! [Trump, status/936058006659321858].

У цьому твіті президент насміхається над тим абсурдним фактом, що демократи говорять про національний борг, у той час як за часи перебування на посаді президента-демократа він подвоївся.

Неефективність опонента передається і за допомогою фразеологізмів:

The Democrats are overplaying their hand. They lost the election, and now they have lost their grip on reality [Trump, status/837491607171629057].

Фразеологізм *to overplay one's hand* має значення «зробити помилку через віру, що чиєсь положення є сильнішим або кращим, ніж насправді» (*to make a mistake due to the belief that one's position is stronger or better than it really is*) [369], а *to lose one's grip* – «бути неспроможним зрозуміти або контролювати ситуацію» (*become unable to understand or control one's situation*) [367]. Вживаючи ці фразеологізми, Д. Трамп кваліфікує демократів як недальновидних політиків.

Заперечні речення містять дієслова типу *know* (знати), *understand* (розуміти), які у контексті заперечення акцентують інтелектуальну неспроможність опонента:

Funny to watch the Democrats criticize Trade Deals being negotiated by me when they don't even know what the deals are and when for 8 years the Obama Administration did NOTHING on trade except let other countries rip off the United States [Trump, status/1000145873274359809];

He illegally leaked CLASSIFIED INFORMATION but doesn't understand what he did or how serious it is [Trump, status/989813047773614080].

Поширеними є і заперечні речення з модальним дієслівним присудком з дієсловом *can*, яке вербалізує відсутність у опонента будь-якої здатності до здійснення ефектної дії:

James Comey can't define what a leak is [Trump, status/989813047773614080].

Іншим типом є речення, де заперечення виражається дієслівним сполученням *to do nothing*, яке **гіперболізує** неспроможність опонента здійснити будь-яку ефективну діяльність:

March 5th is rapidly approaching and the Democrats are doing nothing about DACA. They Resist, Blame, Complain and Obstruct – and do nothing [Trump, status/959031505145212928].

Використовується і редукована форма заперечних речень:

Bill DeBlasio, the high taxing Mayor of NYC, just stole my campaign slogan: PROMISES MADE PROMISES KEPT! That's not at all nice. No imagination! @foxandfriends [Trump, status/1031907600219209728].

Окремо слід відзначити фразеологізми у функції присудку заперечного речення:

He [Bob Corker] also wanted to be Secretary of State, I said "NO THANKS." Hence, I would fully expect Corker to be a negative voice and stand in the way of our great agenda. Didn't have the guts to run! [Trump, status/917029060471152640]

Фразеологізм (*to have the*) *guts*, що має значення «(мати) мужність і рішучість; жорсткість характеру» (*personal courage and determination; toughness of character*) [367], у контексті заперечення використовується для характеристики політичного опонента як неспроможного займати посаду через відсутність мужності й рішучості.

Інтенція знецінювання втілюється не лише через **опис** дій опонентів, а і через прогнозування неефективності результатів їх дій у реченнях-висловленнях **умовного способу дії**:

If the Democrats had won the Election in 2016, GDP, which was about 1% and going down, would have been minus 4% instead of up 4.2% [Trump, status/1039108838262284289];

If the Dems had won the Presidential Election, the Market would be down 50% from these levels and Consumer Confidence, which is also at an all-time high, would be “low and glum!” [Trump, status/936260193536573440].

3. Прислівники типу *mistakenly* (помилково), *poorly* (погано) вживаються у функції обставин, що кваліфікують дії політичного опонента як неефективні:

Democrats mistakenly tweet 2014 pictures from Obama’s term showing children from the Border in steel cages [Trump, status/1001404640796336128];

We have not seen China’s demands yet, which should be few in that previous U.S. Administrations have done so poorly in negotiating [Trump, status/996739374619426816];

Б. Риторична техніка доведення. У твітінгу Д. Трампа антецедентні пропозиції доведення неефективності опонентів співвідносні з реченнями-висловленнями, які містять факти, що вказують на слабкість їхніх ділових, професійних та інтелектуальних якостей, а консеквентні – з їх вербалізованою або невербалізованою негативною телеологічною оцінкою, яка впливає з оприлюднення цих фактів.

За прагматичною інтенцією актуалізовані речення / частини речень, співвідносні з антецедентними пропозиціями, є:

1) **констативними** – вони надають факти, описують події / дії опонентів Д. Трампа, які дійсно мали місце і на підставі яких їх можна кваліфікувати як неефективних політиків;

2) **спонукальними** – вони спонукають невизначеного адресата пояснити опонентам, що позиція, якої вони дотримуються, є хибною; оскільки такі речення-висловлення імплікують нездатність опонентів зрозуміти хибність їх позиції самостійно, вони формують у реципієнтів їх негативну телеологічну оцінку;

Речення-висловлення, співвідносні з консеквентними пропозиціями, можуть містити прикметники та інші маркери негативної телеологічної оцінки (*weak* – *слабкий*, *soft* – *м’якотілий* та ін.). При цьому у прагматичному плані ці речення/частини речень є:

1) **констативно-оцінними** (такі речення-висловлення відрізняються від декларативно-оцінних тим, що оцінка тут підкріплена фактом);

2) **риторично-запитальними**.

Почнемо аналіз із прикладів доведення, де антецедентні пропозиції виражаються констативними реченнями-висловленнями. У наступних двох прикладах експлікуються антецедентна і консеквентна пропозиції:

For eight years Russia “ran over” President Obama, got stronger and stronger, picked-off Crimea and added missiles. Weak! @foxandfriends [Trump, status/839101660886614016].

Цей твіт включає два простих речення, перше з яких є розповідним поширеним, а друге – окличним непоширеним. Зміст цих речень зводиться до двох каузально пов'язаних пропозицій [Оскільки за часи президента Б. Обама Росія стала сильнішою, відібрала Крим і наростила ракетний потенціал [Б. Обама – неефективний]].

Риторична стратегія доведення втілюється і за допомогою апеляції до статистичних/наукових даних [68, с. 118]:

From Bush 1 to present, our Country has lost more than 55,000 factories, 6,000,000 manufacturing jobs and accumulated Trade Deficits of more than 12 Trillion Dollars. Last year we ha d a Trade Deficit of almost 800 Billion Dollars. Bad Policies & Leadership [Trump, status/971349864125788160].

Цей твіт репрезентовано двома простими розповідними реченнями та односкладним реченням і спрямований на формування в електорату інференцій [Оскільки США втратили багато заводів / робочих місць / накопичили зовнішньоторговельний дефіцит / державний борг [Дж. Буш (ст.) / Б. Клінтон / Дж. Буш (мол.) / Б. Обама неефективні]].

У двох наведених нижче твітах антецедентна пропозиція експлікується, а консеквентна – імплікується змістом риторичного запитання:

Crimea was TAKEN by Russia during the Obama Administration. Was Obama too soft on Russia? [Trump, status/831846101179314177].

У першому розповідному реченні Д. Трамп нагадує про захват Криму Росією за часи адміністрації Б. Обама. У другому реченні Д. Трамп запитує, чи був президент Б. Обама занадто м'якотілим із Російською Федерацією. Це риторичне питання імплікує позитивну відповідь, тим самим формуючи очікувану від електорату інференцію [Оскільки за часи президента Б. Обама Росія відібрала Крим [Б. Обама неспроможний виконувати обов'язки президента США]].

Since the Obama Administration was told way before the 2016 Election that the Russians were meddling, why no action? [Trump, status/878711517537083392].

Цей твіт представлений складнопідрядним питальним реченням із підрядним причини. Він спрямований на формування у електорату інференції [Оскільки Б. Обама знав про втручання Росії у вибори США до виборів Д. Трампа [Б. Обама пасивний і відтак неефективний]].

У наступних твітах експлікується лише антецедентна пропозиція, подана констативним типом речення-висловлення:

As everybody is aware, the past Administration has long been asking for three hostages to be released from a North Korean Labor camp, but to no avail [Trump, status/991843153953964033].

У структурному плані цей твіт є складнопідрядним реченням, де головне речення вводить підрядне додатку. Це речення-висловлення констатує, що адміністрація президента Б. Обама не змогла звільнити заручників з північнокорейською трудовою табору. Відтак, твіт спрямований на формування інференції [Оскільки адміністрація президента Б. Обама не змогла звільнити заручників з північнокорейською трудовою табору [Б. Обама неспроможний ефективно виконувати обов'язки президента США]].

Ed Gillespie will be a great Governor of Virginia. His opponent doesn't even show up to meetings/work, and will be VERY weak on crime! [Trump, status/923552633633337344].

У цьому твіті Д. Трамп надає характеристику політику-демократу Ральфу Нортему, супернику республіканця Еда Гіллеслі на пост губернатора штату

Вірджинія. Твіт спрямований на формування в електорату інференції [Оскільки Ральф Нортен нехтує обов'язками [[він буде неефективним губернатором штату Вірджинія]].

The U.S. recorded its slowest economic growth in five years (2016). GDP up only 1.6%. Trade deficits hurt the economy very badly [Trump, status/857185261029126144].

У вище наведеному твіті Д. Трамп посиляється на показник темпу зростання ВВП з метою дискваліфікації Б. Обами. Фрагмент включає три прості розповідні речення і імплікує інференції [Оскільки США зафіксували найменший ВВП за п'ять років за часи президента Б. Обами [Б. Обама неефективний]].

У прикладах доведення, де антецедентні пропозиції, виражені спонукальними реченнями-висловленнями, консеквентні пропозиції, як правило, не вербалізуються:

Could somebody please explain to the Democrats (we need their votes) that our Country losses 250 Billion Dollars a year on illegal immigration, not including the terrible drug flow [Trump, status/1069990310175014914].

Висловлене Д. Трампом прохання, виражене імперативною конструкцією з модальним дієсловом *could*, імплікує інференцію [Оскільки демократи не розуміють завданої нелегальною еміграцією шкоди [вони неефективні політики]].

Democrats could solve the Shutdown in 15 minutes! Call your Dem Senator or Congresswoman/man. Tell them to get it done! Humanitarian Crisis [Trump, status/1084099445556502528].

Висловлений Д. Трампом наказ, виражений імперативом дієслів *call, tell*, імплікує інференцію [Оскільки демократи не можуть забезпечити роботу Конгресу [вони неефективні політики]].

В. Риторична техніка спонукування. Спонукування, як правило, втілюється, окремим реченням, що завершує твіт, і взаємодіє з іншими риторичними техніками, насамперед, доведенням, емотивним зараженням, навіюванням:

REMEMBER FLORIDA: I have been President of the United States for almost two years. During that time Senator Bill Nelson didn't call me once. Rick Scott called constantly requesting dollars plus for Florida. Did a GREAT job on hurricanes. VOTE SCOTT! [Trump, status/1059469158830796800]

У цьому твіті спонування переплітається із доведенням і емотивним зараженням, втіленим **антитезою**. Підстава доведення представлена такими пропозиціями: [Сенатор Білл Нельсон жодного разу не подзвонив Д. Трампу] [Сенатор Рік Скот постійно дзвонив Д. Трампу для фінансування Флориди] [Сенатор Рік Скот виконав гарну роботу з усунення наслідків урагану]. Таким чином імплікується інференція [Оскільки Сенатор Білл Нельсон неефективний / Сенатор Рік Скот ефективний [голосуй за Ріка Скота]]. Графічне виділення *VOTE SCOTT!* сприяє навіюванню електорату думки голосувати за Ріка Скотта.

3.2.2 Мономодальна дискурсивна субстратегія дискредитації. Результати якісного та кількісного аналізу твітів Д. Трампа показують, що дискурсивна субстратегія дискредитації втілюється ініціальними неритуалізованими твітами, які складають 25 % від загальної кількості твітів, які реалізують локальну субстратегію руйнування іміджу політичних опонентів (див. таблицю Б.1 у Додатку Б).

Аналіз словникових дефініцій лексеми *discredit* виявляє, що дискредитація полягає у руйнуванні поваги, авторитету, репутації довіри до референта (див. таблицю Б.2 у Додатку Б).

Дослідниця тактики дискредитації у політичному дискурсі І. Ф. Бублик, наголошує що ця тактика передбачає звинувачення політичного опонента у антисоціальних, антидержавних і протизаконних діях [29, с. 97], що безпосередньо призводять до підриву його авторитету.

На основі цих даних ми дійшли висновку, що **соціально-комунікативним наміром** суб'єкта субстратегії дискредитації є **демонстрація негативної етичної оцінки** політичного опонента, об'єктом якої є його поведінкові якості,

які свідчать про його невідповідність етичним нормам, у тому числі і законодавчим нормам, які прописані у законодавстві США [113, с. 87].

У контексті твітіngu Д. Трампа негативна етична оцінка опонентів реалізується укупі зі звинуваченням або осудом. Різниця між **звинуваченням** і власне негативною етичною оцінкою полягає у диференціації комунікативних інтенцій, які зводяться до різних пропозицій. Якщо «суб'єкт висловлення негативної оцінки стверджує, що об'єкт *заслужує на негативну етичну оцінку* як невідповідний етичним нормам, то суб'єкт звинувачення стверджує, що на об'єкті *лежить відповідальність* за здійснення / не здійснення (не)відповідної етичним нормам дії» [51, с. 113].

Відповідно, різниця між негативною етичною оцінкою і **осудом** полягає в тому, що суб'єкт не просто стверджує, що об'єкт заслуговує на негативну етичну оцінку, а вважає, що об'єкт свідомо порушує загальноприйняті соціальні норми (закріплені юридично або такі, що мають статус «неписаних законів» суспільної поведінки в певному соціумі), є порушником законів / порядків / традицій, «злочинцем» [49, с. 94]. Висловлення осуду супроводжуються емоційно-оцінним почуттям-ставленням **презирства**, яке межує з неповагою, зневагою, відразою і може переходити у злість, ненависть, гнів, лють, обурення, тощо [49, с. 68–69]; див. також [28; 51; 116].

Дискурсивна субстратегія дискредитації втілюється реченнями-висловленнями, у яких *референтні номінації* відсилають до опонентів Д. Трампа, а *кваліфікаційні номінації* (їх функціональні субститути) виражають негативну їх етичну оцінку (або їх рис, дій, результатів дій). До таких належать прикметники (*slippery, crooked, corrupt*), іменники (*fraud*), прислівники (*illegally*), нефінітні форми дієслів та фразеологічні словосполучення, які позначають дії, що у контексті твітів набувають негативної етичної оцінки.

Дискурсивна субстратегія дискредитації реалізується поєднанням раціональних і емотивно-сугестивних риторичних технік – декларування / емотивного зараження, доведення і спонукання.

А. Риторичні техніки декларування / емотивного зараження втілюються **стверджувальними / заперечними декларативно-оцінними** реченнями-висловленнями, які реалізують інтенцію звинувачення або осуду на базі декларування негативної етичної оцінки.

А.1. У складі **стверджувальних** речень-висловлень **прикметники / іменники етичної оцінки** вживаються у функції:

А.1.1. Означення номінації (переважно власного або загального іменника), яка позначає опонента: [Adj / N / PH + N]. Означення входять в іншу структурно-функціональну частину речення:

А.1.1.1. Підмета: *So General Michael Flynn's life can be totally destroyed while Shadey James Comey can Leak and Lie and make lots of money from a third rate book (that should never have been written)* [Trump, status/987278269765517312].

Це означення слугує емотивному зараженню, адже є **метафоризованим**.

А.1.1.2. Додатку – переважно непрямого: *Bernie Sanders supporters have every right to be apoplectic of the complete theft of the Dem primary by Crooked Hillary!* [Trump, status/926456069047582721].

Наявні означення у структурі додатку, які кваліфікують результати дій політичних опонентів:

The failing @nytimes writes false story after false story about me [Trump, status/880015261004435456];

The “Fakers” at CNN, NBC, ABC & CBS have done so much dishonest reporting that they should only be allowed to get awards for fiction! [Trump, status/981117684489379840];

А.1.1.3. Прикладки: *The Fake News Washington Post, Amazon's “chief lobbyist,” has another (of many) phony headlines, “Trump Defiant As China Adds Trade Penalties”* [Trump, status/981881669593559040];

Іменник *lobbyist* має значення «той, хто здійснює діяльність, спрямовану на вплив на державних посадових осіб» (англ. [369]). Таким чином, ця лексема втілює негативну етичну оцінку газети *The Washington Post* і звинувачує її в

упередженості, адже її політика суперечить уявленням про якісні видання (broadsheets), які відзначаються об'єктивністю у подачі інформації [20].

А.1.2. Іншою функцією прикметників / іменників / фразеологізмів етичної оцінки є функція предикативу іменного складеного присудку (опонент, як правило, співвідносний із суб'єктом дії, вираженим підметом речення), втілюваного такими структурно-семантичними моделями:

А.1.2.1. [to be + (Adv) Adj]: *The Fake News is becoming more and more dishonest!* [Trump, status/887477071160762369].

Ця вихідна модель ускладняється порівняльними прикметниковими конструкціями [to be + Adj-ed + Prep + N1 than N2], де N1 та N2 – іменники, які називають сфери політичної діяльності, на яких, з точки зору суб'єкта мовлення, слід і, відповідно, не слід зосереджуватися ефективному політикові:

Democrats are far more concerned with Illegal Immigrants than they are with our great Military or Safety at our dangerous Southern Border [Trump, status/954674157144477696].

Різновид цієї моделі реалізується із залученням **заперечних** речень-висловлень, які протиставляються стверджувальним у складі **антитези** [to be not + Adj-ed + Prep + N1] – [to be only + Adj-ed + Prep + N2]:

Democrats are not interested in Border Safety & Security or in the funding and rebuilding of our Military. They are only interested in Obstruction! [Trump, status/957465263129219073];

А.1.2.2. [to be + (Adv) Adj + N], де N – іменник, кореферентний з іменем політичного опонента, який містить негативну етичну оцінку референта:

Thank you to the Cherokee Nation for revealing that Elizabeth Warren, sometimes referred to as Pocahontas, is a complete and total Fraud! [Trump, status/1052173526919196672].

Іменник *fraud* слугує емотивному зараженню, адже він має негативно оцінне значення.

Прикметник, який означає іменник-предикатив, подекуди вживається у найвищому ступені порівняння, що створює **гіперболу**, яка інтенсифікує негативну етичну оцінку й надає їй більшої емоційності:

Little Adam Schiff, who is desperate to run for higher office, is one of the biggest liars and leakers in Washington, right up there with Comey, Warner, Brennan and Clapper! [Trump, status/960492998734868480].

Гіпербола також втілюється за допомогою конструкції [to be nothing more than / nothing but (Adv) N]:

The Democrats have become nothing but OBSTRUCTIONISTS, they have no policies or ideas [Trump, status/879315860178993152].

Іменник *obstructionist* походить від слова *obstructionism*, що має значення «практика навмисного перешкоджання або затягування правових, законодавчих або інших процедур» (англ. [367]). Тому демократи, які навмисно перешкоджають роботі державного апарату підпадають під негативну етичну оцінку.

In my opinion the Washington Post is nothing more than an expensive (the paper loses a fortune) lobbyist for Amazon [Trump, status/102138829561868288]ю

Іменник *lobbyist* імплікує негативну етичну оцінку газети *The Washington Post*, адже лобістська позиція суперечить еталону якісного видання, яке повинне відзначатися об'єктивністю.

У багатьох випадках редуковані **окличні** речення-висловлення завершують твіти Д. Трампа: *Phony hypocrites!* [Trump, status/862387734492663808]; *An illegal Scam!* [Trump, status/1020984152357777408].

А.1.2.3. [to be + V-inf)], де V-inf – інфінітив, що позначає неетичну дію:

The only things the Democrats do well is “Resist,” which is their campaign slogan, and “Obstruct” [Trump, status/1023007120130760704].

Навмисне перешкоджання роботі державного апарату, позначене дієсловами *resist* (протистояти), *obstruct* (перешкоджати) надає негативну етичну оцінку опоненту.

А.2. Дієслова та дієслівні словосполучення у складі декларативно-оцінних речень-висловлень називають/описують дії політичних опонентів Д. Трампа, які суперечать етичним нормам, оскільки є антидержавними, з точки зору суб'єкта мовлення, або негативно позначаються на електораті, як наприклад, брехня (*to make up*), фабрикування фактів (*fabricate*), зговір (*collude*), шпигунство (*tap, spy*) та інше.

А.2.1. У частині аналізованих речень-висловлень такого типу суб'єкт дії співвідносний з політичним опонентом Д. Трампа, а експлікований чи імплікований малефактив такої дії – з Д. Трампом та його командою. Такі речення-висловлення втілюють інтенцію **звинувачення**. Наприклад:

I'd bet a good lawyer could make a great case out of the fact that President Obama was tapping my phones in October, just prior to Election! [Trump, status/837994257566863360];

Crooked Hillary bought the DNC & then stole the Democratic Primary from Crazy Bernie! [Trump, status/926415703476928512].

Подібні дієслова-присудки також вживаються у пасиві:

Again, the story that there was collusion between the Russians & Trump campaign was fabricated by Dems as an excuse for losing the election [Trump, status/862998775731818496].

Наступні приклади ілюструють вживання фразеологізмів задля декларативних звинувачень:

Look at the lie that Fake CNN is now in. They got caught red handed! [Trump, status/1034782741714399232].

Фразеологізм *red-handed* вживається на позначення ситуації, коли людину, яка вчинила щось погане або протизаконне, було спіймано на місці злочину (*used to indicate that a person has been discovered in or just after the act of doing something wrong or illegal*) [367].

The Democrats are playing a high level CON GAME in their vicious effort to destroy a fine person. It is called the politics of destruction [Trump, status/1044782444321361920].

Фразеологізм *con game* має значення «нечесний трюк, який виконується з метою отримання чийх-небудь грошей» (*a dishonest trick that is done to get someone's money*) [369].

За допомогою цих фразеологізмів Д. Трамп підриває довіру до CNN і демократів, кваліфікуючи їх як злочинців і шахраїв. Це слугує емотивному зараженню, адже фразеологізми відносяться до експресивних, стилістично забарвлених мовних засобів, які є здатними викликати негативне почуття-ставлення до опонента на зразок **презирства**.

Декларативні звинувачення нерідко мають форму **цитування** із посиланням на їхнього автора, які Д. Трамп використовує у межах риторичного прийому опори на авторитет:

“Hillary Clinton and the DNC paid for information from the Russian government to use against her government – there’s no doubt about that!” @TuckerCarlson [Trump, status/1034777225336369152].

Д. Трамп вдається і до **маніпулятивного цитування**, прикладом якого слугує твіт із цитатою, зміст якої спотворено і яку вирвано із контексту:

“Congressman Schiff omitted and distorted key facts” @FoxNews So, what else is new [Trump, status/967563946063523840].

Насправді, ця цитата має протилежне значення, про що пишуть користувачі твітеру. Наприклад: *You got the Fox News anchor wrong. They said “Schiff argues the republican memo omitted and distorted key facts” you distorted the @FoxNews report - for which they deserve credit for even reading that line. #delusionaldonald [Nelson, status/968467073189011458].*

Окрім декларативних звинувачень, має місце і декларативний **осуд**, втілюваний реченнями-висловленнями із складеним дієслівним модальним присудком із модальним дієсловом *should*:

Democrat Dianne Feinstein should never have released secret committee testimony to the public without authorization [Trump, status/951650274032209920].

А.2.2. У другій частині аналізованого корпусу речень-висловлень суб'єкт дії співвідноситься з політичним опонентом Д. Трампа, а малефактив

(експліцитно виражений або імплікований) – з електоратом. Такі декларативні речення-висловлення втілюють інтенцію **звинувачення**, яка втілюється через **декларування здійснення** опонентами **протиправних дій**:

The Democrats are forcing the breakup of families at the Border with their horrible and cruel legislative agenda [Trump, status/1007671131841671169];

Dems are obstructing Law Enforcement and Border Security [Trump, status/1042740913968164864].

Інтенція звинувачення втілюється не лише через опис дій опонентів, а й через **декларування прогнозованих результатів** їх малефективних дій, шляхом вживання присудку у формі майбутнього часу:

Also, Democrats will destroy your Medicare, and I will keep it healthy and well! [Trump, status/1053008701026693122]; *Ralph Northam will allow crime to be rampant in Virginia* [Trump, status/927851387857367040].

Іншим способом втілення інтенції звинувачення є **декларування намірів опонентів** здійснити протиправні дії за допомогою дієслова *want* як частини складеного дієслівного присудку:

Democrats and liberals in Congress want to disarm law-abiding Americans at the same time they are releasing dangerous criminal aliens and savage gang members onto our streets [Trump, status/992523949698412544]; *Sadly, Democrats want to stop paying our troops and government workers in order to give a sweetheart deal, not a fair deal, for DACA* [Trump, status/951798415301718017].

Емотивне зараження інтенсифікується за допомогою **окличної** форми речення:

The super Liberal Democrat in the Georgia Congressioal race tomorrow wants to protect criminals, allow illegal immigration and raise taxes! [Trump, status/853964023846588420].

Декларування малефективних намірів опонентів подекуди здійснюється із застосуванням **антитези**, втілюваної за допомогою порівняльної конструкції, яка протиставляє бенефіціантів протиправних дій опонентів та електорат – пересічних американців:

It's very sad that Nancy Pelosi and her sidekick, Cryin' Chuck Schumer, want to protect illegal immigrants far more than the citizens of our country [Trump, status/1010569562138406912];

Іншою інтенцією є декларативний **осуд**, виражений **заперечними** реченнями із складеним дієслівним модальним присудком із модальним дієсловом *should*:

Dems shouldn't hold troop funding hostage for amnesty & illegal immigration [Trump, status/935686205429157888].

А.3. **Прислівники** типу *incorrectly, purposely, inaccurately* у функції обставини, що у відповідному контексті кваліфікують дії політичного опонента як неетичні:

CNN and others in the Fake News Business keep purposely and inaccurately reporting that I said the "Media is the Enemy of the People." Wrong! [Trump, status/1057059603605831680].

Окрім того, опонентів Д. Трампа звинувачують за допомогою застосування риторичного прийому створення **абсурдної** ситуації:

James Clapper, who famously got caught lying to Congress, is now an authority on Donald Trump. Will he show you his beautiful letter to me? [Trump, status/900708110330978304].

Так, підрядна предикація, у який зазначається, що Джеймс Клепер був пійманий на брехні у Конгресі, надає протилежного значення лексемі *authority*.

So funny to watch Fake News Networks, among the most dishonest groups of people I have ever dealt with, criticize Sinclair Broadcasting for being biased. Sinclair is far superior to CNN and even more Fake NBC, which is a total joke [Trump, status/980799183425802240].

Критика упередженими «Хибними новинами» компанії *Sinclair Broadcasting* через упередженість суперечить здоровому глузду і таким чином створює абсурдну ситуацію, яка конструюється Д. Трампом для звинувачення опонентів в неетичних діях.

Б. Риторична техніка доведення реалізується реченнями-висловленнями (або їх зв'язною послідовністю), що містять аргументи, які доводять, що політичний опонент не заслуговує на довіру електорату. Проаналізовані твіти, як правило, вербалізують лише антецедентну пропозицію, яка підштовхує реципієнтів до інференції про те, що оскільки відповідний політик порушує етичні норми, за нього не слід голосувати.

У прагматичному плані речення, що втілюють антецедентну пропозицію, є **констативними** – вони описують дії/події/стани справ, які свідчать про те, що референт-політичний опонент порушує етичні норми.

У наведених нижче прикладах вербалізується лише антецедентна пропозиція:

Wow, watch Comey lie under oath to Senator G when asked “have you ever been an anonymous source...or known someone else to be an anonymous source...?” He said strongly “never, no.” He lied as shown clearly on @foxandfriends [Trump, status/975341676297445377].

Цей твіт втілюється трьохкомпонентним складнопідрядним реченням із підрядним обставини часу і підрядним додатку, які вербалізують антецедентну пропозицію і спрямовані на формування інференції [Оскільки Джеймс Комі збрехав під присягою [не слід йому довіряти]].

У наступному прикладі дискурсивна субстратегія дискредитації втілюється одним складнопідрядним реченням і двома простими реченнями:

Senator Richard Blumenthal must talk about his fraudulent service in Vietnam, where for 12 years he told the people of Connecticut, as their Attorney General, that he was a great Marine War Hero. Talked about his many battles of near death, but was never in Vietnam. Total Phony! [Trump, status/1046135994267963392.

Структурно цей твіт становить одне трьохкомпонентне складнопідрядне речення із підрядним обставини місця і підрядним додатку, одне просте розповідне поширене речення і одне непоширене окличне речення. Він спрямований на формування інференції [Оскільки сенатор Річард Блюменталь збрехав про свою участь у війні у В'єтнамі [не слід йому довіряти]].

Наступний твіт поданий головною предикацією складнопідрядного речення і простим питальним реченням, яке імплікує негативну відповідь:

John Kerry had illegal meetings with the very hostile Iranian Regime, which can only serve to undercut our great work to the detriment of the American people. He told them to wait out the Trump Administration! Was he registered under the Foreign Agents Registration Act? BAD! [Trump, status/1040407422156857344].

Ці фрагменти спрямовані на формування інференції [Оскільки Джон Кері мав протизаконні зустрічі з Іраном [не слід йому довіряти]]. Варто додати, що у цьому твіті висловлення *He told them to wait out the Trump Administration!* втілює декларування, оскільки це повідомлення має сприйматися, його неможливо перевірити.

Задля втілення антецедентної пропозиції Д. Трамп використовує **цитування**, посиляючись на авторитетні видання з метою апеляції до авторитету:

“At least two Memos Comey shared with a friend contained Classified Information.” *Wall Street Journal* [Trump, status/987820963038449664].

Цей твіт складається з двох простих речень, перше з яких представлено цитатою, а друге надає джерело цитати. Твіт спрямований на формування інференції [Оскільки Джеймс Комі викрив секретну інформацію [не слід йому довіряти]].

В. Риторична техніка спонукання переважно доповнюється техніками **декларування** або **доведення**. Спонування втілюється імперативом у окремому спонукальному реченні-висловленні наприкінці твіту, яке спонукає електорат до вчинення дій, вигідних Д. Трампу. Наприклад:

Just learned that Jon @Ossoff, who is running for Congress in Georgia, doesn't even live in the district. Republicans, get out and vote! [Trump, status/854433960566431746].

Твіт представлений трьохкомпонентним складнопідрядним реченням із підрядними означення і додатку. Спонування подане окремим реченням у кінці твіту. У твіті надається інформація про те, що кандидат на пост сенатора від

Штату Джорджія не живе у цьому штаті. Відтак, спонукання перетворюється на доведення [Оскільки кандидат на пост сенатора від штату Джорджія Джон Оссофф не живе у Джорджії [не слід за нього голосувати]].

The Dems want to stop tax cuts, good healthcare and Border Security. Their ObamaCare is dead with 100% increases in P's. Vote now for Karen H [Trump, status/876778344636928000].

Декларуючи малефективні наміри демократів, Д. Трамп спонукає електорат до голосування за кандидата-республіканця. Відповідно, спонукання переплітається із доведенням [Оскільки [демократи бажають зупинити політику зниження податків, гарної охорони здоров'я і прикордонної безпеки [реформа охорони здоров'я Б. Обама неефективна]] голосуй за республіканського кандидата].

Також частотні випадки поєднання спонукання із риторичним прийомом **антитези**, наприклад:

The Democrats want to abolish ICE, which will mean more crime in our country. I want to give ICE a big cheer! Vote Republican in November [Trump, status/1019378119671730176].

У цьому прикладі переплітається декларування малефективних намірів опонента і бенефективного наміру Д. Трампа. Спонукання виражене імперативом у окремому реченні, що перетворює цей твіт на доведення: [Оскільки [демократи бажають усунути Імміграційну та митну поліцію США [Д. Трамп бажає її підтримувати [голосуй за республіканців]]].

Модель ієрархії локальної дискурсивної стратегії руйнування іміджу політичного опонента змодельована на Рис. Б.5. у Додатку Б.

Висновки до розділу 3

1. На мовному/мовленнєвому рівні глобальний комунікативний намір адресанта аналізованого політичного твітінгу – завоювання/утримання політичної влади реалізується мономодальними локальними стратегіями

конструювання власного позитивного іміджу й руйнування іміджу політичного опонента.

2. Мономодальна локальна дискурсивна стратегія конструювання власного позитивного іміджу втілюється низкою мономодальних локальних дискурсивних субстратегій, кожна з яких відповідає певній соціально-комунікативній ролі: демонстрації патріотизму (роль ПАТРІОТ), демонстрації економічної ефективності (роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР), демонстрації сили (роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), фамільяризації із електоратом (роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ), демонстрації популярності (роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), демонстрації віри (роль ВІРУЮЧИЙ).

2.1. Дискурсивна субстратегія демонстрації патріотизму (у межах ролі ПАТРІОТ) виокремлюється на підставі універсальних етичних цінностей. Дефінітивний аналіз лексеми *patriot* дозволяє розмежувати три тактики, кожна з яких втілює окремий аспект соціально-комунікативного наміру демонстрації патріотизму: 1) патріотичного почуття-ставлення (любові, відданості, гордості, підтримки); 2) готовності захищати / битися за свою країну; 3) першочерговості інтересів своєї країни. Усі ці тактики реалізуються риторичними техніками декларування/ емотивного зараження, а також спонування/емотивного зараження у поєднанні із декларуванням і доведенням. Твіт-тексти, що втілюють цю дискурсивну субстратегію, зводяться до пропозицій, актанти яких (вербалізовані референтними номінаціями) метонімічно або буквально репрезентують США, а на концептуальному рівні є концептами-складниками домену СВОЯ КРАЇНА, а предикати (вербалізовані кваліфікаційними емотивно-оцінними номінаціями) передають патріотичні почуття-ставлення або готовність до патріотичної дії.

2.2. Дискурсивна субстратегія демонстрації ефективності (у межах ролі ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР) виокремлюється на основі соціокультурних етичних цінностей маскулінного американського суспільства, де економічне зростання є вищим пріоритетом. Ця субстратегія реалізуються

риторичними техніками декларування/емотивного зараження у поєднанні з навіюванням, доведення із вкрапленнями емотивного зараження та спонування, роз'яснення у поєднанні зі спонуванням і декларуванням. На пропозиційному рівні відповідні твіт-тексти містять актантів (вербалізованих референтними номінаціями), співвідносних з концептами-складниками домену ЕКОНОМІКА – РЕСУРСИ, ФІНАНСИ, ДОХІД, ВИТРАТИ, ОРГАНІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ, і предикати (вербалізовані кваліфікаційними емотивно-оцінними номінаціями), що виражають позитивну телеологічну оцінку стану речей в економіці США.

2.3. Дискурсивна субстратегія демонстрації сили (у межах ролі ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР) виокремлюється на основі соціокультурних етичних цінностей маскулінного американського суспільства, де політичний лідер може отримати позитивну телеологічну оцінку, лише якщо він діятиме стосовно ЧУЖИХ з позиції сили. Ця дискурсивна субстратегія втілюється різноманітними поєднаннями риторичних технік декларування/емотивного зараження, доведення, оповіді, інформування, роз'яснення і спонування. Відповідні твіт-тексти зводяться до пропозицій, що містять актанти (вербалізовані референтними номінаціями), які репрезентують сутності домену ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА США, і предикати (вербалізовані кваліфікаційними емотивно-оцінними номінаціями), що виражають позитивну телеологічну оцінку силових дій Д. Трампа.

2.4. Дискурсивна субстратегія фамільяризації із електоратом (у межах ролі ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ) будується на соціально-групових етичних цінностях належності до однієї і тієї самої соціальної групи і реалізується поєднанням риторичних технік інформування, опису, оповіді із декларуванням/емотивним зараженням, а також спонуванням. Риторична техніка емотивного зараження втілюється як у серйозній, так і гумористичній тональності. Твіт-тексти цієї субстратегії зводяться до пропозицій, актанти яких (вербалізовані референтними номінаціями) корелюють з концептами доменів ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ та/або ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ, а предикати (вербалізовані неоціночними номінаціями) описують повсякденні дії/події.

2.5. Дискурсивна субстратегія демонстрації популярності (у межах ролі ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР) виокремлюється з опорою на соціокультурні етичні цінності маскулінного західного суспільства, де акцентується змагальність і перебування у центрі уваги і втілюється поєднанням риторичних технік декларування/емотивного зараження із спонуканням і доведенням, що можуть переходити в гумористичну тональність. На пропозиційному рівні твіт-тексти цієї субстратегії містять актантів (вербалізованих референтними номінаціями), що позначають прихильників Д. Трампа, а предикати (вербалізовані кваліфікаційними емотивно-оцінними номінаціями) співвідносні із концептами домену ПОПУЛЯРНІСТЬ ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА.

2.6. Дискурсивна субстратегія демонстрації віри (у межах ролі ВІРУЮЧИЙ) спирається на таку абсолютну (для віруючої людини) етичну цінність як ВІРА В БОГА і втілюється риторичними техніками декларування/емотивного зараження. На пропозиційному рівні твіт-тексти цієї субстратегії містять актанти (вербалізовані референтними номінаціями), що відсилають до Д. Трампа та його команди і прихильників, і предикати (вербалізовані кваліфікаційними емотивно-оцінними номінаціями), що актуалізують концепти домену ВІРА.

3. Мономодальна локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента втілюється мономодальними субстратегіями дискваліфікації й дискредитації, які базуються на негативній оцінці різних компонентів іміджу опонента.

3.1. Дискурсивна субстратегія дискваліфікації виокремлюється на основі негативної телеологічної оцінки ділових, професійних та інтелектуальних якостей політичного опонента, що свідчить про неспроможність привести країну до визначеної цілі – процвітання. У контексті твітінгу Д. Трампа негативна телеологічна оцінка опонента виявляється як знецінення (применшення значущості об'єкта через його невідповідність еталону), здатне викликати почуття-ставлення зневаги. Ця дискурсивна субстратегія втілюється

риторичними техніками декларування / емотивного зараження та доведення із вкрапленнями спонування. На рівні пропозиції твіт-тексти цієї субстратегії містять актанти (вербалізовані референтними номінаціями), що відсилають до опонентів Д. Трампа, і предикати (вербалізовані кваліфікаційними емотивно-оцінними номінаціями), що виражають негативну телеологічну оцінку опонентів.

3.2. Дискурсивна субстратегія дискредитації виокремлюється на підґрунті негативної етичної оцінки політичного опонента як невідповідного етичним нормам, у тому числі і законодавчим нормам, які прописані у законодавстві США. У контексті твітінгу Д. Трампа негативна етична оцінка опонентів реалізується укупі зі звинуваченням (на опонента покладається відповідальність за здійснення / не здійснення (не)відповідної етичним нормам дії) бо осудом (опонент кваліфікується як злочинець), що може викликати почуття-ставлення презирства. Ця дискурсивна субстратегія втілюється риторичними техніками декларування / емотивного зараження та доведення у поєднанні зі спонуванням. На пропозиційному рівні твіт-тексти цієї субстратегії містять актанти (вербалізовані референтними номінаціями), що відсилають до опонентів Д. Трампа, і предикати (вербалізовані кваліфікаційними емотивно-оцінними номінаціями), що виражають негативну етичну оцінку опонентів.

Основні положення розділу 3 викладені в публікаціях автора [109; 113; 115].

РОЗДІЛ 4

МУЛЬТИМОДАЛЬНІ (ВЕРБАЛЬНО-ВІЗУАЛЬНІ) ДИСКУРСИВНІ СТРАТЕГІЇ АНГЛОМОВНОГО ПОЛІТИЧНОГО ТВІТІНГУ ДОНАЛЬДА ТРАМПА

Окрім вербальних засобів, глобальний комунікативний намір адресанта аналізованого політичного твітінгу – завоювання/утримання політичної влади за допомогою конструювання власного позитивного іміджу або руйнування іміджу опонента – втілюється і візуальними засобами комунікації, а саме зображеннями, які включають інфографіку і фотографії, і невербалікою – кінесикою і проксемікою.

4.1 Мультимодальна локальна дискурсивна стратегія конструювання власного позитивного іміджу

Ця мультимодальна локальна дискурсивна стратегія реалізується на базі тих самих локальних субстратегій і комунікативних ролей, що і відповідна їй мономодальна вербальна стратегія: демонстрації патріотизму (роль ПАТРІОТ), демонстрації економічної ефективності (роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР), демонстрації сили (роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), фамільяризації із електоратом (роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ), демонстрації популярності (роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), демонстрації віри (роль ВІРУЮЧИЙ).

4.1.1 Мультимодальна дискурсивна субстратегія демонстрації патріотизму: комунікативна роль ПАТРІОТ. Як було встановлено у 3.1.1, вербальна дискурсивна субстратегія демонстрації патріотизму втілюється трьома дискурсивними тактиками: демонстрації патріотичного почуття-ставлення до своєї країни (любові, відданості, гордості, підтримки), готовності захищати / битися за свою країну й першочерговості інтересів своєї країни. Ці

дискурсивні тактики лежать в основі однойменної мультимодальної стратегії та реалізуються за взаємодії різних візуальних і вербальних риторичних технік.

4.1.1.1 Мультимодальна дискурсивна тактика демонстрації патріотичного почуття-ставлення здійснюється різними поєднаннями риторичних технік, переважно орієнтованих на емотивний / сугестивний комунікативний вплив, а саме візуального / вербального емотивного зараження / декларування, вербального навіювання та графічного виділення. На переплетенні цих риторичних технік утворюється візуальна / мультимодальна метонімія.

Прикладом застосування риторичних технік візуального (зображально-невербального) декларування / емотивного зараження на основі візуальної метонімії є розміщений нижче твіт Д. Трампа (Рис. 4.1.1.1.а):



Рис. 4.1.1.1.а Риторичні техніки демонстрації патріотичного почуття-ставлення на основі візуальної метонімії ПРАПОР США замість КРАЇНИ США [Trump, status/1231643186717544448]

Твіт розпочинається з набірного повідомлення *Look forward to being with all of my friends and supporters @CPAC on Saturday, February 29th! #KAG2020*. Це речення-висловлення доповнює прикріпне мультимодальне зображення, репрезентоване фотографією Д. Трампа з Конференції консервативної політичної дії, у якій він брав участь у 2019 році. Д. Трамп пильно дивиться на

реципієнта і обіймає прапор США. На задньому плані розміщені вербальні вкраплення *American Conservative Union, CPAC*. Зауважимо, що цей твіт реалізує не тільки інтенцію демонстрації патріотичного почуття-ставлення, а ще й інтенцію фамільяризації.

Демонстрація патріотичного почуття-ставлення досягається за допомогою **візуального (зображально-невербального) декларування / емотивного зараження**, що втілюється зображенням Д. Трампа, яке, як і будь-яке зображення людини, включає і невербальні комунікативні засоби.

Зображення Д. Трампа репрезентує **візуальну метонімію ПРАПОР США** замість **КРАЇНИ США**, закорінену на концептуальній моделі **ЧАСТИНА** замість **ЦІЛОГО** (див. Рис. В.3 у Додатку В). Джерельна метонімічна структура репрезентована державним символом США і висвітлює єдність американської нації. Невербальні комунікативні компоненти, подані кінесикою (жестами: Д. Трамп обіймає прапор США; мімікою: очі звужені, щоки підняті, посмішка, що виражає задоволення [372]), демонструють любов Д. Трампа до своєї країни і збуджують подібні почуття-ставлення у реципієнтів. Дякуючи візуальній метонімії, Д. Трамп уявно обіймає усю країну, що викликає інференцію щодо його патріотизму. У такий спосіб твіт Д. Трампа імплікує, що Конференція консервативної політичної дії та Американський консервативний союз (виражено вербально аббревіатурою *American Conservative Union, CPAC*) є справжніми патріотами на чолі із Д. Трампом.

Поданий нижче твіт демонструє взаємодію риторичних технік мультимодального (вербально-зображального) емотивного зараження / декларування на основі мультимодальної метонімії і вербального емотивного зараження / декларування (Рис. 4.1.1.1.б):



Рис. 4.1.1.1.6 Риторичні техніки демонстрації патріотичного почуття-ставлення на основі мультимодальної метонімії АВІАНОСЕЦЬ замість ВІЙСЬКОВО-МОРСЬКОГО ФЛОТУ [Trump, status/918876603148652544]

Цей твіт Д. Трампа репрезентований набірним текстом *I have no greater privilege than to serve as your Commander-in-Chief. HAPPY BIRTHDAY to the incredible men and women @USNavy! #242NavyBday*. Набірне повідомлення доповнюється прикріпним анімованим зображенням авіаносця з написом *HAPPY BIRTHDAY UNITED STATES NAVY October 13, 1775*.

Набірне повідомлення реалізує **вербальне декларування / емотивне зараження**, представлене стверджувальним декларативно-оцінним реченням-висловленням *I have no greater privilege than to serve as your Commander-in-Chief*, що імпліцитно виражає високу оцінку військово-морського флоту й водночас декларує *шанобливе* ставлення Д. Трампа до цього інституту. Водночас, прикметник *incredible* (неймовірний) у складі окличного декларативно-оцінного речення-висловлення *HAPPY BIRTHDAY to the incredible men and women @USNavy!* надає експліцитну позитивну оцінку військовим США.

Ці риторичні техніки підсилюються **мультимодальним (вербально-візуальним) емотивним зараженням / декларуванням**, що втілюється мультимодальною (вербально-візуальною) метонімією АВІАНОСЕЦЬ замість ВІЙСЬКОВО-МОРСЬКОГО ФЛОТУ, закоріненою на концептуальній моделі ОБ'ЄКТ, що ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ, замість КОРИСТУВАЧА (див. Рис. В.4 у Додатку В). Зображення авіаносця слугує джерельним метонімічним концептом, який надає доступ до цільового концепту метонімії – ВІЙСЬКОВО-

МОРСЬКОГО ФЛОТУ США. Цільовий концепт вербалізовано набірним текстом @USNavy! #242NavyBday, а також вкрапленням у зображення NAVY. Метонімічне заміщення (концепт-провідник), втілене зображенням сучасного авіаносця, репрезентує СИЛУ і МІЦЬ військово-морського флоту США. Апелюючи до названих концептів, Д. Трамп транслює власне почуття-ставлення **захоплення** (поваги, гордості) військовими США.

У наступному твіті риторичні техніки мультимодального (вербально-зображально-невербального) декларування / емотивного зараження на основі мультимодальної метонімії взаємодіють з вербальним емотивним зараженням / декларуванням, яке підсилюється графічним компонентом вербального модусу (Рис. 4.1.1.1.в):

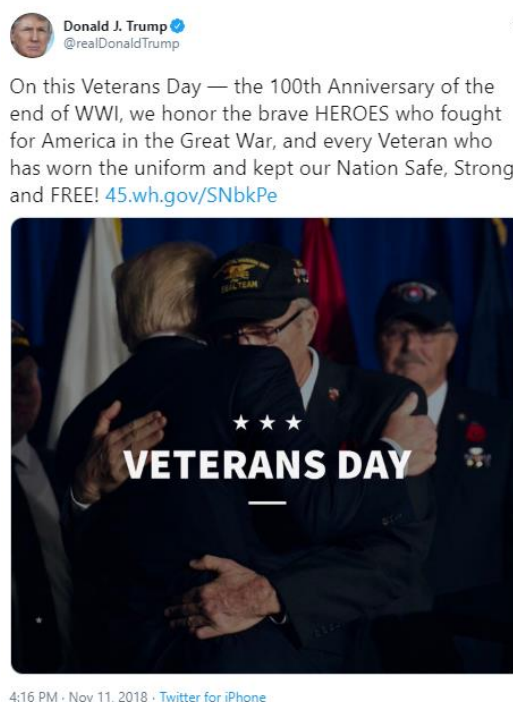


Рис. 4.1.1.1.в Риторичні техніки демонстрації патріотичного почуття-ставлення на основі мультимодальної метонімії ВЕТЕРАН ПІДРОЗДІЛУ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ «МОРСЬКІ КОТИКИ» замість ВЕТЕРАНІВ ЗБРОЙНИХ СИЛ США [Trump, status/1061623758161625089]

Цей твіт містить набірний текст *On this Veterans Day — the 100th Anniversary of the end of WWI, we honor the brave HEROES who fought for America in the Great War, and every Veteran who has worn the uniform and kept our Nation Safe, Strong and FREE!* <http://45.wh.gov/SNbkPe>. Набірне повідомлення

доповнюється бімодальним прикріпним зображенням, на яке накладено напис *VETERANS DAY* і зображення трьох зірок, що символізують прапор США. Фотографія зображує як Д. Трамп обіймає літнього чоловіка. Ще два чоловіка стоять на задньому плані, проте вони не перебувають у фокусі камери: їхні обличчя розмиті. Хоча обличчя літнього чоловіка, якого обіймає Д. Трамп, наполовину закрите спиною президента, його зовнішній вигляд говорить про те, що він є ветераном. Зокрема, кепка із написом *Seal Team* (Морські котики) і емблемою (орел, що тримає в пазурах якір, тризуб і кремінний пістолет), сиве волосся, окуляри і відзнака на лацкані піджаку дають змогу ідентифікувати його як ветерана військового підрозділу спеціального призначення «Морські котики».

Набірне повідомлення репрезентоване перформативним чотирьохкомпонентним складносурядним реченням із вкрапленням підрядного зв'язку, що втілює інтенцію вшановування ветеранів. У цьому реченні такі номінації як *HERO* (герой), *brave* (хоробрий), *Safe* (безпечний), *Strong* (сильний), *FREE* (вільний) слугують **вербальному емотивному зараженню / декларуванню**, адже активують позитивно навантажені концепти ГЕРОЇЗМ, ВІДВАГА, БЕЗПЕКА, СИЛА, СВОБОДА, ЧЕСТЬ. Варто зазначити **графічне виділення** слів *HEROES* та *FREE* великими літерами, що слугує додатковому фокусуванню уваги на цих словах. Дієслово *honor* (шанувати) виражає почуття-ставлення **пошани** до ветеранів США.

Взаємодія вербального й візуального семіотичних модусів у прикріпному зображенні створює **мультимодальну (вербально-візуальну) метонімію ВЕТЕРАН ПІДРОЗДІЛУ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ «МОРСЬКІ КОТИКИ»** замість ВЕТЕРАНІВ ЗБРОЙНИХ СИЛ США (див. Рис. В.5 у Додатку В), що слугує **мультимодальному емотивному зараженню / декларуванню**. В основі цієї метонімії лежить метонімічне відношення ЧЛЕН КАТЕГОРІЇ замість КАТЕГОРІЇ [269, с. 53]. Вибір метонімічного джерела зумовлено тим, що бійці військового підрозділу «Морські котики» мають привілейований статус серед військовослужбовців, і тому користуються великою повагою в американському соціумі. Джерельна структура метонімії ВЕТЕРАН ПІДРОЗДІЛУ

СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ «МОРСЬКІ КОТИКИ» виражена виключно візуальним модусом – зображенням ветерана. Цільову структуру метонімії ВЕТЕРАНИ ЗБРОЙНИХ СИЛ США представлено виключно вербальним модусом у набірному тексті, а саме номінаціями *Veterans*, *HEROES*, *every Veteran* і у прикріпному повідомленні – *VETERANS*. Ракурс фотографії додатково слугує встановленню вищезазначеного метонімічного відношення: неможливість побачити більшу частину обличчя ветерана вказує на те, що особистість цього конкретного чоловіка не важлива, він є уособленням цілої групи (див. [217, с. 409]). Таким чином, метонімічне джерело ВЕТЕРАН СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ «МОРСЬКІ КОТИКИ» висвітлює у цільовій метонімічній структурі такі позитивні сутності як СИЛА, ВИТРИВАЛІСТЬ, СМІЛИВІСТЬ, МОГУТНІСТЬ, ГАРНА БОЙОВА ПІДГОТОВКА, ГЕРОЇЗМ [111]. Висвітлення цих властивостей веде до інференції про те, що Д. Трамп є великим шанувальником ветеранів.

Невербальний модус представлений кінесикою: обіймами Д. Трампом ветерана, які здійснюють візуальне (невербальне) декларування *шанобливого ставлення* Д. Трампа до ветеранів, оскільки у західній культурі обійми вважаються «не лише частиною привітання, але також проявом співпереживання та / або вдячності» [239, 2012, с. 1]. Вербальне висловлення взаємодіє із невербальними компонентами за **принципом координації**, тобто «і вербальна, і невербальна складові містять ідентичну базову інформацію, яка є семантично та інформативно односпрямованою» [165, с. 92]. Обидва модуси виражають позитивне почуття-ставлення до воїнів-ветеранів.

Поряд із декларуванням, невербальні компоненти слугують емотивному зараженню, адже обійми надають «психологічне відчуття благополуччя, і часто позитивний емоційний досвід» [239, с. 4]. Сприйняття невербального модусу реципієнтом веде до активізації подібного позитивного досвіду, адже одні й ті самі нейронні зв'язки активізуються, коли суб'єкти переживають певні емоції і спостерігають за тим, як інші переживають ці емоції [203] (див. про феномен «дзеркальних нейронів» [223; 230]).

Наступний твіт демонструє застосування риторичних технік мультимодального (вербально-зображального) емотивного зараження на основі мультимодальної метонімії, візуального (невербального) декларування, вербального декларування / емотивного зараження й вербального навіювання, підсиленого графічним компонентом (Рис. 4.1.1.1.г):



Рис. 4.1.1.1.г Риторичні техніки демонстрації патріотичного почуття-ставлення на основі мультимодальної метонімії ПОХОРОННИЙ ВІНОК замість ЗАГИБЛИХ ВОЇНІВ [Trump, status/1264906543516069894]

Твіт представлений фотографією, на яку накладено текст **“WE CAN NEVER REPLACE THEM. WE CAN NEVER REPAY THEM. BUT WE CAN ALWAYS REMEMBER.”** Над цим текстом розташовано напис *PRESIDENT DONALD J. TRUMP. MEMORIAL DAY 2020.* Фотографія зображує як Д. Трамп стоїть із своєю дружиною перед похоронним вінком. Президент прикладає праву руку до голови, роблячи жест військового вітання. Обличчя президентського подружжя не видно, адже Д. Трамп та Меланія повернуті спиною до камери. Вдалині видніється Меморіал Лінкольна.

Вербальне декларування / емотивне зараження реалізується трьома простими поширеними стверджувальними декларативно-оцінними реченнями-висловленнями, в основі яких лежить інтенція декларування патріотичного почуття-ставлення. Зокрема, за допомогою дієслова *remember* (пам’ятати) Д. Трамп виражає почуття-ставлення **пошани** до загиблих воїнів.

Водночас, Д. Трамп вдається до **вербального навіювання**, втіленого анафоричним синтаксичним повтором (***WE CAN NEVER REPLACE THEM. WE CAN NEVER REPAY THEM. BUT WE CAN ALWAYS REMEMBER***), на який накладається словесний повтор (повторюються прислівник *never* та займенник *them*) і повтор морфеми *-re* (*replace – repay – remember*). Серед цих повторів виділяється прислівник ***ALWAYS*** (завжди), що сприяє фокусуванню на ньому уваги (цьому також слугує **графіка** – лише слово ***ALWAYS*** не має виділення напівжирним шрифтом). У такий спосіб, Д. Трамп концентрує увагу реципієнта на тому, що президент на чолі із своїм електоратом завжди пам'ятає військовослужбовців, загиблих заради своєї країни.

Вербальне декларування взаємодіє із невербальними компонентами: проксемікою (позою – Д. Трамп та Меланія стоять стрімко) і кінесикою (жестом Д. Трампа – президент торкається правою рукою чола). За допомогою невербальних компонентів втілюється **невербальне декларування** почуття-ставлення **пошани**, адже жест Д. Трампа позначає віддання пошани загиблим воїнам. Невербальний модус взаємодіє із вербальним висловленням за **принципом координації** (див. [165, с. 92]), оскільки активована ними інформація є односпрямованою.

Ракурс фотографії передбачає фокусування уваги реципієнта на похоронному вінку, а не на особистостях Д. Трампа та Меланії, так як обличчя надає основну інформацію про людину [279, с. 37]. Хоча, як зазначають Г. Кресс та Т. ван Льовен, «повернутися спиною до когось також означає зробити себе вразливим, і це передбачає певний ступінь довіри» [267, с. 138].

Вербальний та візуальний модуси слугують **мультимодальному емотивному зараженню**, реалізованому **мультимодальною метонімією** (див. Рис. В.6 у Додатку В) **ПОХОРОННИЙ ВІНОК** замість **ЗАГИБЛИХ ВОЇНІВ**. Ця метонімія закорінена на відношенні **ЧАСТИНА ПОДІЇ** замість **ЦІЛОЇ ПОДІЇ**. Джерельна структура метонімії **ПОХОРОННИЙ ВІНОК**, втілена візуальним модусом (власне зображенням вінка), а цільова структура – вербальним модусом (займенником *them* (вони), що вказує на загиблих). Таке метонімічне заміщення

зумовлено тим, що візуальний перцептивний стимул (вінок) активує увесь сценарій військових похорон, висвітлюючи такі емоційно навантажені концепти як ЖУРБА, СМУТОК, СТРАЖДАННЯ, СПІВЧУТТЯ, ПОШАНА. Апелюючи до цих концептів, Д. Трамп закликає електорат переживати ці емоційні стани і формує в електорату інференцію про власний патріотизм.

4.1.1.2 Мультимодальна дискурсивна тактика демонстрації готовності захищати/битися за свою країну реалізується поєднанням риторичних технік, орієнтованих на емотивний / сугестивний комунікативний вплив, а саме візуального емотивного зараження та мультимодального емотивного зараження / декларування. Взаємодія різних модусів аналізованих твітів втілюється в мультимодальній метонімії, візуальній метафорі-алюзії, візуальній ланцюговій метонімії, мультимодальній ланцюговій метафорі-алюзії.

Розміщений нижче твіт Д. Трампа демонструє мультимодальне (вербально-зображально-невербальне) декларування / емотивне зараження на основі мультимодальної (вербально-зображально-невербальної) метонімії за участю вербального навіювання (Рис. 4.1.1.2.а):



Рис. 4.1.1.2.а Риторичні техніки демонстрації готовності захищати/битися за свою країну на основі мультимодальної метонімії **СТІНА, ЩО ЗАХИЩАЄ США ВІД МІГРАНТІВ** замість **ТРАМПА** [Trump, status/1174436714586132480]

Твіт представлений фотографією Д. Трампа на тлі стіни, збудованої на кордоні із Мексикою. На зображення накладено написи на червоному фоні **NO**

MÁS, NO MORE FAKE ASYLUM, NO MORE “CATCH AND RELEASE”, NO MORE ILLEGAL ENTRY INTO THE UNITED STATES. Перше речення висловлення *NO MÁS* написано іспанською і перекладається як «БІЛЬШЕ НІ». Висловлення “*CATCH AND RELEASE*” (зловити і відпустити) актуалізує вербальну метафору ІМІГРАНТИ Є ТВАРИНИ, яка притаманна расистському дискурсу і позбавляє іммігрантів людських якостей [303, р. 78–87; 326].

Вербальний і візуальний модуси твіту втілюють **мультимодальне (вербально-зображально-невербальне) декларування**. Вербальний модус представлений заперечними декларативними реченнями-висловлення *NO MÁS, NO MORE FAKE ASYLUM, NO MORE “CATCH AND RELEASE”, NO MORE ILLEGAL ENTRY INTO THE UNITED STATES*, які декларують неможливість нелегальної імміграції. Вербальний модус (номінативне речення іспанською *NO MÁS*) і візуальний модус (зображення стіни, ґрунт у її підніжжя (зображено пісок, який є ґрунтом, характерним для місцевості на кордоні США та Мексики)) дозволяють специфікувати неможливість нелегальної імміграції з Мексики. Невербальні компоненти, що включають міміку Д. Трампа (насуpliedі брови, зосереджений погляд, стиснуті губи), позначають агресію і посилюють заперечення, висловлене вербально. Невербальні компоненти взаємодіють із вербальним модусом за **принципом координації** (див. [165, с. 92]), адже вони є односпрямованими.

Окрім декларування, вербальний модус і зображальний та невербальний компоненти візуального модусу слугують **мультимодальному емотивному зараженню**, втіленому **мультимодальною метонімією** **СТІНА, ЩО ЗАХИЩАЄ США ВІД МІГРАНТІВ** замість **ТРАМПА** (див. Рис. В.7 у Додатку В). Ця метонімія закорінена на метонімічному відношенні **НАСЛІДОК** замість **ПРИЧИНИ**. Джерельна метонімічна структура втілюється вербально (номінативними реченнями-висловленнями, на які накладається **сугестивний повтор** *NO MORE (MÁS)*) і візуально (зображенням стіни). Цільова метонімічна структура втілюється виключно візуально – фотографією Д. Трампа.

Активуючи асоціативний зв'язок між Д. Трампом як головним «архітектором стіни» і захисником американського соціуму від знеособлених іммігрантів, метонімія дозволяє подивитися на Д. Трампа в більш глобальному масштабі – як захисника американців від усіх негативних тенденцій, зв'язаних із незаконною імміграцією.

Наступний твіт ілюструє риторичну техніку візуального (зображально-невербального) емотивного зараження, яка втілюється за взаємодії візуальної метафори-алюзії із візуальною ланцюговою метонімією (Рис. 4.1.1.2.б):

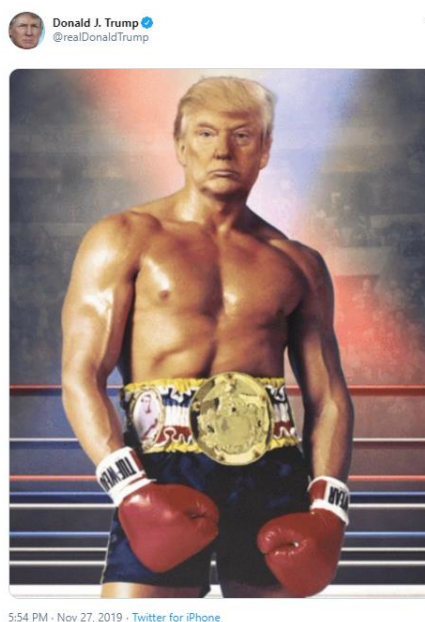


Рис. 4.1.1.2.б Риторичні техніки демонстрації готовності захищати/битися за свою країну на основі взаємодії візуальної метафори-алюзії ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є БОКСЕР РОККИ й візуальної ланцюгової метонімії ЧЕРВОНИЙ, СИНІЙ, БІЛИЙ КОЛЬОРИ замість ПРАПОРА США замість КРАЇНИ США [Trump, status/1199718185865535490]

Твіт представлений фотографією, яка зображає Д. Трампа в образі боксера на ринзі: червоні рукавиці, сині шорти та пояс чемпіона світу ведуть до інференції про перемогу у боксерському поєдинку. Цей твіт не має вербального контексту, окрім написів на боксерських рукавицях *TUF WEAR*, що позначають бренд їх виробника. Огородження рингу репрезентоване червоними, білими і синіми мотузками. Д. Трамп пильно дивиться на реципієнта. Позаду нього перетинаються проміні світла червоного, синього і білого кольору.

Цей твіт Д. Трампа відсилає до постера до фільму 1982 року *Роккі III*, на якому зображено Роккі Бальбоа – одного з найпопулярніших героїв американських фільмів. Відтак, візуальний модус (зображення і невербальні комунікативні компоненти) цього твіту слугують **візуальному емотивному зараженню**, закоріненому на **візуальній (зображально-невербальній) метафорі-алюзії** ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є БОКСЕР РОККІ (див. Рис. В.8 у Додатку В). Вербальний модус (написи на рукавичках) не відіграє суттєвої ролі у створенні метафори.

Зображення веде до інференції про перемогу ТРАМПА-БОКСЕРА над своїм суперником (Демократичною партією). На вихідний домен ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ проєктуються такі риси з джерельного домену БОКСЕР РОККІ як **ЖОРСТОКИЙ, БЕЗСТРАШНИЙ, СИЛЬНИЙ, НЕПЕРЕМОЖЕНИЙ, НЕЗЛАМНИЙ, ЧЕСНИЙ**. Невербальні комунікативні компоненти репрезентовані мімікою (погляд Д. Трампа, спрямований прямо на реципієнта, створює уявний контакт із користувачем твітеру [267, с. 117]) і проксемікою (поза боксера). *Впевнений та рішучий погляд* президента співвідноситься із рисами, що проєктуються з джерельної метафоричної структури на метафоричну ціль ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ. Невербальний модус взаємодіє із зображальним модусом за **принципом координації**. Хоча принцип координації є інструментом опису взаємодії вербального і невербального модусів (див. [165, с. 105]), ми вважаємо, що його можна поширити і застосовувати для опису взаємодії ресурсів будь-яких модусів, які активують ідентичну базову інформацію.

Червоний та синій проміні світла актуалізують **візуальний метонімічний ланцюг**: **ЧЕРВОНИЙ, СИНІЙ, БІЛИЙ КОЛЬОРИ** замість ПРАПОРА США замість КРАЇНИ США. Відтак, цей твіт конструює образ ТРАМПА-БОКСЕРА, який одержав перемогу над своїм суперником (демократами) у битві заради своєї країни.

Дослідники відзначають поширення метафоричної моделі ПОЛІТИКА це СПОРТ у політичному дискурсі (див. [157; 30, с. 119–120; 242; 268, с. 294; 331, с. 97–101]). Вибір виду спорту, що виступає в якості метафоричного джерела,

зумовлюється культурним контекстом і характером теми, що обговорюється [331, с. 97]. В американській політиці часто використовуються метафори американського футболу, баскетболу й боксу [260]. Метафоричні вирази з американського футболу переважно задіюються, коли «політики говорять про внутрішні механізми своєї роботи», метафори баскетболу позначають «статус або оцінку ефективності діяльності» [260, с. 92–93; цит. за 331, с. 97]. Метафори боксу є «більш доречними в обговоренні видатних політиків та їхнього протистояння: наймогутніші та найвпливовіші політичні діячі можуть бути схарактеризовані як «важковаговики», а очні дебати між кандидатами на пост президента як боксерські матчі» [331, с. 97].

Наступний твіт репрезентує риторичну техніку мультимодального (вербально-зображально-невербального) емотивного зараження, що реалізується на основі мультимодального метафоричного ланцюга ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є ДЯДЬКО СЕМ є БАТЬКО, поміщеного у контекст алюзії (Рис. 4.1.1.2.в):



Рис. 4.1.1.2.в Риторичні техніки демонстрації готовності захищати/битися за свою країну на основі мультимодальної ланцюгової метафори-алюзії ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є ДЯДЬКО СЕМ є БАТЬКО [Trump, status/1207508280207011841]

Твіт представлений чорно-білою фотографією Д. Трампа, який сидить на стільці із направленим на реципієнта вказівним пальцем правої руки. Погляд президента спрямований прямо на реципієнта. На фотографію накладено напис

IN REALITY THEY'RE NOT AFTER ME. THEY'RE AFTER YOU. I'M JUST IN THE WAY.

Аналізований твіт слугує **мультимодальному (вербально-зображально-невербальному) емотивному зараженню** реципієнта, утворюючи **мультимодальну ланцюгову метафору-алюзію** **ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є ДЯДЬКО СЕМ є БАТЬКО**.

Фотографія Д. Трампа і займенник *YOU* активують **мультимодальну алюзію** до плакату авторства Дж. Флега «Ти потрібен мені для армії Сполучених Штатів» (*I want you for U.S. army*) із зображенням Дядька Сема.

Твіт є інтернет-мемом, адже містить змінені культурно значущі елементи (про естетичний аспект політичних інтернет-мемів див. [210]) й прототипічну для інтернет-мему схему розташування тексту і зображення (написи, написані білим кольором шрифтом *Impact* накладено на зображення зверху і знизу [349, с. 175–176]). Хоча поняття інтернет-мему має у підґрунті ідею мему як «одиниці передачі культурних смислів», започатковану Р. Докінсом [222, с. 192], у сучасних дослідженнях інтернет-мем визначається як: «(а) група електронних об'єктів, що мають спільні характеристики змісту, форми та / або відношення, які (b) були створені з усвідомленням існування подібних об'єктів, та (c) були розповсюджені, імітовані та / або трансформовані багатьма користувачами у мережі Інтернет» [333, с. 41]. Серед визначальних рис політичного інтернет-мему, який виокремлюють згідно до типу дискурсу [333, с. 119], постають мультимодальність, інтертекстуальність, залежність від поточного контексту, емоційне забарвлення, простота структури [296; 333; 316; див. обговорення 293]).

Цей політичний інтернет-мем втілює є образом і втілює **мультимодальний (вербально-зображально-невербальний) метафоричний ланцюг** **ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є ДЯДЬКО СЕМ є БАТЬКО** (аналіз метафоричних інтернет-мемів див. [292]). Домен **ДЯДЬКО СЕМ** є персоніфікацією Федерального уряду США або американської нації в цілому [369]. Проте метафора **ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є ДЯДЬКО СЕМ** є не тільки

специфікацією метафори НАЦІЯ це ЛЮДИНА (див. [303]), але також специфікацією метафори НАЦІЯ ЦЕ СІМ'Я, у структурі якої УРЯД метафорично уподібнюється БАТЬКОВІ [272, с. 153–155]. У цій концептуальній моделі уряд розглядається як «старша особа чоловічої статі, яка володіє авторитетом, і є, як правило, батьком» [272, с. 153], в той час як громадяни є дітьми, про яких уряд має піклуватися. Вербальний модус твіту Д. Трампа, представлений реченням-висловленням *IN REALITY THEY'RE NOT AFTER ME. THEY'RE AFTER YOU. I'M JUST IN THE WAY*, також свідчить на користь саме такого тлумачення.

Невербальні комунікативні компоненти представлені кінесикою: мімікою (погляд Д. Трампа, направлений прямо на реципієнта створює уявний контакт із користувачем Твітеру [267, с. 117]); вказівним дейктичним жестом, направленим прямо на реципієнта. Невербальні компоненти взаємодіють із вербальним модусом за **принципом субординації** [165, с. 100], оскільки жест і міміка допомагають ідентифікувати адресата повідомлення – кожного користувача Твітеру, до якого звертається Д. Трамп і елімінація невербальної складової призвела б до «порушення комунікативної цілісності» [там само] мультимодального висловлення.

Відповідно, створюється мультимодальний метафоричний ланцюг ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є ДЯДЬКО СЕМ є БАТЬКО (див. Рис. В.9 у Додатку В). Вихідний домен ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ виражено виключно візуально (фотографією Д. Трампа), джерельний/вихідний домен ДЯДЬКО СЕМ виражено виключно візуально (позою та жестом Д. Трампа, що нагадує Дядька Сема). Джерельний домен БАТЬКО імпліковано вербально, адже інтенцією наведеного вище речення-висловлення є запевнити свій електорат у тому, що істеблішмент, демократи, опозиційні ЗМІ бажають скоїти щось погане проти американської нації, і тільки Д. Трамп як справжній батько захищає американців від істеблішменту. Відповідно, на домен ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ проєктуються такі риси як ПАТРІОТИЗМ (з домену ДЯДЬКО СЕМ) і МОРАЛЬНИЙ, БАТЬКІВСЬКИЙ, ДОРОГИЙ, ЛЮБЛЯЧИЙ (з домену БАТЬКО) [377]. Так,

формується інференція про батьківський захист американської нації Д. Трампом-патріотом.

4.1.1.3 Мультимодальна дискурсивна тактика проголошення першочерговості інтересів своєї країни втілюється як риторичними техніками, орієнтованими на емоційний/сугестивний вплив, – мультимодальним емотивним зараженням, візуальним декларуванням, вербальним спонукуванням / навіюванням, графічним виділенням, так і риторичними техніками, орієнтованими на раціональний вплив, – мультимодальним доведенням, вербальним роз’ясненням.

А. Риторичні техніки, орієнтовані на емотивний / сугестивний комунікативний вплив включають мультимодальне емотивне зараження / декларування і вербальне навіювання.

У наступному твіті Д. Трампа переплітаються риторичні техніки мультимодального емотивного зараження, візуального декларування, вербального спонукування / навіювання і графічного виділення. Твіт також містить вкраплення роз’яснення орієнтованого на раціональний комунікативний вплив (Рис. 4.1.1.3.а).



Рис. 4.1.1.3.а Риторичні техніки проголошення першочерговості інтересів своєї країни, орієнтовані на емотивний/сугестивний вплив [Trump, status/936014271858831361]

Цей твіт складається з набірного вербального повідомлення і прикріпного бімодального зображення, у якому майже повністю повторюється набірний текст: *A vote to CUT TAXES is a vote to PUT AMERICA FIRST. It is time to take care of OUR WORKERS, to protect OUR COMMUNITIES, and to **REBUILD OUR GREAT COUNTRY***. У набірному повідомленні це речення-висловлення доповнюється посиланням *45.wh.gov/XocfMQ*, а у прикріпному – підписом *PRESIDENT DONALD J. TRUMP*. Фотографія зображує Д. Трампа за кафедрою під час промови. На задньому плані видно натовп людей, які уважно слухають президента. Їхні обличчя розмиті, адже вони не перебувають у фокусі фотографії.

Вербальне спонування реалізується спонукально-стверджувальним реченням-висловленням із конструкцією *It is time to*. Дієслівні словосполучення *put first* (поставити на перше місце) та *take care* (піклуватися) втілюють ідею першочерговості інтересів американців. На вербальне спонування накладається **вербальне навіювання**, втілене словесним повтором (займенник *our* повторюється три рази), і **вербальне роз'яснення** з метою обґрунтування необхідності податкової реформи (*A vote to CUT TAXES is a vote to PUT AMERICA FIRST*). Акцентування потрібної інформації досягається **графічним виділенням**: частини речення, на яких Д. Трамп робить наголос, виділені великими літерами і напівжирним шрифтом (*CUT TAXES, PUT AMERICA FIRST, OUR WORKERS, OUR COMMUNITIES, **REBUILD OUR GREAT COUNTRY***). **Вербальне емотивне зараження** досягається вживанням слоганів типу *PUT AMERICA FIRST, **REBUILD OUR GREAT COUNTRY***, які відсилають до концепту ПЕРШОЧЕРГОВОСТІ ІНТЕРЕСІВ США.

Невербальні компоненти візуального модусу слугують **візуальному декларуванню/емотивному зараженню**. Невербальні компоненти твіту подані кінесикою (мімікою: поглядом; жестами) і проксемікою (поза). Руки Д. Трампа розведені у протилежні сторони, відкриті долоні повернуті догори і начебто протягнуті до аудиторії. Відкриті долоні вважаються універсальним жестом, який виражає чесність та відкритість [307; 308], відсутність агресії [337].

Людина, яка тримає долоні відкритими, начебто показує, що вона нічого не приховує [373]. Як зазначає психолог Дж. Бітті [221], Д. Трамп використовує цей жест, щоб «побудувати «ми» зв'язок з аудиторією. Він показує, що він відчуває такі ж самі емоції як його аудиторія» [221]. Цей експресивний жест характеризує Д. Трампа як харизматичного політика [312] і виражає почуття-ставлення **прихильності** до електорату. Невербальні компоненти взаємодіють із вербальним модусом за **принципом координації** (див. [165, с. 92]), адже сприяють будуванню зв'язку із електоратом, вираженому вербально займенником *our* (наш).

Б. Риторичні техніки, орієнтовані на раціональний комунікативний вплив включають, насамперед, доведення.

Розміщений нижче твіт ілюструє риторичну техніку мультимодального доведення у поєднанні з вербальним декларуванням / емотивним зараженням (Рис. 4.1.1.3.6):

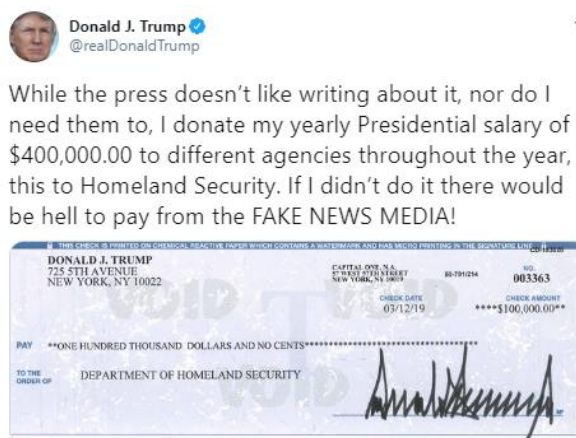


Рис. 4.1.1.3.6 Риторичні техніки проголошення першочерговості інтересів своєї країни, орієнтовані на раціональний комунікативний вплив [Trump, status/1107771030385426432]

Цей твіт складається з двох частин – прикріпного бімодального зображення і набірного тексту *While the press doesn't like writing about it, nor do I need them to, I donate my yearly Presidential salary of \$400,000.00 to different agencies throughout the year, this to Homeland Security. If I didn't do it there would be hell to pay from the FAKE NEWS MEDIA!* Прикріпний елемент твіту представлено зображенням чеку, який має вербальні вкраплення *DONALD*

J. TRUMP, ONE HUNDRED THOUSAND DOLLARS AND NO CENTS, DEPARTMENT OF HOMELAND SECURITY та інші.

Мультимодальне доведення реалізується за допомогою двох пропозицій, пов'язаних каузальним зв'язком і втілених вербальним і візуальним модусами. Вербальний модус твіту втілює антецедентну пропозицію доведення [Д. Трамп пожертвував свою зарплатню до Міністерства внутрішньої безпеки США]. Візуальний модус твіту дублює антецедентну пропозицію, виражену вербально, адже візуально репрезентує факт передання Д. Трампом грошей на користь США. Консеквентна пропозиція доведення виражена імпліцитно: твіт спрямований на формування у електорату інференції [Оскільки Д. Трамп пожертвував свою зарплатню до Міністерства внутрішньої безпеки США [для Д. Трампа інтереси США важливіші за власні інтереси]]. Оскільки вербальний і візуальний модуси надають майже однакову інформацію, цей випадок розуміємо як **паралельне доведення**.

Мультимодальне доведення доповнюється **вербальним декларуванням / емотивним зараженням**, втіленим у окличному складнопідрядному реченні із підрядним умови *If I didn't do it there would be hell to pay from the FAKE NEWS MEDIA!* Так, фразеологічна одиниця *hell to pay* (розм. серйозні наслідки [362]) емотивно заражає реципієнта, актуалізуючи негативно навантажений концепт ПЕКЛО. За допомогою нього Д. Трамп окреслює масштаб неприємностей від ЗМІ, які би мали місце у разі порушення Д. Трампом своєї обіцянки жертвувати свою зарплатню на користь країни. Водночас, вибір розмовного стилю, не характерного для мовлення президента США, сприяє зближенню Д. Трампа із електоратом. Виділення словосполучення *FAKE NEWS MEDIA* великими літерами передає емоційний наголос, що також сприяє емотивному зараженню реципієнта.

4.1.2 Мультимодальна дискурсивна субстратегія демонстрації ефективності: комунікативна роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР. Соціально-комунікативний намір демонстрації ефективності

реалізується як риторичними техніками, орієнтованими на емотивний/сугестивний вплив, так і риторичними техніками, орієнтованими на раціональний вплив.

А. Риторичні техніки, орієнтовані на емотивний / сугестивний комунікативний вплив включають мультимодальне (зображально-вербальне) емотивне зараження / декларування на основі мультимодальної метонімії. Наприклад (Рис. 4.1.2.a):



Рис. 4.1.2.a Мультимодальне емотивне зараження / декларування ефективності на основі мультимодальної метонімії **РОБОЧЕ МІСЦЕ ЗВАРЮВАЛЬНИКА** замість **РОБОЧИ МІСЦЯ** [Trump, status/1081288316236967937]

У цьому твіті Д. Трампа набірний текст *“Job growth surges by 312,000 in December”* доповнюється прикріпним повідомленням, на якому зображено зварювальника за роботою. Фотографію доповнює підпис *Job creation ended 2018 on a powerful note, with nonfarm payrolls surging by 312,000 in December though the unemployment rate rose to 3.9 percent.*

Мультимодальна метонімія закорінена на відношеннях **ЧАСТИНА** замість **ЦІЛОГО** – **РОБОЧЕ МІСЦЕ ЗВАРЮВАЛЬНИКА** замість **РОБОЧИ МІСЦЯ** (див. Рис. В.10 у Додатку В). Провідник (джерело) метонімії представлено візуальним модусом – фотографією, яка показує зварювальника за роботою. На фотографії можна побачити робочу форму робітника, інструменти,

а також іскри і яскраве світло від зварки. Цільовий концепт репрезентований вербальним модусом – лексемами *job*, *job creation*, *job growth* у складі стверджувального речення-висловлення, що втілює риторичну стратегію декларування. Концепт-ціль і концепт-джерело (провідник) є складниками одного домену РОБОЧИ МІСЦЯ. Вибір фотографії зварювальника з метою метонімічного заміщення зумовлено тим, що забезпечення зайнятості у промисловості є однією з ключових складових політичного курсу Д. Трампа. Візуально репрезентовані концептуальні структури джерела метонімії активують позитивно оцінні концепти ТЕХНОЛОГІЧНІСТЬ, ПРОФЕСІЙНІСТЬ (зварювальник є екіпірованим сучасним обладнанням, справляє враження впевненого професіонала своєї справи), що створює позитивний емоційний фон для втілення субстратегії демонстрації ефективності. Метонімія імплікує інференцію, що партія Д. Трампа ефективно забезпечує електорат робочими вакансіями, які потребують високої кваліфікації і його електорат відповідає цим вимогам.

Б. Риторичні техніки, орієнтовані на раціональний комунікативний вплив втілюється мультимодальним доведенням на основі поєднання вербального модусу із зображеннями, графіками або фотографіями Д. Трампа. Експлікованим є, як правило, антецедент, проте зареєстровані випадки, коли обидві пропозиції доведення є експлікованими [112]. Наприклад (Рис. 4.1.2.6):



Рис. 4.1.2.6 Риторична техніка мультимодального (спільного) доведення ефективності із експлікацією обох пропозицій [Trump, status/949070800417640454]

Цей твіт складається з двох частин: набірного тексту *MAKING AMERICA GREAT AGAIN!* і прикріпного зображення, яке представлено кадром із випуску новин FOX BUSINESS і показує темпи росту промислового індексу Доу-Джонса. Зображення має вербальні вкраплення *DOW MILESTONES, RECORD DAY ON WALL STREET @FOXBUSINESS*, цифрові позначення *19K ... 25K*, де *K* позначає тисячі, і дати, наприклад *1/25/17*. Кадр нагадує інтер'єр Фондової біржі *New York Stock Exchange*.

Вербальний і візуальний модуси щільно пов'язані і разом слугують **мультимодальному доведенню**. Твіт зводиться до двох пропозицій, пов'язаних каузальним зв'язком. Антецедентна пропозиція доведення втілюється прикріпним зображенням, у якому задіяні візуальний і вербальний модуси – зображення метонімічно репрезентує увесь фондовий ринок, а вербальний модус надає інформацію про темпи росту індексу Доу Джонса. Набірне повідомлення *MAKING AMERICA GREAT AGAIN!* втілює консеквентну пропозицію доведення [Д. Трамп робить Америку знову великою]. Таким чином, цей твіт дозволяє реципієнтам вивести інференцію [Оскільки за рік перебування на посаді президента Д. Трампа індекс Доу-Джонса збільшився з 20 тисяч до 25 тисяч [Д. Трамп повертає велич Америці]].

Цей приклад відноситься до **спільного доведення**, оскільки антецедентна пропозиція виражена візуальним і вербальним модусами, а консеквентна – вербальним модусом. Зв'язок між пропозиціями віртуальний і реалізується лише у тому випадку, якщо реципієнти виводять очікувану інференцію. Доведення спонукає користувачів Твітеру вивести інференцію про ефективність Д. Трампа на посаді Президента США.

У наступному твіті Д. Трампа антецедентна пропозиція мультимодального доведення виражена експліцитно, а консеквентна імплікується (Рис. 4.1.2.в):



Рис. 4.1.2.в Риторична техніка мультимодального (паралельного) доведення ефективності із експлікацією антецедентної пропозиції [Trump, status/1047931723302887424]

Цей твіт Д. Трампа складається з набірного тексту *"U.S. Stocks Widen Global Lead"* і прикріпного графіку із вербальними вкрапленнями: *U.S. Stocks Widen Global Lead, Domestic shares outperform international indexes; rally prompts warnings on valuations; THE WALL STREET JOURNAL.*

Вербальний і візуальний модуси слугують **мультимодальному доведенню**, у якому експлікується тільки антецедентна пропозиція. Вербальний модус зводиться до антецедентних пропозицій [Акції США укріплюють лідируючу позицію], [внутрішні акції показали найкращу динаміку у міжнародних індексах]. Візуальний модус (графік) унаочнює і деталізує ці пропозиції. Консеквентна пропозиція імплікується. Таким чином, цей твіт спрямований на виведення інференції [Оскільки акції США укріплюють лідируючу позицію [Д. Трамп ефективний]]. Цей приклад репрезентує **паралельне доведення**, так як антецедентна пропозиція дублюється вербальним текстом і зображенням.

Частотними є приклади, у яких на риторичну техніку мультимодального доведення накладається мультимодальне декларування / емотивне зараження. Наприклад (Рис. 4.1.2.г):



Рис. 4.1.2.г Риторичні техніки мультимодального (спільного) доведення / емотивного зараження / декларування ефективності із експлікацією антецедентної пропозиції [Trump, status/1268943786937397248]

Твіт представлений фотографією, яка зображує Д. Трампа на трапі літаку Президента США із піднятою правою рукою догори. На зображення накладено трьохкомпонентне складне речення із сурядним та підрядним зв'язком ***EXPERTS SAID WE WOULD LOSE 7.5 MILLION JOBS IN MAY... BUT WE ADDED 2.5 MILLION***. Це речення-висловлення доповнюється вербальним вкрапленням *PRESIDENT DONALD J. TRUMP*, розташованим внизу зліва і гербом США.

Мультимодальне доведення втілюється вербальним і візуальним модусами. Вербальний модус твіту, представлений третьою клаузою складного речення (***WE ADDED 2.5 MILLION***) репрезентує антецедентну пропозицію, адже містить факт про позитивні зміни в економіці США [Ми додали 2,5 мільйони (робочих місць)]. Консеквентна пропозиція доведення імплікується [Д. Трамп є ефективним]. Візуальний модус, який зображує Д. Трампа, дозволяє зрозуміти, що актантом доведення є Д. Трамп із його командою. Цей випадок класифікуємо як **спільне доведення**, адже візуальний та вербальний модуси разом утворюють аргумент.

Ракурс фотографії (низький кут камери – фотографію президента зроблено знизу) надає йому більшої значущості, відчуття домінування над реципієнтом

[267, с. 140], створюючи **візуальну орієнтаційну метафору** КОНТРОЛЬ ТА СИЛА є ЗВЕРХУ, ВИСОКИЙ СТАТУС є ЗВЕРХУ [279, с. 15].

На доведення накладається **вербальне декларування** (*EXPERTS SAID WE WOULD LOSE 7.5 MILLION JOBS IN MAY*) та **емотивне зараження**, представлене **антитезою**, що протиставляє несприятливий прогноз на ринку праці реальному положенню справ (*WOULD LOSE 7.5 MILLION JOBS :: ADDED 2.5 MILLION*). Також варто відзначити **графічні засоби**, а саме використання більш великого розміру шрифту для клаузи *BUT WE ADDED 2.5 MILLION* і виділення слова *ADDED* курсивом, що також слугує **емотивному зараженню**, адже візуально виділяє і робить наголос на окремих компонентах цього речення-висловлення.

Невербальний модус містить **кінесичні** (мімічні: Д. Трамп пильно дивиться вдалечінь; кінетичні: жест привітання піднятою правою рукою) і **проксемічні** компоненти (поза)). Поза та погляд говорять про рішучість – рису, притаманну менеджеру, отже вербальний і невербальний модуси взаємодіють за **принципом координації** (див. [165, с. 92]).

4.1.3 Мультимодальна дискурсивна субстратегія демонстрації сили: комунікативна роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР. Ця субстратегія реалізується риторичними техніками мультимодального декларування / емотивного зараження, орієнтованими на емотивний / сугестивний вплив. Різні модуси твітів, задіяні в реалізації цих риторичних технік, взаємодіють і утворюють мультимодальні метафори і метафтонімії-алюзії.

Наступний твіт ілюструє риторичну техніку мультимодального емотивного зараження на основі мультимодальної метафори (Рис. 4.1.3.а):



Рис. 4.1.3.а Риторичні техніки демонстрації сили на основі мультимодальної метафори ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є СНІГОПРИБИРАЛЬНА МАШИНА [Trump, status/1220463728535252992]

У цьому твіті набірне повідомлення *That is a real fan. Thank you!* доповнюється фотографією снігоприбиральної машини. Ківш машини має білі написи на червоному фоні: *2020 TRUMP 2020 PUSHING THE SNOWFLAKES ASIDE*. Фотографія відтворює типовий міський пейзаж, на якому можна побачити кілька машин, будівлі, дорогу. Перед снігоприбиральною машиною видно невелику ділянку із снігом.

Вербальний і візуальний модуси слугують мультимодальному емотивному зараженню, адже створюють мультимодальну метафору ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є СНІГОПРИБИРАЛЬНА МАШИНА (див. Рис. В.11 у Додатку В). Джерельний домен метафори виражено виключно візуально – фотографією білої снігоприбиральної машини із великим ківшом. Цільовий домен метафори актуалізується виключно вербальним модусом – написом *TRUMP* на ківші. З джерельного домену на домен ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ проєктуються такі риси як ВАЖКИЙ, ТАКИЙ, ЩО РУХАЄТЬСЯ, ЧИСТИЙ [377]. Так як снігоприбиральна машина прибирає сніг, опоненти Д. Трампа метафорично називаються сніжинками – *snowflakes* («розм., зневажл. надмірно чутлива людина або людина, яку легко образити, або людина, яка вважає, що вона має право на особливе ставлення на підставі її нібито унікальних рис»

[367]). Метафора сніжинки використовується консерваторами як образлива назва прихильників лібералів [306; 320]. У структурі **вербальної метафори** ДЕМОКРАТИ є СНІЖИНКАМИ з джерельного домену СНІЖИНКА на цільовий домен ДЕМОКРАТИ проєктуються такі риси як УНІКАЛЬНИЙ, ДЕЛІКАТНИЙ, КРИХКИЙ [377]. Так конструюється образ ТРАМПА-СНІГОПРИБИРАЛЬНОЇ МАШИНИ, яка усуне демократів на виборах у 2020 році.

На мультимодальне емотивне зараження накладається **вербальне декларування / емотивне зараження**, реалізоване набірним повідомленням – декларативно-оцінним стверджувальним і окличним реченнями. Позитивно навантажені емотивно-оцінний прикметник *real* (справжній) та іменник *fan* (прихильник) надають позитивну оцінку водію снігоприбиральної машини, який розмістив на ній написи. Висловлення подяки, втілене окличним реченням *Thank you!* висловлює почуття-ставлення **прихильності** до анонімного хазяїна машини.

Наступний твіт репрезентує риторичні техніки мультимодального декларування / емотивного зараження, які створюють мультимодальну метафтонімію-алюзію (Рис. 4.1.3.6):



Рис. 4.1.3.6 Риторичні техніки демонстрації сили на основі мультимодальної метафори-алюзії САНКЦІЇ ТРАМПА є ЗИМА У ГРІ ПРЕСТОЛІВ [Trump, status/1058388700617498625]

Цей твіт представлений прикріпним бімодальним зображенням: фотографія зображує, як Д. Трамп рішуче йде вперед. Погляд президента направлений праворуч. Позаду Д. Трампа видніється білий туман на темно-синьому фоні. На фотографію накладено напис *SANCTIONS ARE COMING NOVEMBER 5*.

Мультимодальне декларування / мультимодальне емотивне зараження втілюється вербальним і візуальним (включно із невербальними компонентами) модусами на основі мультимодальної алюзії і мультимодальної метафониї.

Вербальний модус **мультимодальної алюзії** представлений декларативним реченням-висловленням *SANCTIONS ARE COMING NOVEMBER 5*, яке асоціюється із слоганом до телесеріалу «Гра престолів» *Winter is coming*. Цей слоган активує у свідомості реципієнтів, знайомих із телесеріалом «Гра Престолів» (а це мільйони телеглядачів не лише у США, а й усьому світі) асоціацію з головною інтригою серіалу: приходом зими, а з нею і небезпеки. Структурно-семантично *SANCTIONS ARE COMING NOVEMBER 5* частково відтворює оригінал: *winter* замінюється *sanctions*, а *November 5* позначає дату вступу у силу санкцій. На користь цієї алюзії слугує шрифт, який є ідентичним оригінальному напису *Winter is coming*. Вербальне повідомлення має буквальне значення – Д. Трамп збирається ввести санкції по відношенню до Ірану п'ятого листопада. Про те, що саме Іран підпадає під дію санкцій, можна дізнатися тільки володіючи знаннями про політичну ситуацію в США. Жодний компонент твіту не активує цієї інформації. У візуальному модусі алюзію до серіалу підтримує темний фон із білим туманом і памороззю, що викликає асоціації із словом *winter* в оригінальному слогані *Winter is coming* і образами зими у серіалі.

Контекст алюзії до «Гри Престолів» складає підґрунтя для **мультимодальної метафори** УПРОВАДЖЕННЯ САНКЦІЙ ТРАМПА Є ПРИХОДОМ ЗИМИ У ГРІ ПРЕСТОЛІВ. Джерельний домен метафори виражений вербально – слоганом [...] *ARE COMING* і візуально – темним фоном

із білим туманом і памороззю. Цільовий домен втілюється вербально – слоганом і візуально – фотографією Д. Трампа. Як відомо з серіалу, зима у Вестеросі є загрозою людству, адже з нею неминуче приходять Білі блукачі, які прагнуть заповнити весь Вестерос. Ці ознаки джерела – СУВОРИЙ, ЛЮТИЙ, НЕВІДВОРОТЛИВИЙ, ДОВГОТРИВАЛИЙ, НЕБЕЗПЕЧНИЙ, СУМНИЙ, ТАКИЙ, ЩО ЗАМЕРЗ ДО СМЕРТІ [377] – проектується на цільовий домен метафори (див. Рис. В.12 у Додатку В).

Особливу роль у конструюванні мультимодальної метафори відіграє невербальний модус, репрезентований кінесичними компонентами (мімікою: Д. Трамп зосереджено дивиться у бік і має серйозний вираз обличчя, що надає враження сили і впевненості) і проксемічними компонентами (позою: рішуче йде вперед). Ракурс фотографії дозволяє роздивитися надвербальні комунікативні компоненти: президент одягнутий у темний костюм, білу сорочку і червону краватку, що відповідає посаді Президента США. Вербальні і невербальні комунікативні компоненти взаємодіють за **принципом координації** (див. [165, с. 92]), адже є односпрямованими.

4.1.4 Мультимодальна дискурсивна субстратегія фамільяризації: комунікативна роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ. Ця субстратегія реалізується за допомогою мультимодального інформування, орієнтованого на раціональний комунікативний вплив, і мультимодального декларування / емотивного зараження, орієнтованих на емотивний комунікативний вплив.

А. Риторичні техніки, орієнтовані на емотивний/сугестивний комунікативний вплив, включають, насамперед, емотивне зараження, що втілюється твітах, у яких Д. Трамп жартує або ділиться особистими емоціями.

Прикладом є наступний твіт (Рис. 4.1.4.а):



Рис. 4.1.4.а Риторична техніка фамільяризації на основі мультимодального емотивного зараження [Trump, status/1205128914571603968]

Набірний текст цього твіту подано висловленням *#ThrowbackThursday* і символом прапора США. Чорно-біла фотографія зображає Д. Трампа поряд із колишнім президентом США Рональдом Рейганом, який стоїть біля мікрофону. Д. Трамп аплодує.

Вербальний і візуальний модуси цього твіту слугують **мультимодальному емотивному зараженню**. Висловлення *#ThrowbackThursday* (Четвер спогадів або Ностальгічний четвер) є хештегом – «словом або фразою, яким передуює знак хеш і які використовуються на веб-сайтах соціальних медіа і у додатках, особливо у Твіттері, з метою розпізнання повідомлень на певну тему» [367]). Четвер спогадів або Ностальгічний четвер – це тематичний день в Інтернеті, який відзначають кожного четверга і у який люди діляться їхніми старими фотографіями на сайтах соціальних мереж [366]). Четвер спогадів користується великою популярністю у соціальних медіа, адже «людям подобається згадувати їх дитинство, старих друзів, стосунки ..., які повертають щасливі спогади» [298]. Приєднуючись до цієї популярної інтернет-практики, Д. Трамп імплікує свою приналежність до інтернет-спільноти.

Вербальний модус (хештег *#ThrowbackThursday*) активує сценарій ЧЕТВЕР СПОГАДІВ, який передбачає активацію таких позитивних емотивних станів як РАДІСТЬ, ЩАСТЯ, ЗАДОВОЛЕННЯ. Візуальний модус (чорно-біла

фотографія) зображує момент з минулого, коли Д. Трамп знаходився поруч із колишнім президентом Р. Рейганом, що було великою честю для нього. Невербальні компоненти комунікації, представлені кінесичними компонентами (мімічними: погляд Д. Трампа спрямований на Р. Рейгана, щоки підняті, посмішка; жестовими: оплесками) свідчать про позитивний емотивний стан Трампа і взаємодіють із вербальним за **принципом координації** (див. [165, с. 92]).

Прикладом риторичної техніки емотивного зараження, що реалізується за допомогою жартів, із переходом на **гумористичну тональність**, слугує наступний твіт (Рис. 4.1.4.6):



Рис. 4.1.4.6 Гумористична риторична техніка фамільяризації на основі мультимодального емотивного зараження [Trump, status/1163603361423351808]

Цей твіт представлений вербальним висловленням *I promise not to do this to Greenland!* і прикріпною фотографією, яка зображує невелике поселення із одноповерховими домівками, посеред яких розміщено велетенський хмарочос із написом TRUMP. Цей хмарочос, як відомо, є готелем у центрі Лас-Вегасу. Внизу на фотографію накладено напис GREENLAND, який *закріплює* (за Р. Бартом [205, с. 37]) відповідне значення за сфотографованою місцевістю і дозволяє ідентифікувати її як Гренландію.

Вербальний модус подано декларативним окличним реченням *I promise not to do this to Greenland!* у якому президент за допомогою дієслова *promise* (обіцяти) обіцяє «не робити цього у Гренландії». Займенник *this* відсилає до велетенської будівлі, яку спостерігаємо у межах візуального модусу. Д. Трамп обіцяє не будувати велетенський готель у Гренландії, що відбувається на фоні чуток, що президент бажає купити Гренландію у Данії.

Вербальний і візуальний модуси створюють ефект інконгруентності, закорінений на порушенні онтологічних норм. **Мультимодальний контраст** є переважно візуальним, проте вербальний модус допомагає правильно інтерпретувати зображення. ГОТЕЛЬ ТРАМПА (виражено вербально і візуально) є несумісним із ДОМІВКАМИ В ГРЕНЛАНДІЇ (виражено вербально і візуально), адже Гренландія є малонаселеним островом із важкими умовами життя, і для неї не характерні багатоповерхові будівлі (див. Рис. В.13 у Додатку В). Говорячи, що Д. Трамп не збирається будувати велетенський готель у Гренландії, президент повертає на жарт чутки про свій намір викупити острів і водночас встановлює дружній зв'язок із електоратом.

Б. Риторичні техніки, орієнтовані на раціональний комунікативний вплив, залучають, насамперед, мультимодальне інформування, що втілюється у твітах Д. Трампа, у яких президент інформує про буденні події свого життя.

Цю техніку, як правило, репрезентують твіти, які мають набірне вербальне повідомлення й прикріпне зображення. Наприклад (Рис. 4.1.4.в):



Рис. 4.1.4.в Риторична техніка фамільяризації на основі мультимодального інформування [Trump, 1) status/1223640662689689602; 2) status/1225820258797314048; 3) status/1171175113883934720]

У першому прикладі (Рис. 4.1.4.в.1) набірне повідомлення *Getting a little exercise this morning!* доповнюється фотографією Д. Трампа, який займається гольфом. **Мультимодальне інформування** втілюється вербально (окличним реченням *Getting a little exercise this morning!*) і візуально (фотографією президента на полі для гольфу із ключкою для гольфу; невербальною: проксемічними комунікативними компонентами, а саме позою гравця у гольф). Вербальний і невербальний модуси взаємодіють за **принципом координації** (див. [165, с. 92]), адже є односпрямованими.

У другому прикладі (Рис. 4.1.4.в.2) набірне повідомлення *Just departed for the #G20 Summit in Osaka, Japan!* доповнюється символами прапорів США та

Японії і супроводжується фотографією Д. Трампа на трапі літаку Президента США. **Мультимодальне інформування** втілюється вербальним модусом (окличним констативним реченням *Just departed for the #G20 Summit in Osaka, Japan!*) і візуальним модусом (фотографією Д. Трампа на трапі літаку). Невербальні компоненти комунікації, представлені кінесичними компонентами (жестом привітання) є незалежним від мовлення і взаємодіють із мовленням на **макрорівні**. Макровзаємодія вербальних і невербальних компонентів відбувається, коли невербальні компоненти автономно виражають смисли і мають «завершене значення без залучення до їхньої структури вербальних компонентів» [165, с. 85].

У прикладі 3 (Рис. 4.1.4.в.3) твіт складається з прикріпного зображення й набірного тексту *Speaking to Governor @HenryMcMaster of South Carolina on my way to North Carolina for a big rally for Dan Bishop (@jdanbishop) running for Congress. Vote tomorrow! #NC09*. Фотографія зображує, як Д. Трамп сидить за столом у літаку і тримає телефон у руці. **Мультимодальне інформування** досягається за допомогою вербального і візуального семіотичних модусів. Присудок, виражений дієсловом *speak* (розмовляти) позначає буденні дії президента США, серед яких виступає ділова розмова із губернатором. Фраза *on my way to North Carolina* (на моєму шляху до Північної Кароліни) й референтна номінація *a big rally for Dan Bishop (@jdanbishop) running for Congress* (великий мітинг у підтримку Дана Бішопа (@jdanbishop), що балотується до Конгресу) специфікують місце і мету такої буденної дії. Візуальний модус ілюструє як Д. Трамп говорить по телефону. Невербальні компоненти комунікації, репрезентовані мімікою (брови зведені, пильно дивиться на реципієнта, стиснуті губи), є свідомством серйозності розмови. Невербаліка взаємодіє із вербальним модусом за **принципом ідентифікації**: «структурно-семантична організація вербального висловлення не є інформативно достатньою для вираження його комунікативної спрямованості» [165, с. 105]. Саме невербальні комунікативні компоненти акцентують серйозність розмови.

4.1.5 Мультимодальна дискурсивна субстратегія демонстрації популярності: комунікативна роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР.

Ця субстратегія реалізується на основі поєднання риторичних технік, орієнтованих на емотивний/сугестивний і раціональний вплив. Перші включають мультимодальне зараження на основі мультимодальної ланцюгової метонімії і спонування, а другі – мультимодальне доведення.

Риторична техніка емотивного зараження реалізується у поширених у Твітері Д. Трампа твітах, у яких президент висловлює подяку. Емотивне зараження, як правило, накладається на мультимодальне доведення. Наприклад (Рис. 4.1.5.a):



Рис. 4.1.5.a Риторична техніка демонстрації популярності на основі візуальної метонімії НАТОВП ПРИХИЛЬНИКІВ ТРАМПА замість УСІХ ПРИХИЛЬНИКІВ ТРАМПА [Trump, status/1217927213179338758].

Набірний текст цього твіту представлений висловленням *THANK YOU! #MAGA*, де *#MAGA* позначає *MAKE AMERICA GREAT AGAIN*. Прикріпне зображення репрезентоване фотографією Д. Трампа під час промови. На фотографію накладено написи *51% APPROVAL RATING* і *Rasmussen Poll*, який майже непомітно.

Мультимодальне емотивне зараження втілюється візуальним модусом, а точніше – **візуальною (зображально-невербальною) метонімією**. Зображення натовпу у червоних кепках перед кафедрою Д. Трампа актуалізує візуальну метонімію **НАТОВП ПРИХИЛЬНИКІВ ТРАМПА** замість **УСІХ ПРИХИЛЬНИКІВ ТРАМПА**, закорінену на метонімічному відношенні **ЧАСТИНА** замість **ЦІЛОГО** (див. Рис. В.14 у Додатку В). Джерельна структура метонімії **НАТОВП ПРИХИЛЬНИКІВ ТРАМПА** висвітлює високий ступінь лояльності людей Д. Трампу, про що говорять червоні кепки із написами *MAKE AMERICA GREAT AGAIN*. Невербальні комунікативні компоненти, представлені мімікою людей з натовпу (уважні погляди, направлені на президента), висвітлюють лояльність до Д. Трампа. Як наслідок, джерельна структура метонімії активує в свідомості реципієнтів емоційно навантажений концепт **ЛОЯЛЬНІСТЬ**, що проектується на цільову структуру метонімії і формує уявлення про високий ступінь лояльності в усіх прихильників Д. Трампа.

Мультимодальне спільне доведення у цьому твіті реалізується вербальним і візуальним модусами. Антецедента пропозиція доведення [Рейтинг популярності Д. Трампа складає 51%] виражена вербальним модусом (написом *51% APPROVAL RATING*) у прикріпному зображенні, і візуальним модусом (власне зображенням Д. Трампа). Консеквентна пропозиція, що впливає із оприлюднення цих фактів, імплікується [Д. Трамп є популярним].

Емотивне зараження переплітається і з мультимодальним спонукуванням, як у наступному твіті Д. Трампа (Рис. 4.1.5.б):



Рис. 4.1.5.6 Риторична техніка демонстрації популярності на основі візуальної ланцюгової метонімії ЧЕРВОНІ ШТАТИ замість ЛЮДЕЙ, ЩО ПРОГОЛОСУВАЛИ ЗА ТРАМПА У ЦИХ ШТАТАХ замість ТРАМПА-ПРЕЗИДЕНТА [Trump, status/1178989254309011456]

Твіт представлений бімодальним зображенням карти США, на яку накладено текст *Try to impeach this*. Карта зображує червоним кольором штати, у яких Д. Трамп одержав перемогу у президентських виборах 2016 року, а синім – штати, у яких перемогла Гіларі Клінтон, його суперниця з боку Демократичної партії.

Вербальний і візуальний модуси слугують **мультимодальному спонуканню**. Набірний текст *Try to impeach this* («Спробуйте цьому оголосити імпічмент»), представлений позитивною формою імперативу, спонукає уявленого політичного опонента спробувати оголосити імпічмент. Займенник *this* відсилає до референта, представленого візуально: до червоних штатів, які займають майже усю площу карти США.

Мультимодальне емотивне зараження втілюється **візуальною ланцюговою метонімією** ЧЕРВОНІ ШТАТИ замість ЛЮДЕЙ, ЩО ПРОГОЛОСУВАЛИ ЗА ТРАМПА У ЦИХ ШТАТАХ замість ТРАМПА-ПРЕЗИДЕНТА (див. Рис. В.14 у Додатку В). Метонімічний ланцюг закорінений на основі відношень КОЛІР замість ПОЛІТИЧНОЇ ПРИНАЛЕЖНОСТІ (ВИЗНАЧАЛЬНА ОСОБЛИВІСТЬ замість КАТЕГОРІЇ), МІСЦЕ замість

МЕШКАНЦІВ та КОНТРОЛЬОВАНИЙ замість ТОГО, ЩО КОНТРОЛЮЮЄ [269]. Метонімія представляє Д. Трампа як втілення американської нації (національні лідери часто зображують себе як персоніфікацію їхніх країн, які допомагають «створити образ єдиного соціального колективу, який здатний “говорити одним голосом” і “діяти” як єдиний, незалежний суб’єкт» [303, с. 99]. Метонімія створює образ Д. Трампа як президента, якого підтримує більшість населення, формуючи інференцію про його популярність і відтак неможливість оголосити йому імпічмент. Проте автор цього твіту ігнорує те, що упродовж майже трьох років з моменту виборів, виборці могли змінити свої політичні вподобання.

Риторична техніка мультимодального доведення втілюється мультимодальними твітами, які експлікують антецедентні пропозиції. Наприклад (Рис. 4.1.5.в):



Рис. 4.1.5.в Риторична техніка мультимодального (спільного) доведення популярності з експлікацією антецедентної пропозиції [Trump, status/1227610766662127616]

Твіт представлений зображенням кадру з новин Fox News, який показує результати праймеріз у місті Нью-Гемпшир, про що свідчить напис *INCUMBENT VOTING IN NEW HAMPSHIRE*. Кадр репрезентує фотографії президентів США – Д. Трампа, Б. Обама, Дж. Буша (мол.) і Б. Клінтона із відповідними написами і цифровими позначеннями року і кількості голосів: *TRUMP, 120,476 (87%*

REPORTING); 2012 OBAMA 49,080; 2004 BUSH 53,962; 1996 CLINTON 76,797. Внизу зображення розташовано написи *FOX NEWS LIVE*; *NEW HAMPSHIRE*.

Вербальний і візуальний модуси втілюють антецедентну пропозицію доведення [Д. Трамп здобув у праймеріз більше голосів ніж Б. Обама, Дж. Буш (мол.), Б. Клінтон]. Консеквентна пропозиція виражена імпліцитно і впливає із оприлюднення цього факту [Д. Трамп популярний]. Цей приклад відноситься до **спільного доведення**, адже антецедентну пропозицію виражено вербально і візуально.

4.1.6 Мультимодальна дискурсивна субстратегія демонстрації віри: комунікативна роль ВІРУЮЧИЙ. Ця субстратегія реалізується за допомогою риторичних технік мультимодального декларування / емотивного зараження за участі візуальної метонімії і візуального декларування. Наприклад (Рис. 4.1.6):



Рис. 4.1.6 Риторичні техніки демонстрації віри на основі візуальної метонімії АТРИБУТИ ВІРИ (ЮДАЇЗМУ) замість ЮДАЇЗМУ (ВІРИ) [Trump, status/913888647631577088].

Набірним текст твіту представлений реченням-висловленням *My thoughts are with all those observing Yom Kippur, the holiest day of the Jewish year*. Цей текст доповнює прикріпне зображення, яке складається з двох частин: ліворуч розташована фотографія, яка зображує як Д. Трамп у традиційному єврейському головному уборі стоїть біля білого муру. Президент присуває руку до стіни,

форма та колір якої дозволяють її ідентифікувати як Стіну плачу – святиню послідовників юдаїзму. Праворуч на синьому фоні розташовано напис, що повністю дублює набірний текст, окрім підпису *Donald J. Trump. President of the United States*.

Вербальний і візуальний модули (зображення і невербаліка) слугують **мультимодальному декларуванню / емотивному зараженню**. Прикметник *holy* (священний) у найвищому ступені порівняння емотивно заражає реципієнтів, активуючи концепт СВЯЩЕННИЙ, що відноситься до домену ВІРА. Візуальний модус також слугує емотивному зараженню, що втілюється **візуальною метонімією** (див. Рис. В.16 у Додатку В). АТРИБУТИ ВІРИ (ярмолка та синій фон як символи юдаїзму [354]), а також Стіна плачу забезпечують метонімічний доступ до домена ЮДАЇЗМ (див. релігійний символізм як випадок метонімії [279, с. 40]). Невербальні комунікативні компоненти, представлені кінесикою (мімікою: дивиться на мур; жестами: притискає руку до муру) мають власний декларативний зміст демонстрації віри і тим самим втілюють **візуальне декларування**. У такий спосіб висвітлюється така риса Д. Трампа як ВІРА У БОГА.

4.2 Мультимодальна локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента

Ця локальна субстратегія втілюється субстратегіями дискваліфікації і дискредитації, які реалізуються за допомогою поєднання риторичних технік, орієнтованих на емотивно-сугестивний комунікативний вплив – мультимодального декларування / емотивного зараження, і орієнтованого на раціональний комунікативний вплив мультимодального доведення.

4.2.1 Мультимодальна дискурсивна субстратегія дискваліфікації

втілюється за взаємодії риторичних технік, орієнтованих на емотивний та раціональний комунікативний вплив, на основі мультимодальної метафори і метонімії. Наприклад (Рис. 4.2.1.а):



Рис. 4.2.1.а Риторичні техніки дискваліфікації на основі мультимодальної метафори ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ОПОНЕНТА є ПЛАВЛЕННЯ ЯДЕРНОГО РЕАКТОРА [Trump, status/1184597281808498688]

Твіт представлений набірним повідомленням *Nervous Nancy's unhinged meltdown!* і фотографією, яка зображує нараду у Білому домі. Д. Трамп із представниками Республіканської партії сидять за овальним столом напроти членів Демократичної партії. Лише Ненсі Пелосі, спікер Палаті представників у Конгресі США і лідер Демократичної партії, стоїть і показує вказівним пальцем правої руки на президента.

Мультимодальне декларування втілюється вербальним і візуальними модусами. Іntenцією речення-висловлення *Nervous Nancy's unhinged meltdown!* (істерика нервової Ненсі) є запевнити реципієнта, що опонент перебуває в невірноваженому психічному стані. Вербальний модус надає інтерпретацію фотографії (закріплює за Р. Бартом [205, с. 37]), а саме невербальних компонентів комунікації Н. Пелосі. Вказівний палець правої руки Н. Пелосі, направлений на Д. Трампа, широко розкриті очі і відкритий рот спікера Н. Пелосі інтерпретуються як істерика. Більш того, імплікується негативна телеологічна оцінка вказівного жесту, направлено на президента, адже це суперечить нормам поведінки під час наради у Білому домі.

На мультимодальне декларування накладається **мультимодальне емотивне зараження**, втілене негативно-оцінними номінаціями *nervous* (нервовий), *unhinged* (невірноважений). Більше того, іменник *meltdown*

вживається на позначення неврівноваженого емоційного стану («розм. неконтрольований спалах емоцій або психічний зрив; аварія в ядерному реакторі, в якій паливо перегрівається і плавить активну зону реактора або його огорожу» [367]). Дякуючи полісемії, лексема *meltdown* актуалізує **мультимодальну метафору** ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ПЕЛОСІ є ПЛАВЛЕННЯ ЯДЕРНОГО РЕАКТОРА, у підґрунті якої лежить концептуальна метафора ЕМОЦІЯ ЦЕ ЖАР (EMOTION is HEAT) [268, с. 108] (див. Рис. В.17 у Додатку В). Джерельний домен ПЛАВЛЕННЯ ЯДЕРНОГО РЕАКТОРА виражено виключно вербально (лексемою *meltdown*), цільовий домен метафори ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ПЕЛОСІ виражено візуально (зображенням Н. Пелосі). Як результат, джерельний домен ПЛАВЛЕННЯ ЯДЕРНОГО РЕАКТОРА проектує такі негативні ознаки на домен ПЕЛОСІ як КАТАСТРОФІЧНИЙ, РОЗПЛАВЛЕНИЙ, ТЕРОРИСТИЧНИЙ, ЩИРОКОМАСШТАБНИЙ, ГАНЕБНИЙ, ВАЖКИЙ [377]. Так, за допомогою цих негативно-оцінних номінацій Д. Трамп виголошує негативну телеологічну оцінку спікера Н. Пелосі, імплікуючи її неспроможність займатися політичною діяльністю через неврівноважений психічний стан.

У наступному прикладі мультимодальне декларування / емотивне зараження втілюється за допомогою мультимодальної метонімії, яка володіє потенціалом доведення (Рис. 4.2.1.б):



Рис. 4.2.1.б Риторичні техніки дискваліфікації на основі мультимодальної метонімії ПОРОЖНІ СТИЛЬЦІ замість СЕНАТОРІВ-ДЕМОКРАТІВ [Trump, status/1185337032429789184]

Твіт представлений фотографією овального столу, за яким сидить Д. Трамп із своїм радником. Напроти Д. Трампа три стільця є вільними. Напроти порожніх стільців знаходяться таблички, на яких у разі приближення, можна побачити написи *Sen. Chuck Schumer, Speaker Nancy Pelosi, Rep. Steny Hoyer*. На порожні стільці направлено світло, що робить їх фокусом фотографії. На фотографію накладено текст, написаний білим шрифтом *DO NOTHING DEMOCRATS*, який повторюється кілька раз менш яскравим шрифтом на задньому фоні.

Мультимодальне емотивне зараження втілюється **мультимодальною метонімією**. Вербальний модус і візуальний модус утворюють мультимодальну метонімію ПОРОЖНІ СТИЛЬЦІ замість ДЕМОКРАТИВ ШУМЕРА, ПЕЛОСІ, ХОЙЕРА, ЯКІ НІЧОГО НЕ РОБЛЯТЬ (а саме Н. Пелосі, Ч. Шумера та С. Хоуера), закорінену на відношенні ТЕ, ЧИМ ВОЛОДІЮТЬ замість ТОГО, ХТО ВОЛОДІЄ (див. Рис. В.18 у Додатку В). Джерельна метонімічна структура виражена виключно візуально (фотографією порожніх стільців), а цільова метонімічна структура – виключно вербально (номінаціями *DO NOTHING DEMOCRATS, Sen. Chuck Schumer, Speaker Nancy Pelosi, Rep. Steny Hoyer*). Вибір метонімічного джерела ПОРОЖНІ СТИЛЬЦІ висвітлює відсутність демократів на важливому засіданні державного апарату. Цільова структура метонімії ДЕМОКРАТИВ ШУМЕРА, ПЕЛОСІ, ХОЙЕРА, ЯКІ НІЧОГО НЕ РОБЛЯТЬ вербалізується у набірному реченні-висловленні. Джерельна структура метонімії ПОРОЖНІ СТИЛЬЦІ активує у реципієнта сценарій ЗАСІДАННЯ ДЕРЖАВНОГО АПАРАТУ США, залишення якого актуалізує такі негативно навантажені концепти як БЕЗКОМПРОМІСНІСТЬ, НЕБАЖАННЯ ПРАЦЮВАТИ, СВАРЛИВІСТЬ, ЛІНОЩІ, що проектуються на метонімічну ціль і викликають почуття-ставлення **зневаги** до демократів. Ці концепти контрастують із такою соціокультурною цінністю маскулінного американського суспільства як ПРАЦЬОВИТІСТЬ (див. [259]).

Цей випадок мультимодальної метонімії слугує не тільки переконуванню, але й володіє потенціалом **доведення** (про одночасно персуазивний і аргументативний потенціал метонімії див. [318, с. 35–37]). Вербальний і

візуальний модуси зводяться до двох пропозицій, пов'язаних каузальним зв'язком [Оскільки демократи Шумер, Пелосі, Хойер відсутні на засіданні державного апарату США [демократи Шумер, Пелосі, Хойер нічого не роблять]]. Цей приклад відноситься до **спільного доведення**, оскільки антецедентну пропозицію виражено вербальним (написами *DEMOCRATS, Sen. Chuck Schumer, Speaker Nancy Pelosi, Rep. Steny Hoyer*) і візуальним модусами (фотографією порожніх стільців), в той час як консеквента пропозиція втілюється виключно вербальним модусом (номінаціями *DO NOTHING DEMOCRATS, Sen. Chuck Schumer, Speaker Nancy Pelosi, Rep. Steny Hoyer*).

4.2.2 Мультимодальна дискурсивна субстратегія дискредитації реалізується за поєднанням риторичних технік, орієнтованих на емотивний та раціональний комунікативний вплив за допомогою риторичних технік мультимодального емотивного зараження, мультимодального доведення. Емотивне зараження втілюється як вербальними засобами, так і візуальними, зокрема, візуальними / мультимодальними метафорою і метонімією.

А. Риторичні техніки, орієнтовані на емотивний комунікативний вплив залучають мультимодальне декларування / емотивне зараження і втілюється на основі візуальної метафори. Наприклад (Рис. 4.2.2.а):



Рис. 4.2.2.а Риторичні техніки дискредитації на основі візуальної метафори ОБАМА-ПРЕЗИДЕНТ є ШПИГУН [Trump, status/1220536711031078913]

Твіт представлений фотографією Д. Трампа, яка зображує його у власній квартирі на Манхеттені. Б. Обама, який знаходиться за вікном, однією рукою тримає круглий предмет, який допомагає колишньому президенту триматися за скло, у іншій руці Б. Обама тримає бінокль, у який він дивиться всередину квартири Д. Трампа.

Емотивне зараження втілюється **візуальною метафорою** ОБАМА-ПРЕЗИДЕНТ є ШПИГУН (див. Рис. В.19 у Додатку В). Ця метафора є **контекстуальною** (за Ч. Форсвілем), у якій «візуально виражений об'єкт перетворюється на цільовий домен метафори за допомогою такого зображення у візуальному контексті, що об'єкт представляється так, ніби він є чимось іншим – джерелом» [235, с. 245]. Джерельний домен ШПИГУН проектує на вихідний домен ОБАМА-ПРЕЗИДЕНТ такі риси як ПІДОЗРІЛИЙ, ПРИХОВАННИЙ, ТАЄМНИЙ, НЕЯСНИЙ, ТОЙ, ЩО ХОВАЄТЬСЯ, ЗААРЕШТОВАНИЙ, ЗАСУДЖЕНИЙ, ВОРОЖИЙ, УВ'ЯЗНЕНИЙ, СУМНОЗВІСНИЙ [377]. Такі риси є несумісними із посадою Президента США, яку обіймав Б. Обама, адже суперечать етичним нормам. У такий спосіб на базі негативної етичної оцінки, Д. Трамп звинувачує Б. Обаму у шпигуванні.

У наступному прикладі риторична техніка мультимодального емотивного зараження втілюється за допомогою мультимодальної метонімії (Рис. 4.2.2.б):



Рис. 4.2.2.б Риторичні техніки дискредитації на основі мультимодальної метонімії ВИРАЗ ОБЛИЧЧЯ ДЕМОКРАТИВ замість ПОЧУТТЯ-СТАВЛЕННЯ ДО ТРАМПА [Trump, status/1184595335794036737]

Твіт представлений набірним текстом *Do you think they like me?* і прикріпною фотографією, яка зображує демократів Ч. Шумера, Н. Пелосі і С. Хойера за столом переговорів.

У цьому прикладі реалізується риторична техніка **мультиmodalного емотивного зараження**, втілена вербальним і візуальним модусами у **мультиmodalній метонімії**. Невербальні компоненти, а саме міміка відображає негативні емотивні стани демократів. Зокрема, вираз обличчя Ч. Шумера (насуплені брови, пильний погляд, направлений на співрозмовника, щільно стиснуті губи) дає змогу інтерпретувати його як **гнів** [224; 372], в той час як міміка Н. Пелосі і С. Хойера (піднятий куточок губ на одній стороні обличчя) говорять про **презирство** – почуття неприязні і переваги (зазвичай морально) над іншою людиною [372]. Займенник *те* специфікує об'єкта, на якого направлені ці негативні емотивні стани – Д. Трамп. Як результат утворюється **мультиmodalна метонімія ВИРАЗ ОБЛИЧЧЯ ДЕМОКРАТИВ замість ПОЧУТТЯ-СТАВЛЕННЯ ДО ТРАМПА** (див. Рис. В.20 у Додатку В). Ця метонімія закорінена на відношенні **ФІЗІОЛОГІЧНИЙ НАСЛІДОК замість ЕМОЦІЇ**. Джерельна метонімічна структура виражена виключно візуально, а цільова метонімічна структура виражена частково вербально (займенником *те*, який вказує на референта – Д. Трампа).

Ця метонімія має потенціал **мультиmodalного доведення**. Антецедентна пропозиція [Обличчя Ч. Шумера, Н. Пелосі, С. Хойера виражають негативний емоційний стан] експлікується прикріпним зображенням, яке показує негативні емотивні стани представників Демократичної партії. Риторичне запитання *Do you think they like me?* імплікує негативну відповідь, яка формує у реципієнта інференцію [Оскільки обличчя Ч. Шумера, Н. Пелосі, С. Хойера виражають негативні емотивні стани [Ч. Шумер, Н. Пелосі, С. Хойер не люблять Д. Трампа]]. Цей випадок відноситься до **спільного доведення**, адже при усуненні будь-якого семіотичного модусу, доведення не відбувається. Цей твіт імплікує інференції [Оскільки Ч. Шумер, Н. Пелосі, С. Хойер не люблять Д. Трампа [не варто їм довіряти]]. Варто зазначити, що ці інференції

сформуються тільки у прихильників Д. Трампа, адже прихильники демократів скоріше розділять негативні емоції Н. Пелосі, Ч. Шумера і С. Хойера.

Б. Риторичні техніки, орієнтовані на раціональний комунікативний вплив включають мультимодальне доведення і втілюється твітами, у яких як експлікуються обидві пропозиції доведення, так і тільки антецедентна пропозиція доведення.

Прикладом доведення із експлікацією обох пропозицій слугує наступний твіт Д. Трампа (Рис. 4.2.2.в):



Рис. 4.2.2.в Риторична техніка дискредитації на основі мультимодального (спільного) доведення із експлікацією обох пропозицій [Trump, status/837770149767827456]

У цьому твіті набірний текст *I hereby demand a second investigation, after Schumer, of Pelosi for her close ties to Russia, and lying about it* супроводжується посиланням на статтю у виданні «Politico», яке містить фотографію і підпис *Photo contradicts Pelosi's statement about not meeting Kislyak. The Democratic House leader sat with the Russian ambassador and other officials in 2010.*

Вербальний і візуальний модуси слугують мультимодальному доведенню. Перше констативне речення у прикріпному посиланні (*Photo contradicts Pelosi's statement about not meeting Kislyak*) зводиться до антецедентної пропозиції [Фото суперечить твердженням Пелосі про відсутність

зустрічей із Кисляком]. Друге речення надає інтерпретацію фотографії: лідер Палати представників Демократичної партії сидів за столом переговорів з послом Росії та іншими посадовими особами у 2010 році. Фотографія слугує доказом істинності антецедентної пропозиції, адже вона зображає політика-демократа Н. Пелосі за столом навпроти колишнього президента Російської Федерації Дмитра Медведєва та посла Сергія Кисляка. Набірний текст Д. Трампа *I hereby demand a second investigation, after Schumer, of Pelosi for her close ties to Russia, and lying about it* формує консеквентну пропозицію, виражену виключно вербально [Д. Трамп вимагає повторного розслідування зв'язків Пелосі із Росією]. Таким чином, твіт направлений на формування інференції [Оскільки фото суперечить твердженню Пелосі про відсутність зустрічей із Кисляком [Д. Трамп вимагає повторного розслідування зв'язків Пелосі із Росією]]. Так, імплікується інференція [їй не можна довіряти]. Цей твіт представляє випадок **спільного доведення**, де і зображення, і текст є невід'ємними частинами антецедентної пропозиції.

Прикладом мультимодального доведення із експлікацією тільки антецедентної пропозиції слугує поданий нижче твіт Д. Трампа:

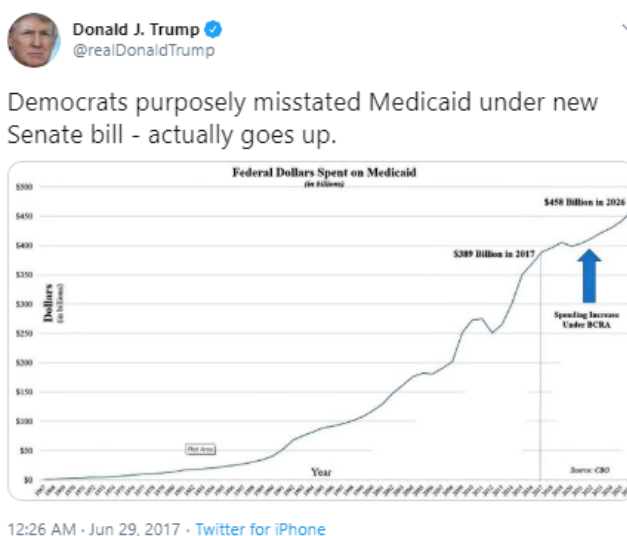


Рис. 4.2.2.г Риторична техніка дискредитації на основі мультимодального (паралельного) доведення із експлікацією антецедентної пропозиції [Trump, status/880175585418465284]

Цей твіт представлений набірним текстом *Democrats purposely misstated Medicaid under new Senate bill – actually goes up* і прикріпним графіком.

Зміст цього твіту зводиться до двох антецедентних пропозицій, виражених вербальним (перша пропозиція), вербальним і візуальним модусами (друга пропозиція): [Демократи навмисно викривили програму Medicaid], [насправді витрати на програму Medicaid будуть зростати]. Графік слугує доказом на користь твердження Д. Трампа, деталізуючи зміст другої пропозиції. Цей твіт імплікує інференцію [Оскільки демократи збрехали [не слід їм довіряти]]. Тут графік (зображальний модус) репрезентує факт, співвідносний з антецедентною пропозицією доведення. Оскільки інформація антецедентної пропозиції дублюється вербальним і візуальним модусами, цей твіт є прикладом **паралельного доведення**.

На мультимодальне доведення накладається **вербальне емотивне зараження**, втілене дієсловом *misstate* із значенням «робити хибну заяву» [361] та його означення прислівником *purposely*, який імплікує негативну етичну оцінку опонента. Така риторика сприяє формуванню негативного почуття-ставлення до опонентів Д. Трампа, що створює сприятливий емоційний фон для доведення.

Висновки до розділу 4

1. У мультимодальному вимірі глобальний комунікативний намір адресанта аналізованого політичного твітінгу – завоювання/утримання політичної влади реалізується тими ж локальними стратегіями, що і у вербальному, – конструювання власного позитивного іміджу й руйнування іміджу політичного опонента.

2. Мультимодальна локальна дискурсивна стратегія конструювання власного позитивного іміджу, як і мономодальна (вербальна), втілюється низкою мультимодальних (вербально-візуальних) локальних дискурсивних субстратегій, кожна з яких відповідає певній соціально-комунікативній ролі: демонстрації патріотизму (роль ПАТРІОТ), демонстрації економічної

ефективності (роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР), демонстрації сили (роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), фамільяризації із електоратом (роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ), демонстрації популярності (роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), демонстрації віри (роль ВІРУЮЧИЙ).

2.1. Мультиmodalьна субстратегія демонстрації патріотизму (роль ПАТРІОТ) здійснюється поєднаннями риторичних технік, переважно спрямованих на емотивний/сугестивний комунікативний вплив, а саме візуального (невербального)/вербального декларування/емотивного зараження, вербального навіювання та графічного виділення. Окрім того, вербальне декларування/емотивне зараження поєднується з мультиmodalьним (паралельним) доведенням. Мультиmodalьне емотивне зараження втілюється мультиmodalьними тропами – візуальною (візуально-невербальною) і вербально-візуально-невербальною метонімією, візуально-невербальною метафорою-алюзією (зокрема, ТРАМПІ-ПРЕЗИДЕНТ Є БОКСЕР РОККІ), вербально-візуально-невербальним метафоричним ланцюгом (зокрема, ТРАМПІ-ПРЕЗИДЕНТ Є ДЯДЬКО СЕМ Є БАТЬКО).

2.2. Мультиmodalьна субстратегія демонстрації економічної ефективності (роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР) втілюється як риторичними техніками, орієнтованими на емотивно-сугестивний комунікативний вплив (візуально-вербальне) емотивне зараження/декларування), графічне виділення, так і на раціональний вплив (вербально-візуальне паралельне і спільне доведення). На перетині цих риторичних технік створюються мультиmodalьні тропи (зокрема вербально-візуальна метонімія, як наприклад РОБОЧЕ МІСЦЕ ЗВАРЮВАЛЬНИКА замість РОБОЧІ МІСЦЯ, де візуально репрезентовані концептуальні структури джерела активують позитивно оцінні концепти ТЕХНОЛОГІЧНІСТЬ, ПРОФЕСІЙНІСТЬ), візуальна орієнтаційна метафора КОНТРОЛЬ ТА СИЛА Є ЗВЕРХУ, ВИСОКИЙ СТАТУС Є ЗВЕРХУ, втілена ракурсом фотографії із зображенням Д. Трампа.

2.3. Мультимодальна субстратегія демонстрації сили (роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР) реалізується риторичними техніками мультимодального декларування/емотивного зараження, орієнтованими на емотивний вплив. Різні модуси твітів, задіяні в реалізації цих риторичних технік, взаємодіють і утворюють вербально-візуальні метафори (зокрема, ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є СНІГОПРИБИРАЛЬНА МАШИНА і вербально-візуально-невербальні метафори-алюзії (зокрема, ВВЕДЕННЯ САНКЦІЙ ТРАМПА є ПРИХОДОМ ЗИМИ У ГРІ ПРЕСТОЛІВ).

2.4. Мультимодальна субстратегія фамільяризації із електоратом (роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ) втілюється риторичними техніками вербально-візуального інформування, орієнтованого на раціональний комунікативний вплив, і мультимодального декларування/емотивного зараження, орієнтованих на емотивний комунікативний вплив. Жартівлива тональність твіт-текстів цієї субстратегії створює вербально-візуальний контраст (зокрема Д. Трамп обіцяє не будувати гігантських готелів в Гренландії, а супроводжуюча фотографія зображає гігантський готель на фоні одноповерхових гренландських домівок).

2.5. Мультимодальна субстратегія демонстрації популярності (роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР) втілюється поєднанням риторичних технік, орієнтованих на емотивний (візуальне і вербально-візуальне емотивне зараження), спонукальний (вербально-візуальне спонукування) і раціональний вплив (спільне вербально-візуальне доведення). Емотивне зараження здійснюється на основі візуальної метонімії (зокрема, НАТОВП ПРИХИЛЬНИКІВ ТРАМПА замість УСІХ ПРИХИЛЬНИКІВ ТРАМПА) та візуальної ланцюгової метонімії (зокрема, ЧЕРВОНІ ШТАТИ замість ЛЮДЕЙ, ЩО ПРОГОЛОСУВАЛИ ЗА ТРАМПА У ЦИХ ШТАТАХ замість ТРАМПА-ПРЕЗИДЕНТА).

2.6. Мультимодальна субстратегія демонстрації віри (роль ВІРУЮЧИЙ) здійснюється риторичними техніками вербально-візуального емотивного зараження за участі візуальної метонімії (АТРИБУТИ ВІРИ (ЮДАЇЗМУ) замість

ЮДАЇЗМУ (ВІРИ) у зображенні Д. Трампа) і невербального декларування (міміка і жести, а також кipa Д. Трампа, що імплікують іудейську віру).

3. Мультимодальна локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента втілюється субстратегіями дискваліфікації й дискредитації, які реалізуються мультимодальними перцептивними стимулами.

3.1. Мультимодальна локальна дискурсивна субстратегія дискваліфікації втілюється риторичними техніками, орієнтованими на емотивний (вербально-візуально-невербальне декларування) та раціональний (вербально-візуальне доведення) комунікативний вплив, на основі вербально-візуально-невербальної метафори (зокрема, ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ОПОНЕНТА є ПЛАВЛЕННЯ ЯДЕРНОГО РЕАКТОРА) і вербально-візуальної метонімії (зокрема, ПОРОЖНІ СТИЛЬЦІ замість СЕНАТОРІВ-ДЕМОКРАТІВ), яка володіє потенціалом вербально-візуального спільного доведення недієздатності опонентів.

3.2. Мультимодальна локальна дискурсивна субстратегія дискредитації опонента реалізується поєднанням риторичних технік емотивного зараження, спільного та паралельного вербально-візуального доведення. Емотивне зараження втілюється мультимодальними метафорами і метоніміями (зокрема, контекстуальною візуальною метафорою (ОБАМА-ПРЕЗИДЕНТ є ШПИГУН) і невербальною метонімією (ВИРАЗ ОБЛИЧЧЯ ДЕМОКРАТІВ замість ПОЧУТТЯ-СТАВЛЕННЯ ДО ТРАМПА), що володіє потенціалом спільного доведення упередженості опонентів).

Основні результати 4 розділу представлено у таких роботах: [111; 112; 292; 293].

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Застосування когнітивного мультимодального аналізу дозволило встановити, що політичний твітінг Дональда Трампа є втіленням стратегічного соціально-комунікативного впливу, реалізованого твіт-текстами, конститутивні ознаки яких зумовлені як соціально-комунікативним контекстом політичної сфери США, так і технологічними можливостями інтернет-сервісу «Твітер». Соціально-комунікативний контекст визначає глобальний комунікативний намір адресанта як здійснення соціально-комунікативного впливу на аудиторію з метою завоювання/утримання політичної влади. Технологічні можливості інтернет-сервісу «Твітер» зумовлюють такі властивості твіт-текстів як гіпертекстуальність – нелінійна репрезентація взаємопов'язаної текстової інформації і мультимодальність – втілення текстової інформації різними семіотичними модусами – вербальним/графічним і візуальним/невербальним.

Реалізація глобального соціально-комунікативного наміру здійснюється через локальні дискурсивні стратегії конструювання власного позитивного іміджу й руйнування іміджу політичного опонента та підпорядковані їм субстратегії і тактики, які розмежовуються на основі типу цінностей і типу оцінки.

Твіт-тексти/фрагменти твіт-текстів, що втілюють певну локальну дискурсивну субстратегію в межах локальної стратегії конструювання власного позитивного іміджу (демонстрації патріотизму (роль ПАТРІОТ), демонстрації економічної ефективності (роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР), демонстрації сили (роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), фамільяризації із електоратом (роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ), демонстрації популярності (роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР), демонстрації віри (роль ВІРУЮЧИЙ)) утілюються у пропозиціях, актанти яких (вербалізовані референтними номінаціями або репрезентовані візуально-невербально) репрезентують Д. Трампа/його команду, а предикати (вербалізовані переважно кваліфікаційними емотивно-оцінними номінаціями або репрезентовані візуально-невербально) надають йому позитивної етичної/телеологічної оцінки

як суб'єкту дії у відповідній сфері (ПАТРІОТИЗМ, ЕКОНОМІКА, ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА США, ПОВСЯКДЕННЕ ЖИТТЯ, ПОПУЛЯРНІСТЬ, ВІРА В БОГА).

Твіт-тексти/фрагменти твіт-текстів, що втілюють дискурсивні субстратегії дискваліфікації чи дискредитації в межах локальної стратегії руйнування іміджу опонента, утілюються у пропозиціях, актанти яких (вербалізовані референтними номінаціями або представлені візуально-невербально) відсилають до політичних опонентів Д. Трампа, а предикати (вербалізовані переважно кваліфікаційними емотивно-оцінними номінаціями або репрезентовані візуально-невербально) надають їм, відповідно, негативної телеологічної або етичної оцінки.

Дискурсивні субстратегії об'єктивуються моно- і мультимодальними риторичними техніками, які розмежовуються за сферою психіки адресата, на яку орієнтований комунікативний вплив: 1) раціональне мислення (доведення, роз'яснення, опис, оповідь, інформування); 2) емоції (декларування та емотивне зараження); 3) волевиявлення (спонукання); 4) підсвідомість (навіювання). Різні фрагменти одного і того самого моно-/мультимодального твіт-тексту можуть реалізувати різні риторичні техніки.

Вербальні/мономодальні риторичні техніки демонструють специфіку на синтаксичному рівні. Якщо вербальні риторичні техніки орієнтовані на сферу раціонального мислення (доведення, опис, роз'яснення, інформування), реалізуються фрагментами твіт-текстів, рівними предикативним синтаксичним структурам різної синтаксичної складності включно із структурно-семантично зв'язними послідовностями складних речень-висловлень, то декларування і спонукання – простими реченнями-висловленнями, а емотивне зараження – емоційно навантаженими словами і словосполученнями. Навіювання здійснюється не власне семантико-синтаксичними структурами, а їхнім графічним виділенням або аранжуванням за допомогою ритмічного повтору.

У контексті аналізованого політичного твітінгу вербальні риторичні техніки взаємодіють з вербально-візуальним доведенням (паралельним і спільним), візуальним інформуванням, невербальним та вербально-візуально-невербальним декларуванням і вербально-візуальним спонуканням. Емотивне

зараження втілюється візуальною метонімією (зокрема, ПРАПОР США замість КРАЇНИ США: обіймаючи на фотографії прапор США, Д. Трамп невербально декларує почуття патріотизму і збуджує відповідне почуття у адресатів); візуальною ланцюговою метонімією (ЧЕРВОНІ ШТАТИ замість ЛЮДЕЙ, ЩО ПРОГОЛОСУВАЛИ ЗА ТРАМПА У ЦИХ ШТАТАХ замість ТРАМПА-ПРЕЗИДЕНТА); вербально-візуальною метонімією (СТІНА, ЩО ЗАХИЩАЄ США ВІД МІГРАНТІВ замість ТРАМПА); вербально-візуально-невербальною метонімією (ОБІЙМИ З ВЕТЕРАНОМ ПІДРОЗДІЛУ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ «МОРСЬКІ КОТИКИ» замість ОБІЙМ З УСІМА ВЕТЕРАНАМИ ЗБРОЙНИХ СИЛ США); візуальною метафорою (ОБАМА-ПРЕЗИДЕНТ є ШПИГУН); вербально-візуальною метафорою (ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є СНІГОПРИБИРАЛЬНА МАШИНА); вербально-візуально-невербальною метафорою (ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ОПОНЕНТА є ПЛАВЛЕННЯ ЯДЕРНОГО РЕАКТОРА); візуальною орієнтаційною метафорою (КОНТРОЛЬ ТА СИЛА є ЗВЕРХУ, ВИСОКИЙ СТАТУС є ЗВЕРХУ); візуальною метафорою-алюзією (ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є БОКСЕР РОККІ); вербально-візуальною метафорою-алюзією (ВВЕДЕННЯ САНКЦІЙ ТРАМПА є ПРИХОДОМ ЗИМИ У «ГРІ ПРЕСТОЛІВ»); вербально-візуально-невербальним метафоричним ланцюгом (ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є ДЯДЬКО СЕМ Є БАТЬКО); вербально-візуальним гумористичним контрастом ХМАРОЧОС-ГОТЕЛЬ ТРАМПА – ОДНОПОВЕРХОВІ ДОМІВКИ ГРЕНЛАНДІЇ).

Перспективи дослідження пов'язуємо із застосуванням розробленої методики когнітивного мультимодального аналізу для вивчення різних жанрів інтернет-дискурсу, поглибленого дослідження інтерфейсу вербального, візуального і невербального модусів у здійсненні комунікативного впливу, а також для конструювання когнітивних моделей мультимодальних тропів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акинина П. С. Черты языкового портрета (на материале инаугурационных выступлений Барака Обамы и Дональда Трампа) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12, Вып. 1. С. 28–33.
2. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизированных текстов). Москва : Издательский центр «Академия», 2003. 128 с.
3. Аристотель. Риторика : пер. Н. Платоновой // Античные риторики / под ред. А. А. Тахо-Годи. Москва : Изд-во Моск. ун-та, 1978. С. 15–164.
4. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык. Москва : Флинта : Наука, 2010. 384 с.
5. Арутюнова Н. Д. Фактор адресата // Известия Академии наук СССР. Серия литературы и языка. Москва : Наука, 1981. Т. 40, Вып. 4. С. 356–367.
6. Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. Москва : «Языки русской культуры», 1999. I – XV, 896 с.
7. Атягина А. П. Твиттер как новая дискурсивная практика : дис. ...кандидата филол. наук : 10.02.01. Омск, 2014. 154 с.
8. Ахренова Н. А. Интернет-дискурс как глобальное межкультурное явление и его языковое оформление: автореф. дис. на соискание уч. степени доктора филол. наук: спец. 10.02.19 «Теория языка». Москва, 2009. 36 с.
9. Барт Р. Избранные работы: Семиотика: Поэтика. Москва : Прогресс, 1989. 616 с.
10. Барт Р. S/Z. Москва: Эдиториал УРСС, 2001. 232 с.
11. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров : Собрание сочинений : в 6 т. Т. 5. Москва : Русские словари, 1996. 731 с.
12. Бахтин М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса. Москва : Художественная литература, 1965. 527 с.
13. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник. Київ : Вид. центр «Академія», 2004. 344 с.

14. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2007. 332 с.
15. Белова А. Д. Лингвистические аспекты аргументации: монография. Киев : Киев. ун-т им. Тараса Шевченко, ИИА «Астрей», 1997. 310 с.
16. Белова А. Д. Комунікативні стратегії і тактики: проблеми систематики // Мовні і концептуальні картини світу. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2004. С. 11–16.
17. Берков В. Ф. Аргументация как логико-коммуникативная процедура. 2013. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/argumentatsiya-kak-logiko-kommunikativnaya-protsedura> (дата звернення: 02.09.2021).
18. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста: история и современное состояние // Речевое общение : Специализированный вестник. 2000. Т. 3, Вып. 11. С. 104–110.
19. Бехтерев В. М. Гипноз, внушение, телепатия. Москва: «Мысль», 1994. 364 с.
20. Блавацький С. Р. Трансформаційні тенденції якісної преси Великобританії (на прикладі “The Times”, “The Guardian”) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 27.00.04 «Соціальні комунікації». Київ, 2009. 21 с.
21. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти // Язык и моделирование социального взаимодействия. Москва : Наука, 1987. С. 88–125.
22. Богатирьова Є. В. Прагмастилістичні характеристики англomовних передвиборчих політичних дебатів : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Запоріжжя, 2014. 21 с.
23. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика. Тамбов : ТГУ, 2001. 123 с.
24. Болтаева С. В. Ритмическая организация суггестивного текста : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык». Екатеринбург, 2003. 25 с.
25. Большакова Л. С. О содержании понятия «поликодовый текст» // Вестник Самарского государственного университета. 2008. Т. 4, Вып. 63. С. 19–24.

26. Большаянова Л. М. Внешняя организация газетного текста поликодового характера // Типы коммуникации и содержательный аспект языка. Москва, 1987. С. 167–172.
27. Бондаренко Е. В. Картина мира и матричное моделирование как базовый метод ее анализа // Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка : кол. монография. Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2017. 246 с. С. 59–105.
28. Ботвінко-Ботюк О. М. Структурно-семантичні та комунікативно-прагматичні особливості висловлень презирства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Чернівці, 2014. 20 с.
29. Бублик И. Ф. Коммуникативно-прагматические и лингвостилистические аспекты реализации вербальной агрессии в парламентском дискурсе ФРГ : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.04. Харьков, 2006. 212 с.
30. Будаев Э. В., Чудинов А. П. Метафора в политическом интердискурсе : монография. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2006. 215 с.
31. Валгина Н. С. Теория текста. Москва : Логос, 2003. 280 с.
32. Варламова Е. В. Особенности германского леворадикального Интернет-дискурса: автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки». Москва, 2006. 26 с.
33. Васильев М. В. Особенности реализации речевых стратегий в виртуальном политическом дискурсе (на материале публикаций Д. Трампа в Twitter) // Актуальные проблемы филологии и методики преподавания иностранных языков. 2020. Вып. 14. С. 21–26.
34. Вашунина И. В. Взаимовлияние вербальных и невербальных (иконических) составляющих при восприятии креолизованного текста : автореф. дис. на соискание науч. степени доктора филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка». Москва, 2009. 42 с.
35. Вашунина И. В., Нистратов А. А., Тарасов Е. Ф. Креолизация текста как способ изменения его восприятия // Полилингвильность и транскультурные практики. 2019. Том 16, Вып. 4. С. 472–484.

36. Верещагин Е. М., Ротмайр Р., Ройтер Т. Речевые тактики «призыва к откровенности». Еще одна попытка проникнуть в идиоматику речевого поведения и русско-немецкий контрастивный подход // Вопросы языкознания. 1992. Вып. 6. С. 82–94.
37. Ворошилова М. Б. Политический креолизированный текст : ключи к прочтению : монография. Екатеринбург : Урал. гос. пед. ун-т, 2013. 194 с.
38. Гайфуллина А. Н. Гендерные особенности вербализации концепта «мужчина» в интернет-дискурсе : автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык» Казань, 2010. 24 с.
39. Гак В. Г. Языковые преобразования. Москва : Школа «Языки русской культуры», 1998. 768 с.
40. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.20. Астрахань, 2001. 212 с.
41. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования. Москва : КомКнига, 2007. 144 с.
42. Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете: попытка рефлексии // Жанры речи. 2009. Вып. 6. С. 111–127.
43. Горошко Е. И. Чирикающий жанр 2.0 Твиттер, или что нового появилось в виртуальном жанроведении // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Филология. 2011. Вып. 3. С. 11–20.
44. Горошко Е. И., Землякова Е. А. Полиформатный мессенджер как жанр 2.0 (на примере мессенджера мгновенных сообщений Telegram) // Жанры речи. 2017. Т. 1, Вып. 15. С. 92–100.
45. Горошко Е. И., Землякова Е. А., Полякова Т. Л. Жанры 2.0: проблема типологии и категоризации (на примере коммуникативного сервиса «Твиттер») // Жанры речи. 2012. Вып. 8. С. 334–356.
46. Горошко Е. И., Полякова Т. Л. Инстаграм как жанр 2.0 (на примере политической коммуникации) // Жанры речи. 2019. Т. 4, Вып. 24. С. 300–313.

47. Горошко Е. И., Полякова Т. Л. К построению типологии жанров социальных медий // Жанры речи. 2015. Т. 2, Вып. 12. С. 119–127.
48. Горошко Е. И. Полякова Т. Л. Политический твиттинг как новый жанр интернет-коммуникации // Вопросы психолингвистики. 2014. Т. 1, Вып. 19. С. 92–103.
49. Графова Т. А. Смысловая структура эмотивных предикатов // Человеческий фактор в языке: Языковые механизмы экспрессивности. Москва : Наука, 1994. С. 67–99.
50. Гудзь Н. О. Інтернет-дискурс як новий тип комунікації: структура, мовне оформлення, жанрові формати // Сучасні лінгвістичні студії. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 61–87.
51. Гулієва Д. О. Реалізація комунікативних стратегій позитивної / негативної оцінки в англо-американській неофіційній комунікації : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2018. 268 с.
52. Дедова О. В. Лингвосемиотический анализ электронного гипертекста (на материале русскоязычного Интернета): автореф. дис. на соискание уч. степени доктора филол. наук: спец. 10.02.01 «Русский язык», 10.02.19 «Теория языка». Москва, 2006. 48 с.
53. Дейк Т. А ван. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации : пер. с англ. Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.
54. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
55. Дементьев В. В. Теория речевых жанров. Москва : Знак, 2010. 600 с.
56. Демьянков В. З. Интерпретация текста как языковая когниция и «когнитивная наука» // Мышление и коммуникация. Москва : Институт языкознания АН СССР, 1990. С. 14–22.
57. Деррида Ж. О грамматологии. Москва : Ad Marginem, 2000. 520 с.
58. Дубцова О. В. Лінгвокогнітивна природа комунікативних невдач (на матеріалі американського кінодискурсу) : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2014. 214 с.

59. Ейгер Г. В., Юхт В. Л. К построению типологии текстов // Лингвистика текста. Москва: МГПИИЯ, 1974. С. 103–110.
60. Єщенко Т. А. Лінгвістичний аналіз тексту. Київ : ВЦ «Академія», 2009. 264с.
61. Жаботинская С. А. Онтологии для словарей тезаурусов: лингвокогнитивный подход // Філологічні трактати. 2009. Вып. 2, Т. 1. С. 71–87.
62. Жижина А. Е. Тактико-стратегическое своеобразие предвыборного дискурса Д. Трампа // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2018. Т. 7, Вып. 85, Ч. 1. С. 127–133.
63. Залевская А. А. Психолингвистические исследования. Слово. Текст : избранные труды. Москва : Гнозис, 2005. 543 с.
64. Иванова И. П., Бурлакова В. В., Почепцов Г. Г. Теоретическая грамматика современного английского языка : учебник. Москва : Высшая школа, 1981. 285 с.
65. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва : Издательство ЛКИ, 2008. 288 с.
66. Ільницька Л. Л. Особливості використання сугестивних та маніпулятивних технологій у сучасному англомовному політичному дискурсі // Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. Київ : Логос, 2010. С. 115–125.
67. Ільченко М. Л. Гендерна специфіка стратегій комунікативного домінування в американських передвиборчих теледебатах : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2014. 261 с.
68. Кайсіна Д. М. Англомовний дискурс ідеації: стратегії комунікативного впливу (на матеріалі інтернет-платформи TED) : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2018. 318 с.
69. Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка : кол. монография. Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2017. 246 с.
70. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002. 477 с.
71. Карасик В. И. Языковые ключи. Москва : Гнозис, 2009. 406 с

72. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. Изд. 7-е. Москва : Издательство ЛКИ, 2010. 264 с.
73. Кибрик А. А., Плунгян В. А. Функционализм // Современная американская лингвистика : Фундаментальные направления. Москва : Эдиториал УРСС, 2002. С. 276–339.
74. Кириллов В. И., Старченко А. А. Логика. Москва : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. 240 с.
75. Ключкова Е. С. Лингвопрагматические особенности электронного гипертекста на немецком языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки». Самара, 2009. 22 с.
76. Ключев Е. В. Речевая коммуникация. Москва: РИПОЛ КЛАССИК, 2002. 320 с.
77. Кобзева О. О. Стратегії і тактики судді в американському судовому дискурсі: дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.04. Харків, 2017. 249 с.
78. Кобрин Н. В. Твиттинг – новый социокоммуникативный жанр интернет-коммуникации // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2016. Т. 9, Вып. 63 : в 3-х ч. Ч. 3. С. 109–111.
79. Компанцева Л. Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты. Луганск : Знание, 2007. 444 с.
80. Кондрашов П. Е. Компьютерный дискурс: социолингвистический аспект: автореф. дис. на соискание науч. степени кандидата филол. наук : спец. 10.02.19 «Теория языка». Краснодар, 2004. 19 с.
81. Корецкая О. В. Лингвостилистические особенности политической риторики Дональда Трампа // Преподаватель XXI век. 2017. Т. 2, Вып. 2. С. 349–355.
82. Крисанова Т. А. Актуалізація негативних емоцій в англомовному кинодискурсі: когнітивно-комунікативний і семіотичний аспекти: дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04. Харків, 2020. 514 с.
83. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму. Москва : ИГ Прогресс, 2000. С. 427–457.

84. Кубрякова Е. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2004. Т. 1, Вып. 001. С. 6–17.
85. Ленец А. В., Сергеева Д. С. Языковая манифестация коммуникативной стратегии дискредитации как способа конструирования имиджа политика в виртуальном пространстве (на материале предвыборных твитов Д. Трампа) // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2018. Вып. 52. С. 98–111.
86. Лотман Ю. М., Успенский Б. А. О семиотическом механизме культуры // Труды по знаковым системам. Тарту, 1971. Т. 5. С. 144–166.
87. Лутовинова О. В. Гипертекст: понятие, основные характеристики, возможные подходы к лингвистическому анализу // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2009. Вып. 5. С. 4–7.
88. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса : монография. Волгоград : Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. 477 с.
89. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. Москва : ИТДГК «Гнозис», 2003. 280 с.
90. Макарук Л. Л. Еволюція англомовної писемної комунікації : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2017. 140с.
91. Макарук Л. Л. Мультиmodalність сучасного англомовного масмедійного комунікативного простору : дис. ... доктора філол. наук : 10.02.04. Луцьк, 2019. 635 с.
92. Макарук Л. Л. Мультиmodalність сучасної англомовної масмедійної писемної комунікації : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2018. 424 с.
93. Макарук Л. Л. Невербальні та паравербальні семіотичні ресурси в лінгвістичних студіях ХХ–ХХІ століть: прикладний аспект // Закарпатські філологічні студії. 2018. Вип. 5, Т. 1. С. 66–72.
94. Максименко О. В. Актуалізація жестово-вербальних висловлень в американському розважальному телеінтерв'ю : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Чернівці, 2019. 291 с.

95. Малишенко А. О. Гендерні особливості англомовного рекламного дискурсу друкованих засобів масової інформації: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2010. 20 с.
96. Малишенко А. О. Одиниці аналізу англомовного рекламного дискурсу // Новітня філологія. 2009. Т. 13, Вип. 33. С. 14–26.
97. Мартинюк А. П. Дискурсивний інструментарій аналізу англомовної реклами // Лінгвістика XXI століття: нові дослідження і перспективи. 2009. Вип. 3. С. 159–167.
98. Мартинюк А. П. Конструювання гендеру в англомовному дискурсі : монографія. Харків : Константа, 2004. 292 с.
99. Мартинюк А. П. Проблема смислотворення в комунікації // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2020. Вип. 91. С. 27–41.
100. Мартынюк А. П. Когнитивно-коммуникативная лингвистика: в поисках базовых принципов и методик анализа // Когниция, коммуникация, дискурс. Серия «Филология». Вып. 12. С. 17–35. URL : <https://communication-discourse.com/issues/issues812> (дата звернення: 25.07.2021).
101. Мартынюк А. П. Когнитивно-коммуникативный инструментальный анализа речевого воздействия // Science and Education a New Dimension. Philology. 2015. Vol. 3 (15), Iss. 68. С. 67–70.
102. Мартынюк А. П. Концепт лингвокультурный vs лингвокогнитивный: методы анализа // Лингвистика XXI века : сб. науч. ст. к 65-летию В. А. Масловой. Москва : Флинта, 2013. С. 509–519.
103. Мартынюк А. П. Лингвистика эмоций в интеграционной перспективе // Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Філологія». 2012. Т. 15, Вип. 2. С. 90–97.
104. Мартынюк А. П. Онтология языка в структурном vs. когнитивно-коммуникативном функционализме: субъект ↔ объект и метод // Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка : кол. монография. Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2017. С. 12–58.

105. Мартынюк А. П. Стратегия как базовый инструмент когнитивного анализа коммуникации // Записки з романо-германської філології. 2015. Т. 1, Вип. 34. С. 80–89.
106. Мелешенко О. О. Бімодальний твіт-текст як комунікативна одиниця інтернет-жанру твітінг (на матеріалі Твітеру Дональда Трампа) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2018. Вип. 87. С. 136–144.
107. Мелешенко О. О. Бімодальні твіт-тексти в інтернет-жанрі твітінг (на матеріалі Твітеру Дональда Трампа) // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVIII наукова конференція з міжнародною участю, 1 лютого 2019 р. : тези доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. С. 109–111.
108. Мелешенко О. О. Інтерфейс мультимодального доведення (на матеріалі Твітеру Д. Трампа) // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». 2018. Вип. 37. Т. 4. С. 67–70.
109. Мелешенко О. О. Комунікативна стратегія конструювання позитивного іміджу Дональда Трампа у політичному твітінгу // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2020. Вип. 91. С. 42–49.
110. Мелешенко О. О. Мультимодальна антитеза як засіб комунікативного впливу у твітах Дональда Трампа // Переяславська мовознавча толока : І Міжнародна науково-практична конференція, 19–20 вересня 2019 р. : тези доп. Переяслав-Хмельницький : Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди, 2019. С. 59–61.
111. Мелешенко О. О. Мультимодальна метонімія як засіб комунікативного впливу в інтернет-жанрі твітінг (на матеріалі Твітеру Д. Трампа) // Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Інтердисциплінарні виміри : VI Міжнародна науково-практична конференція, 26 квітня 2019 р. : тези доп. Конін : Посвіт, 2019. С. 164–165.
112. Мелешенко О. О. Мультимодальне доведення як риторична стратегія комунікативного впливу (на матеріалі Твітеру Дональда Трампа) // Каразінські

- читання: Людина. Мова. Комунікація : XIX наукова конференція з міжнародною участю, 7 лютого 2020 р. : тези доп. Харків : Видавництво Точка, 2020. С. 94–96.
113. Мелешенко О. О. Руйнування іміджу політичного опонента як комунікативна стратегія твітінгу Дональда Трампа // Південний архів (філологічні науки). Вип. 84. Херсон : ХДУ, 2020. С. 84–90.
114. Мелешенко О. О. Семіотична структура твіт-текстів (на матеріалі Твіттеру Дональда Трампа) // Science and Education a New Dimension. Philology. Vol. 4 (46), Iss. 159. 2018. P. 48–51.
115. Мелешенко О. О. Стратегічна організація політичного твітінгу Дональда Трампа // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : Homo Universitatis : XX ювілейна наукова конференція з міжнародною участю, 5 лютого 2021 р. : тези доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. С. 41–42.
116. Мирцхулава Е. Ю. Вербально-невербальная экспликация презрения в разносистемных лингвокультурах : Сопоставительное исследование на материале английских и русских речевых видеофрагментов : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.20 «Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание». Пятигорск, 2005. 20 с.
117. Михайлов В. А., Михайлов С. В. Особенности развития информационно-коммуникативной среды современного общества // Актуальные проблемы теории коммуникации. Санкт-Петербург : Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 34–52.
118. Михеев А. В. О некоторых типах взаимодействия изображения и текста // Типы коммуникации и содержательный аспект языка. Москва : Наука, 1987. С. 191–199.
119. Морозова Е. И. Ложь как дискурсивное образование: лингвокогнитивный аспект : монография. Харьков : Экограф, 2005. 300 с.
120. Морозова О. Н. Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы. Политическая лингвистика. 2011. Т. 1, Вып. 35. С. 156–161.

121. Мудраченко Т. Б. Актуалізація концепту УКРАЇНА в сучасному англomовному газетному дискурсі : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2013. 200 с.
122. Набокова І. Ю. Актуалізація концепту ПЕРША ЛЕДІ / FIRST LADY в англomовному політичному дискурсі ЗМІ : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2015. 225 с.
123. Никитин М. В. Основания когнитивной семантики : учебное пособие для высш. учеб. заведений. Санкт-Петербург : РГПУ, 2003. 277 с.
124. Никифоров О. Ю. Виртуальный дискурс: интеграция и дифференциация // Гуманитарные научные исследования. 2012. Вып. 11. URL : <https://human.snauka.ru/2012/11/1930> (дата звернення: 22.08.2021).
125. Олянич А. В. Презентационная теория дискурса : монография. Волгоград : Парадигма, 2004. 507 с.
126. Опарина Е. О., Раренко М. Б. Дональд Трамп: Речевой портрет политика // Феномен Трампа : монография. Москва : ИНИОН, 2020. С. 367–384.
127. Ораторське мистецтво: Навчальний посібник для студентів вищ. навч. закл. юрид. спец. Видання друге / Н. П. Осипова та ін / за ред. професора Н. П. Осипової. Харків : Одіссей, 2006. 144 с.
128. Павлова Н. Д., Гребенщикова Т. А. Интент-анализ: основания, процедура, опыт использования. Москва : Изд-во «Институт психологии РАН», 2017. 151 с.
129. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... доктора филол. наук : 10.02.01. Саратов, 2005. 325 с.
130. Петлюченко Н. В. Контрасты немецкой и американской ХАРИЗМЫ (к столетию теории харизматического лидерства Макса Вебера) // Концепты и контрасты : коллективная монография. Одесса : Издательский дом «Гельветика», 2017. С. 304–314.
131. Пихтовникова Л. С. Синергетический метод для исследования дискурса в прагматистическом аспекте // Вісник Харківського національного

університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2009. № 848. Вип. 58. С. 48–52.

132. Піхтовнікова Л. С. Лінгвосинергетика. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2018. 296 с.

133. Пойманова О. В. Семантическое пространство видеовербального текста : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.19. Москва, 1997. 237 с.

134. Полякова Т. Л. Лінгвостилістичні характеристики жанру твітінг в англomовній політичній інтернет-комунікації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Харків, 2014. 20 с.

135. Порческу Г. В., Рублева О. С. Лингвостилистические особенности политических выступлений (на примере публичных выступлений Дональда Трампа) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2019. Т. 12, Вып. 1. С. 60–63.

136. Поршнева Б. Ф. О начале человеческой истории : Проблемы палеопсихологии. Москва : «ФЭРИ-В», 2006. 640 с.

137. Почепцов Г. Г. Имиджеология. Москва : Рефл-бук, 2000. 768 с.

138. Рибакowa О. В. Гендерна специфіка втілення стратегії незгоди в усній англomовній неофіційній комунікації : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2016. 290 с.

139. Рогачева Н. Б. Речежанровая вторичность в политическом дискурсе (на материале жанра блога) // Политическая коммуникация. 2009. Т. 2. С. 97–100.

140. Романова Т. В. Коммуникативный имидж и речевой портрет современного политика. Политическая лингвистика. 2009. Т. 1, Вып. 27. С. 109–117.

141. Ромашова И. П., Кукина А. А. Новые дискурсивные практики отечественных корпораций: прагматистический анализ текстов твиттер-аккаунтов коммерческих компаний. 2014. С. 231–236.

142. Рязанцева Т. И. Гипертекст и электронная коммуникация. Москва : URSS, 2010. 251 с.

143. Рязанцева Т. И. О категориях гипертекста // Медиалингвистика. 2019. Т. 6, Вып. 3. С. 327–340.

144. Самохіна В. О. Жарт у сучасному комунікативному просторі Великої Британії та США : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 360 с.
145. Самохіна В. О. Карнавалізація у фокусі лінгвокреативної діяльності Номо Artifex // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2019. Вип. 88. С. 26–34.
146. Самохіна В. О., Полтаран О. О. Категорія інтенціональності у карнавалізованому медіа-просторі (на матеріалі американського телешоу ‘Saturday Night Live’) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2020. Вип. 92. С. 45–51.
147. Саяпин В. О. Смысловые реалии гипертекста в виртуальной коммуникации // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2012. Т. 3, Вып. 11. С. 105–113.
148. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации. Київ : Фитосоциоцентр, 2002. 335 с.
149. Сергеева Д. С. Самопрезентация и дискредитация – ключевые стратегии предвыборного политического дискурса (на материале предвыборных твитов Д. Трампа и Х. Клинтон) // Известия Южного федерального университета. Филологические науки. 2017. Вып. 3. С. 75–83.
150. Сергеева Д. С. Формирование имиджа политика в современном информационном пространстве (на материале данных соцсети «Твиттер») // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия «Гуманитарные и социальные науки». 2017. Вып. 4. С. 124–131.
151. Сергиенко П. И. Лингвокогнитивные особенности электронного гипертекста (на материале английского языка): автореф. дис. на соискание уч. степени доктора филол. наук: спец. 10.02.04 «Германские языки». Москва, 2009. 23 с.
152. Серль Дж. Природа интенциональных состояний // Философия, логика, язык. Москва : Прогресс, 1987. С. 96–126.

153. Серякова И. И. Невербальный знак коммуникации в англоязычных дискурсивных практиках : монография. Киев : КНЛУ, 2012. 280 с.
154. Синенко Т. В. Гипертекстуальность как ключевой признак сетевой полемики // Вестник Тамбовского университета. Серия «Гуманитарные науки». 2008. Т. 7., Вып. 63. С. 151–157.
155. Сідак О. О. Політична образа як тактика мовленнєвої стратегії руйнації іміджу політика (на матеріалі англomовного публіцистичного дискурсу) // Нова філологія. 2010. Вип. 39. С. 178–183.
156. Сідак О. О. Роль комічного ефекту в реалізації конфронтаційної стратегії англomовної політичної образи : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2013. 204 с.
157. Славова Л. Л. Когнітивні метафори у структурі концепту ПОЛІТИК (на матеріалі американського та українського політичного дискурсу) // Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. 2012. Вип. 22. С. 275–284.
158. Славова Л. Л. Мовна особистість політика: когнітивно-дискурсивний аспект. Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2010. 358 с.
159. Слово в действии: интент-анализ политического дискурса. Санкт-Петербург : Алетейя, 2000. 316 с
160. Соболева А. К. Риторическая подготовка студентов–юристов, или Юридическая риторика как учебный предмет // Предмет риторики и проблемы ее преподавания : Первая Всеросс. конф. по рекламе: тезисы докл. Москва : Добросвет, 1998. С. 194–206.
161. Современные теории дискурса : мультидисциплинарный анализ. Екатеринбург : Издательский дом «Дискурс-Пи», 2006. 177 с.
162. Соколинская Е. Г. Особенности электронного дискурса и конструирование гендерной идентичности // Культура народов Причерноморья. 2004. Вып. 49, Т. 1. С. 143–145.
163. Солганик Г. Я. Стилистика текста. Москва : Флинта, 2001. 256.

164. Солодов М. Ю. Гипертекст как предмет психологического исследования в культурно-деятельностной программе // Образовательные технологии и общество. 2016. Вып. 2. С. 621–629.
165. Солощук Л. В. Вербальні і невербальні компоненти комунікації в англomовному дискурсі : монографія. Харків : Константа, 2006. 300 с.
166. Сонин А. Г. Моделирование механизмов понимания поликодовых текстов: дис. ... доктора филол. наук: 10.02.19. Москва, 2006. 310 с.
167. Сорокин Ю. А., Тарасов Е. Ф. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. Москва : Высшая школа, 1990. С. 180–186.
168. Стернин И. А. Основы речевого воздействия : учебное издание. Воронеж : «Истоки», 2012. 178 с.
169. Столнейкер Р. С. Прагматика // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. 16 : Лингвистическая прагматика. Москва : Прогресс, 1985. С. 419–438.
170. Субботин М. М. Теория и практика нелинейного письма (взгляд сквозь призму «грамматологии» Ж. Деррида) // Вопросы философии. 1993. Вып. 3. С. 36–45.
171. Телия В. Н. Концептообразующая флуктуация константы культуры «родная земля» в наименовании родина // Язык и культура: Факты и ценности: К 70-летию Юрия Сергеевича Степанова. Москва : Языки славянской культуры, 2001. С. 409–418.
172. Тымбай А. А. Коммуникативные стратегии американских политиков (на примере избирательной кампании 2016) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия «Теория языка. Семиотика. Семантика». 2018. Т. 9, Вып. 1. С. 105–123.
173. Усачева О. Ю. К вопросу о жанрах интернет-коммуникации // Вестник Московского государственного областного университета. 2009. Вып. 3. С. 55–65.
174. Ущина В. А. Соціолінгвістична категорія домінантності та її реалізація в англomовному політичному дискурсі : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2003. 20 с.

175. Федорова Л. Л. Типология речевого воздействия и его место в структуре общения // Вопросы языкознания. 1991. Вып. 6. С. 46–50.
176. Филлипс Л. Дж., Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ : Теория и метод. Харьков : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2004. 336 с.
177. Фролова И. Е. Конфронтация как стратегия англоязычного дискурса // Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка : кол. монография. Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2017. С. 148–205.
178. Фролова І. Є. Стратегія конфронтації в англomовному дискурсі : монографія. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2009. 344 с.
179. Фуко М. Археология знания : пер. с фр. Санкт-Петербург : ИЦ «Гуманитарная Академия», 2004. 416 с.
180. Хамаршех А. Ш. Стратегія демагогії у подячній промові Дональда Трампа // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2020. Вып. 90. С. 33–41.
181. Хомич В. І. Каузальні синтаксеми як вихідні моделі для похідних атрибутивних // Наукові записки Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя. Філологічні науки. 2012. Кн. 1. С. 43–47.
182. Хорошилова В. М. Стратегія завдання образи у німецькомовному діалогічному інтернет-дискурсі: дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.04. Харків, 2016. 275 с.
183. Храмченко Д. С., Хлопотунов Я. Ю. Функционально-лингвистические особенности тактической реализации конфликтных коммуникативных стратегий американского предвыборного политического дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. Т. 1, Вып. 67 : в 2-х ч. Ч. 2. С. 188–191.
184. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. Москва : Флинта, 2006. 136 с.
185. Чернявская В. Е. Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 248 с.

186. Чернявская В. Е., Логинова И. Ю. Программа политической партии как персуазивный текст // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2005. Вып. 11. С. 64–75.
187. Чигаев Д. П. Лонгрид как разновидность креолизованного текста // Медиаскоп. 2017. Вып. 1. URL : <http://www.mediascope.ru/2270> (дата звернення: 24.07.2021)
188. Чигаев Д. П. Способы креолизации современного рекламного текста: дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.01. Москва, 2010. 223 с.
189. Чорна О. О. Комунікативні засоби творення іміджу політичного лідера (на матеріалі українського, російського та англійського політичного дискурсу) : дис. ... кандидата філол. наук : 10.02.15. Кіровоград, 2013. 267 с.
190. Швелідзе Л. Д. Мовні засоби реалізації комунікативних стратегій у дискурсі соціальних мереж (на матеріалі української й англійської мов) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : спец. 10.02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство». Вінниця, 2021. 20 с.
191. Шевченко И. С. Дискурс и стиль: проблемы эвристики // Функциональная лингвистика. 2012. Вып. 4. С. 313–315.
192. Шевченко И. С. Историческая динамика прагматики предложения: английское вопросительное предложение 16–20 вв. : монография. Харьков : Константа, 1998. 168 с.
193. Шевченко И. С. Концептуализация коммуникативного поведения в дискурсе // Как нарисовать портрет птицы: методология когнитивно-коммуникативного анализа языка : кол. монография. Харьков : ХНУ имени В. Н. Каразина, 2017. С. 106–147.
194. Шевченко І. С., Морозова О. І. Дискурс як когнітивно-комунікативна діяльність // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : кол. монографія. Харків : Константа, 2005. С. 21–28.
195. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса: дис. ... доктора филол. наук: 10.02.01, 10.02.19. Москва, 2000. 431 с.

196. Шелестюк Е. В. Речевое воздействие: онтология и методология исследования : монография. Челябинск : ООО «Энциклопедия», 2008. 232 с.
197. Щипицина Л. Ю. Комплексная лингвистическая характеристика компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале немецкого языка) : автореф. дис. на соискание уч. степени доктора филол. наук: спец. 10.02.04. «Германские языки». Воронеж, 2011. 41 с.
198. Шульгинов В. А. Гипертекстовая структура сетевого дневника-сообщества как особого гипержанра компьютерно-опосредованной коммуникации (на материале сетевого дневника-сообщества «Владивосток») : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.01. Москва, 2014. 210 с.
199. Ыйм Х. Я. Прагматика речевого общения // Теория и модели знаний: Труды по искусственному интеллекту. 1985. Вып. 714. С. 196–207.
200. Юртаева Е. С. Характеристики виртуальной языковой личности в коммуникативном пространстве Интернет-дискурса // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации. 2016. С. 307–312.
201. Якобсон Р. Лингвистика и поэтика : пер. с англ. // Структурализм: «за» и «против». Москва : «Прогресс», 1975. С. 193–230.
202. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації : монографія. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2009. 420 с.
203. Adolphs R. Cognitive neuroscience of human social behaviour // Nature Review Neuroscience. 2003. Vol. 4, Iss. 3. P. 165–178.
204. Ahmadian S., Azarshahi S., Paulhus D. L. Explaining Donald Trump via communication style: Grandiosity, informality, and dynamism // Personality and individual differences. 2017. Vol. 107, Iss. 1. P. 49–53.
205. Barthes R. Rhetoric of the Image / R. Barthes. Image – Music – Text. New York : Hill and Wang, 1977. P. 32–51.
206. Belt T. L. Can we at least all laugh together now? Twitter and online political humor during the 2016 election // The role of Twitter in the 2016 US election. Cham : Palgrave Macmillan, 2018. P. 97–117.

207. Bezemer J. What is multimodality? 2012. URL : <https://mode.ioe.ac.uk/2012/02/16/what-is-multimodality/> (дата звернення: 25.07.2021)
208. Blair J. A. The Possibility and Actuality of Visual Arguments // *Argumentation and Advocacy*. 1996. Iss. 33. P. 23–39.
209. Bolter J. D. *Writing Space: Computers, Hypertext, and the Remediation of Print*. Mahwah, New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates, 2001. 248 p.
210. Bondarenko I. Political meme as multimodal aesthetically marked text // *Text – Image – Music: Crossing the Borders*. Berlin : Peter Lang, 2021. P. 503–524.
211. Bondarenko I. Time domain matrix modeling in cognitive linguistic research // *Perspectives on Abstract Concepts: Cognition, language and communication*. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2019. P. 287–311.
212. Bondarenko I. Tools of Explicit Propaganda: Cognitive Underpinnings // *Open Journal of Modern Linguistics*. 2020. Vol. 10, No. 1. P. 23–48.
213. Bounegru L., Forceville C. Metaphors in editorial cartoons representing the global financial crisis // *Visual communication*. 2011. Vol. 10, Iss. 2. P. 209–229.
214. Boychuk N., Kharkavtsiv I. Peculiar features of the English Internet discourse: pragmatic and sociolinguistic aspects // *Проблеми гуманітарних наук. Серія «Філологія»*. 2019. Вип. 44. С. 19–27.
215. Brown G., Yule G. *Discourse analysis*. Cambridge : Cambridge Univ. Press, 1983. 288 p.
216. Catalano T., Musolff A. “Taking the shackles off”: Metaphor and metonymy of migrant children and border officials in the U.S. // *Metaphorik.de*. 2019. No. 29. P. 11–46.
217. Catalano T., Waugh L. R. The ideologies behind newspaper crime reports of Latinos and Wall Street/CEOs: A critical analysis of metonymy in text and image // *Critical Discourse Studies*. 2013. Vol. 10, No. 4. P. 406–426.
218. Corbeil J. R., Corbeil M. E. The birth of a social networking phenomenon // *Educating educators with social media: Cutting-edge technologies in higher education*. Bingley : Emerald, 2011. P. 13–32.

219. Cornfield M. Empowering the party-crasher: Donald J. Trump, the first 2016 GOP presidential debate, and the Twitter marketplace for political campaigns // *Journal of political marketing*. 2017. Vol. 16, Iss. 3–4. P. 212–243.
220. Crystal D. *Internet Linguistics*. London: Routledge, 2011. 179 p.
221. Cullen Ch. What does Donald Trump's body language say about him. URL : <https://www.euronews.com/2016/08/25/what-does-donald-trumps-body-language-say-about-him> (дата звернення: 08.08.2021).
222. Dawkins R. *The selfish gene*. Oxford : Oxford University Press, 2006. 360 p.
223. Di Pellegrino G., Fadiga L., Fogassi L., Gallese V., Rizzolatti G. Understanding motor events: a neurophysiological study // *Experimental Brain Research*. 1992. Vol. 91, Iss. 1. P. 176–180.
224. Diaz Vera J. E. Woven emotions: Visual representations of emotions in medieval English textiles // *Multimodality and Cognitive linguistics*. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2015. P. 45–60.
225. Dijk T. A. van. On Macrostructures, mental models, and other inventions: A Brief personal history of the Kintsch-van-Dijk theory // *Discourse comprehension : Essays in honour of Walter Kintsch*. Hillsdale : Lawrence Erlbaum, 1995. P. 383–410.
226. Dijk T. A. van. *The study of discourse* // *Discourse as Structure and Process*. London : Sage Publications, 1997. P. 1–34.
227. El Rafaie E. Cross-modal resonances in creative multimodal metaphors: Breaking out of conceptual prisons // *Multimodality and cognitive linguistics*. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2015. P. 13–26.
228. El Rafaie E. Metaphor in political cartoons: Exploring audience responses // *Multimodal metaphor*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. P. 172–196.
229. Enli G. Twitter as arena for the authentic outsider: exploring the social media campaigns of Trump and Clinton in the 2016 US presidential election // *European journal of communication*. 2017. Vol. 32, Iss. 1. P. 50–61.
230. Fadiga L., Fogassi L., Pavesi G., Rizzolatti G. Motor facilitation during action observation: a magnetic stimulation study // *Journal of Neurophysiology*. 1995. Vol. 73, Iss. 6. P. 2608–2611.

231. Feng W. D. Metonymy and visual representation: towards a social semiotic framework of visual metonymy // *Visual Communication*. 2017. Vol. 16, Iss. 4. P. 441–466.
232. Forceville C. Metaphor in pictures and multimodal representations // *The Cambridge handbook of metaphor and thought*. Cambridge : Cambridge University Press, 2008. P. 462–482.
233. Forceville C. Metonymy in visual and audiovisual discourse // *The World Told and the World Shown : Issues in Multisemiotics*. Basingstoke : Palgrave MacMillan, 2009. P. 56–74.
234. Forceville C. Non-verbal and multimodal metaphor in a cognitive framework: agendas for research // *Multimodal metaphor*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. P. 19–42.
235. Forceville C. Pictorial and multimodal metaphor // *Handbuch sprache im multimodalen context*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2016. P. 241–260.
236. Forceville C. Pictorial metaphor in advertising. London : Routledge, 1996. 233 p.
237. Forceville C. The role of non-verbal sound and music in multimodal metaphor // *Multimodal metaphor*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. P. 383–400.
238. Forceville C., van de Laar N. Metaphors portraying the right-wing Dutch politician Geert Wilders in political cartoons // *Populist discourse: Critical approaches to contemporary politics*. London : Routledge, 2019. P. 292–307.
239. Forsell L. M., Åström J. A. Meanings of Hugging: From Greeting Behavior to Touching Implications // *Comprehensive Psychology*. 2012. Vol. 1, Iss. 13. P. 1–6.
240. Galdieri C. J., Lucas J. C., Sisco T. S. Introduction: Politics in 140 characters or less // *The role of Twitter in the 2016 US election*. Cham : Palgrave Macmillan, 2018. P. 1–6.
241. Galperin I.R. Stylistics. Moscow : Vyssaya Skola, 1981. 336 p.
242. Gibbs R. Jr. The allegorical character of political metaphors in discourse // *Metaphor and the Social World*. 2015. Vol. 5, Iss. 2. P. 264–282.
243. Gil Bonilla J. F. A critical-cognitive analysis of Donald Trump's discourse across time: Trump as a businessman versus Trump as a president // *XIII Congreso*

Internacional Lingüística Xeral : Actas, 13–15 June 2018, Vigo : abstr. Vigo : Grades, 2018. P. 409–416.

244. Gil Bonilla J. F. Critical discourse analysis of Trump across time // Darnioji daugiakalbystė / Sustainable Multilingualism. 2020. No. 16. P. 1–20. URL : <http://uki.vdu.lt/sm/index.php/sm/article/viewFile/273/204> (дата звернення: 08.08.2021).

245. Gilbert M. A. Goals in Argumentation // Practical Reasoning : Proceedings of International conference on formal and applied practical reasoning, Bonn, 3–7 June 1996 : abstr. Berlin : Springer, 1996. P. 223–230.

246. Goodwin C. Conversational Organization: Interaction between Speakers and Hearers. New York : Academic Press, 1981. 195 p.

247. Goodwin C., Heritage J. Conversation analysis // Annual Review of Anthropology. 1990. Vol. 19. P. 283–307.

248. Goossens L. Metapronymy: the interaction of metaphor and metonymy in expressions for linguistic action // Cognitive Linguistics. 1990. Vol. 1, Iss. 3. P. 323–340.

249. Goroshko O., Poliakova T. Persuasiveness in political discourse on Twitter // Psycholinguistics. 2018. Vol. 24, Iss. 2. P. 29–46.

250. Graham Ch. Who can figure out the true meaning of ‘covfefe’? Donald Trump’s unfinished tweet ignites the internet // The Telegraph. 2017. 31 May. URL : <https://www.telegraph.co.uk/news/2017/05/31/life-covfefes-fast-donald-trumps-unfinished-tweet-ignites-internet/> (дата звернення: 22.08.2021).

251. Groarke L. A., Tindale C. W. Good Reasoning Matters! A Constructive Approach to Critical Thinking. Oxford : Oxford University Press, 2004. 470 p.

252. Habernal I., Gurevych I. Argumentation Mining in User-Generated Web Discourse // Computational Linguistics. 2017. Vol. 43, Iss. 1. P. 125–179.

253. Hardy C. Networks of meaning: A bridge between mind and matter. Wesport : Praeger, 1998. 217 p.

254. Harris Z. S. Discourse analysis // Language. 1952. Vol. 28. P. 1–30; 474–494.

255. Hatfield E., Cacioppo J., Rapson R. L. Emotional contagion // Review of personality and social psychology : Vol. 14. Emotion and social behavior. Newbury Park, California : Sage, 1992. P. 151–177.
256. Herman D., Jahn M., Ryan M. L. Routledge Encyclopedia of Narrative Theory. Abingdon : Routledge, 2005. 718 p.
257. Herring S. Computer-Mediated Conversation: Introduction and Overview // Language@Internet. 2010. No. 7. URL : http://www.languageatinternet.de/articles/2010/2801/index_htm (дата звернення 24.09.2021).
258. Hidalgo-Downing L., Kraljevic-Mujic B. Multimodal metonymy and metaphor as complex discourse resources for creativity in ICT advertising discourse // Review of Cognitive Linguistics. 2011. Vol. 9, Iss. 1. P. 153–178.
259. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. Cultures and organizations: Software of the mind: Intercultural cooperation and its importance for survival. New York : McGraw-Hill, 2010. 561 p.
260. Howe N. Metaphor in contemporary American political discourse // Metaphor and Symbolic Activity. 1988. Vol. 3, Iss. 2. P. 87–104.
261. Jasinski J. An Exploration of Form and Force in Rhethoric and Argumentation // Argumentation theory and the Rhethoric of Assent. Alabama : The University of Alabama Press, 1990. P. 53–68.
262. Jewitt C., Bezemer J., O'Halloran K. Introducing Multimodality. London : Routledge, 2016. 219 p.
263. Johnson S. Donald Trump tweeted himself into the White House // The Conversation. 2016. Nov. 10. URL: <https://theconversation.com/donald-trump-tweeted-himself-into-the-white-house-68561> (дата звернення: 11.08.2021).
264. Kreis R. The “Tweet Politics” of President Trump // Journal of Language and Politics. 2017. Vol. 16, Iss. 4. P. 607–618.
265. Kress G. Multimodality: A Social-Semiotic Approach to Contemporary Communication. London : Routledge, 2010. 212 p.

266. Kress G., van Leeuwen T. Multimodal Discourse: The modes and media of contemporary communication. London : Arnold, 2001. 143 p.
267. Kress G., van Leeuwen T. Reading Images. The grammar of visual design. London : Routledge, 2006. 314 p.
268. Kövecses Z. Metaphor: A practical introduction. Oxford : Oxford University Press, 2002. 285 p.
269. Kövecses Z., Radden G. Metonymy: Developing a Cognitive Linguistic View // Cognitive Linguistics. 1998. Vol. 9, Iss. 1. P. 37–77.
270. Krysanova T., Shevchenko I. Conceptual Blending in Multimodal Construction of Negative Emotions in Film // Text – Image – Music: Crossing the Borders. Intermedial Conversations on the Poetics of Verbal, Visual and Musical Texts. Berlin : Peter Lang, 2021. P. 357–371.
271. Küfner M., Martin T. Donald Trump loses social media megaphone // Deutsche Welle. 2021. Jan. 7. URL : <https://www.dw.com/en/donald-trump-loses-social-media-megaphone/a-56158414> (дата звернення 24.09.2021).
272. Lakoff G. Moral politics: How liberals and conservatives think. Chicago : The University of Chicago Press, 2016. 489 p.
273. Lakoff G. The contemporary theory of metaphor // Metaphor and thought. 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press, 1993. P. 202–251.
274. Lakoff G. Trump's Twitter Distraction. George Lakoff. 2017. March 7. URL : <https://georgelakoff.com/2017/03/07/trumps-twitter-distraction/> (дата звернення 24.09.2021).
275. Lakoff G. Understanding Trump // George Lakoff blog. 2016. URL : <https://georgelakoff.com/2016/07/23/understanding-trump-2/> (дата звернення 24.09.2021).
276. Lakoff G. Women, Fire and Dangerous Things : What Categories Reveal about the Mind. Chicago : The University of Chicago Press, 1987. 614 p.
277. Lakoff G., Duran G. Trump has turned words into weapons. And he's winning the linguistic war // The Guardian. 2018. June 13. URL :

- <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/jun/13/how-to-report-trump-media-manipulation-language> (дата звернення: 08.08.2021).
278. Lakoff G., Duran G. Trump is using Twitter to manipulate the country. Here's how to stop falling for it // The Sacramento Bee. 2018. URL : <https://www.sacbee.com/opinion/california-forum/article193085404.html> (дата звернення: 08.08.2021).
279. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors We Live By*. Chicago : The University of Chicago Press, 2003. 276 p.
280. Langacker R. W. A course in cognitive grammar // *Cognitive Linguistics*. 2001. Vol. 12, Iss. 2. P. 143–188.
281. Langacker R. W. *Foundations of cognitive grammar*. Stanford : SUP, 1987. Vol. 1. Theoretical Prerequisites. 516 p.
282. Lauer C. Contending with Terms : “Multimodal” and “Multimedia” in the Academic and Public Spheres // *Computers and Composition*. 2009. Vol. 26, Iss. 4. P. 225–239.
283. Lemke J. L. *Multiplying meaning: Visual and verbal semiotics in scientific text* // *Reading science : Critical and functional perspectives*. London : Routledge, 1998. P. 87–113.
284. Levinson S. C. *Pragmatics*. Cambridge : Cambridge University Press, 1983. 420 p.
285. Levy D. Communicative goals and strategies: between discourse and syntax // *Syntax and semantics*. 1979. Vol. 12. P.183–210.
286. Locher M. A. *Electronic discourse* // *Pragmatics of Discourse*. Berlin : Mouton, 2014. P. 555–581.
287. Makaruk L. Paralinguistic Devices as Mechanisms of Influence and Manipulation in Modern English Multimodal Advertising Discourse // *Psycholinguistics. Series “Philology”*. 2018. Vol. 23, Iss. 2. P. 148–164.
288. Makaruk L. The Range and the Communicative Importance of Paralinguistic Means Employed in Contemporary English Written Multimodal Discourse // *Language. Culture. Politics*. 2018. Vol 1. P. 31–46.

289. Martynyuk A. Gesture-verbal utterance from the cognitive perspective // *Advanced Education*. 2016. Iss. 6. P. 47–52. URL: <http://dx.doi.org/10.20535/2410-8286.85314>.
290. Martynyuk A. “Now that the magic is gone” or toward cognitive analysis of verbal/co-verbal communication // *Cognition, communication, discourse. Series “Philology”*. 2017. No. 15. P. 51–72.
291. Martynyuk A. The art of metaphoric political insult within the cognitive framework // *Language – Literature – the Arts: A Cognitive-Semiotic Interface*. Frankfurt on Main : Peter Lang, 2017. P. 245–260.
292. Martynyuk A., Meleshchenko O. Figurative multimodal memes featuring Trump // *FTL5 : 5th International Conference on Figurative Thought and Language*, 23–25 April 2020 : abstr. Sofia : John Benjamins Publishing Company. P. 108–109.
293. Martynyuk A., Meleshchenko O. Twitter-based multimodal metaphorical memes portraying Donald Trump // *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*. 2019. Vol. 4, Iss. 2. P. 128–167.
294. Matthiessen M. I. M. Multisemiosis and context-based register typology: Registerial variation in the complementarity of semiotic systems // *The world shown and the world told*. Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2009. P. 11–38.
295. Meleshchenko O. O. Multimodal simile in Twitter-based memes featuring Donald Trump // *Research of Different directions of Development of Philological Sciences in Ukraine and EU : Proceedings of International scientific and practical conference*, 20–21 September 2019, Baia Mare, Romania : abstr. Baia Mare : North University Centre of Baia Mare, 2019. P. 75–77.
296. Milner R. M. Pop polyvocality: Internet memes, public participation, and the Occupy Wall Street movement // *International Journal of Communication*. 2013. No. 7. P. 2357–2390.
297. Mittelberg I., Waugh L. R. Metonymy first, metaphor second: A cognitive-semiotic approach to multimodal figures of thought in co-speech gesture // *Multimodal metaphor*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. P. 329–356

298. Moreau L. What Does TBT Mean? Throwback Thursday Explained: Everyone loves a bit of nostalgia from time to time // Liveaboutdotcom. 2020. December 21. URL : <https://www.liveabout.com/throwback-thursday-meaning-and-why-its-so-popular-3485860> (дата звернення: 24.09.2021).
299. Morozova O. Monomodal and multimodal instantiations of conceptual metaphors of Brexit // *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*. 2017. Vol. 2, Iss. 2. P. 250–283.
300. Morozova O. The influence of context on the metaphoric framing of the European Union in Ukrainian mass media // *Cognition, communication, discourse. Series “Philology”*. 2018. No. 17. P. 141–154. DOI: 10.26565/2218-2926-2018-17-09
301. Morozova O. Ukraine’s journey to Europe: strategic macronarrative and conceptual metaphors // *European security*. 2019. Vol. 28. No. 3. P. 323–340.
302. Moshman D. From inference to reasoning: The construction of rationality // *Thinking & Reasoning*. 2004. Vol. 10, Iss. 2. P. 221–239.
303. Musolff A. *Political metaphor analysis : Discourse and scenarios*. London : Bloomsbury, 2016. 200 p.
304. Newsom D., Haynes J. *Public Relations Writing : Form & Style*. Boston : Wadsworth Cengage Learning, 2011. 425 p.
305. Nelson T. A file structure for the complex, the changing, and the indeterminate // *ACM’65 : Proceedings of the 20th ACM National Conference, 24 August 1965, Cleveland : abstr. Cleveland : ACM, 1965*. P. 84–100.
306. Nicholson R. ‘Poor little snowflake’ – the defining insult of 2016 // *The Guardian*. 2016. 28 November. URL : <https://www.theguardian.com/science/2016/nov/28/snowflake-insult-disdain-young-people> (дата звернення: 14.07.2021).
307. Parvez H. Body language: Rubbing hands together // *PsychMechanics*. 2015. May 8. URL: <https://www.psychmechanics.com/body-language-rubbing-hands-together/> (дата звернення: 14.07.2021).

308. Pease A. Body language. How to read others' thoughts by their gestures. London : Sheldon Press, 1984. URL : <https://www.iwaha.com/ebook/index.php?p=6> (дата звернення: 14.07.2021).
309. Pérez-Sobrino P. Expanding the figurative continuum to multimodal settings: Patterns of interaction of multimodal metaphor and metonymy in advertising : Ph.D dissertation. Logrono, 2015. URL : <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=46010> (дата звернення: 14.07.2021).
310. Pérez-Sobrino P. Multimodal metaphor and metonymy in advertising. Amsterdam : John Benjamins, 2017. 232 p.
311. Petlyuchenko N. From ideal type charisma to real type charismatic politicians (linguistic discursive model for identifying future charismatic leaders) // Development trends of philological sciences : collective monograph. Lviv : Liha-Pres, 2019. P. 220–237.
312. Petlyuchenko N., Chernyakova V. Charisma & female expressiveness: language, ethnoculture, politics // *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow*. 2019. Vol. 4, Iss. 1. P. 83–132.
313. Pilyarchuk K., Onysko A. Conceptual Metaphors in Donald Trump's Political Speeches: Framing his Topics and (Self-)Constructing his Persona // *Colloquium : New Philologies*. 2018. Vol. 3, Iss. 2. P. 98–156.
314. Pinar Sanz M. J. Multimodality and Cognitive Linguistics: Introduction // *Multimodality and Cognitive Linguistics*. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2015. P. 1–9.
315. Ritter A., Cherry C., Dolan B. 2010. Unsupervised modeling of twitter conversations // *Human Language Technologies : Conference of the North American Chapter of the Association of Computational Linguistics*, 2–4 June, 2010, Los Angeles. Stroudsburg : The Association for Computational Linguistics, 2010. P. 172–180.
316. Ross A. S., Rivers D. J. Internet memes as polyvocal political participation // *The presidency and the social media: Discourse, disruption, and digital democracy in the 2016 presidential election*. New York : Routledge, 2018. P. 285–308.

317. Roque G. Political Rhetoric in Visual Image // Dialogue and Rhetoric. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2008. P. 185–193.
318. Roque G. Rhetoric, argumentation, and persuasion in a multimodal perspective // Multimodal Argumentation and Rhetoric in Media Genres. Amsterdam : John Benjamins, 2017. P. 25–50.
319. Roque G. Visual argumentation : A further reappraisal // Topical themes in argumentation theory : Twenty exploratory studies. Amsterdam : Springer, 2012. P. 273–288.
320. Roy J. Analysis: ‘Cuck,’ ‘snowflake,’ ‘masculinist’: A guide to the language of the ‘alt-right’ // Los Angeles Times. 2016. 16 November. URL : <https://www.latimes.com/nation/la-na-pol-alt-right-terminology-20161115-story.html> (дата звернення: 14.07.2021).
321. Ruiz de Mendoza F. J. The role of mappings and domains in understanding metonymy // Metaphor and Metonymy at the Crossroads : A Cognitive Perspective. Barcelona ed. Berlin : Mouton de Gruyter, 2003. P. 109–132.
322. Ruiz de Mendoza F. J., Díez O. Patterns of conceptual interaction // Metaphor and metonymy in comparison and contrast. Berlin : Mouton de Gruyter, 2002. P. 489–532.
323. Ruiz de Mendoza F. J., Galera-Masegosa A. Going beyond metaphonymy: Metaphoric and metonymic complexes in phrasal verb interpretation // Language Value. 2011. Vol. 3, No. 1. P. 1–29.
324. Sacks H. A, Schegloff E. A., Jefferson G. Simplest for the Organization of Turn–Taking for Conversation // Language. 1974. Vol. 50, Iss. 4. P. 696–735.
325. Samokhina V., Pasynok V. The anthroponymic world in the text of the Anglophone joke // Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow. 2017. Vol. 2, Iss. 2. P. 284–355.
326. Santa Ana O. “Like an animal I was treated”: anti-immigrant metaphor in US public discourse // Discourse and Society. 1999. Vol. 10, Iss. 2. P. 191–224.
327. Sarno D. Twitter Creator Jack Dorsey Illuminates the Site’s Founding Document // Los Angeles Times. 2009. February 18. URL :

<https://latimesblogs.latimes.com/technology/2009/02/twitter-creator.html> (дата звернення: 14.08.2021).

328. Scalafani J. Talking Donald Trump: A Sociolinguistic Study of Style, Metadiscourse, and Political Identity. London : Routledge, 2018. 115 p.

329. Schegloff E. A. Analyzing Single Episodes of Interaction: An Exercise in Conversation Analysis // Social Psychology Quarterly. 1987. Vol. 50, No. 2. P. 101–114.

330. Schneiker A. Telling the story of the superhero and the anti-politician as president: Donald Trump's branding on Twitter // Political studies review. 2019. Vol. 17, Iss. 3. P. 210–223.

331. Semino E. Metaphor in discourse. Cambridge : Cambridge University Press, 2008. 247 p.

332. Shevchenko I., Goncharova T., Gutorov V. Cognitive pragmatics of American presidential debates: a case for economic metaphors // Cognition, communication, discourse. Series "Philology". 2020. No. 21. P. 36–49.

333. Shifman L. Memes in digital culture. Cambridge : The MIT Press, 2014. 200 p.

334. Smiciklas M. The Power of Infographics : Using Pictures to Communicate and Connect with Your Audience. Indianapolis : Que, 2012. 224 p.

335. Tay D. Metaphor construction in online motivational posters // Journal of Pragmatics. 2017. No. 112. P. 97–112.

336. Text in Context : Contributions to Ethnomethodology // G. Watson, R. M. Seiler eds. Newbury Park : SAGE Publications, 1992. 225 p.

337. Tierney J. The Language of the Hands // The New York Times. 2007. August 27. URL : <https://tierneylab.blogs.nytimes.com/2007/08/27/the-language-of-the-hands/> (дата звернення: 14.07.2021).

338. Tseronis A. Argumentative functions of visuals: Beyond claiming and justifying // Virtues of Argumentation: proceedings of the 10th International Conference of the Ontario Society for the Study of Argumentation, 22–26 May 2013, Windsor, Ontario : abstr. Windsor : OSSA, P. 1–17.

339. Tseronis A. Determining the commitments of image-makers in arguments with multimodal allusions in the front covers of *The Economist* // *International Review of Pragmatics*. 2018. No.10. P. 243–269.
340. Tseronis A., Forceville C. Argumentation and rhetoric in visual and multimodal communication // *Multimodal Argumentation and Rhetoric in Media Genres*. Amsterdam : John Benjamins, 2017. P. 1–24.
341. Tseronis A., Forceville C. The argumentative relevance of visual and multimodal antithesis in Frederick Wiseman's documentaries // *Multimodal Argumentation and Rhetoric in Media Genres*. Amsterdam : John Benjamins, 2017. P. 165–188.
342. Turner M. *Reading minds : the study of English in the age of cognitive science*. Princeton : Princeton Univ. Press, 1991. 318 p.
343. Ungerer F. Muted metaphors and the activation of metonymies in advertising // *Metaphor and metonymy at the crossroads: A cognitive perspective*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2003. P. 321–340.
344. Urios-Aparisi E. Interaction of multimodal metaphor and metonymy in TV commercials: Four case studies // *Multimodal metaphor*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. P. 95–117.
345. Van Lier L. An ecological and semiotic perspective of language and linguistics // *Language acquisition and language socialization : Ecological perspectives*. London : Continuum, 2002. P. 140–164.
346. Williams C. B. Introduction : Social media, political marketing and the 2016 U.S. election // *Journal of political marketing*. 2017. Vol. 16, Iss. 3–4. P. 207–211.
347. Wodak R. Preface: From 'Hate Speech' to 'Hate Tweets' // *Populism and the Web : Communicative Practices of Parties and Movements in Europe*. London : Routledge, 2018. P. xvii–xxiii.
348. Yu N. Nonverbal and multimodal manifestation of metaphors and metonymies: A case study // *Multimodal metaphor*. Berlin : Mouton de Gruyter, 2009. P. 119–143.
349. Zenner E., Geeraerts D. One does not simply process memes: Image macros as multimodal constructions // *Cultures and traditions of wordplay and wordplay research*. Berlin : Walter de Gruyter, 2018. P. 167–194.

СПИСОК ДОВІДКОВИХ І ЛЕКСИКОГРАФІЧНИХ ДЖЕРЕЛ

350. КСКТ = Краткий словарь когнитивных терминов / под общей ред. Е. С. Кубряковой. Москва : Моск. гос. ун-т, 1996. 245 с.
351. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева; редкол.: Н. Д. Арутюнова, В. А. Виноградов, В. Г. Гак, Т. В. Гамкредидзе и др. Москва : «Советская энциклопедия», 1990. URL : <http://tapemark.narod.ru/les/507a.html> (дата звернення: 14.07.2021).
352. Мартинюк А. П. Словник основних термінів когнітивно–дискурсивної лінгвістики. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 196 с.
353. Новейший философский словарь / сост. и гл. ред. А. А. Грицанов. Минск : Книжный Дом, 1999. URL : https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_new_philosophy (дата звернення: 14.07.2021).
354. Полонский П. И флаг наш бело-голубой. URL : http://www.machanaim-2.org/machanaim///tanach/_weekly/shlach05.htm (дата звернення: 14.07.2021).
355. Словарь практического психолога / сост. С. Ю. Головин. Минск : Харвест, 1998. URL : <https://www.klex.ru/1ql> (дата звернення: 14.07.2021).
356. Словник української мови. URL : <http://sum.in.ua/> (дата звернення: 25.07.2021).
357. Философия : Энциклопедический словарь / под редакцией А. А. Ивина. Москва : Гардарики, 2004. URL : https://dic.academic.ru/dic.nsf/enc_philosophy/68 (дата звернення: 25.07.2021).
358. About Twitter. URL : <https://about.twitter.com> (дата звернення: 14.07.2021).
359. Alexa Top 500 Global Sites. URL : <https://www.alexa.com/topsites> (дата звернення: 14.07.2021).
360. APA Dictionary of Psychology. URL : <https://dictionary.apa.org/> (дата звернення: 14.07.2021).
361. Cambridge Dictionary. URL : <https://dictionary.cambridge.org/> (дата звернення: 30.04.2020).
362. Collins Dictionary. URL : <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/> (дата звернення: 30.04.2020).

363. Dictionary.com. URL : <https://www.dictionary.com/> (дата звернення: 30.04.2020).
364. Gallup. URL : <https://news.gallup.com/poll/146183/americans-say-reagan-greatest-president.aspx> (дата звернення: 14.07.2021).
365. Glossary of multimodal terms. URL : <https://multimodalityglossary.wordpress.com/multimodality> (дата звернення: 14.07.2021).
366. Know Your Meme. URL : <http://knowyourmeme.com> (дата звернення: 14.07.2021).
367. Lexico. URL : <https://www.lexico.com/> (дата звернення: 30.04.2020).
368. Longman dictionary of contemporary English. URL : <https://www.ldoceonline.com/> (дата звернення: 30.04.2020).
369. Merriam-Webster Dictionary. URL : <https://www.merriam-webster.com/> (дата звернення: 30.04.2020).
370. New York Times. URL : <https://mediabiasfactcheck.com/new-york-times/> (дата звернення: 25.07.2021).
371. Number of monetizable daily active Twitter users (mDAU) worldwide from 1st quarter 2017 to 1st quarter 2021 // Statista. 2021. URL : <https://www.statista.com/statistics/970920/monetizable-daily-active-twitter-users-worldwide/> (дата звернення: 25.07.2021).
372. Paul Ekman Group. URL : <https://www.paulekman.com/> (дата звернення: 30.04.2020).
373. Psychologia. Body Language of the Hands: Common Gestures and Their Meanings. URL : <https://psychologia.co/talking-with-your-hands/#updown> (дата звернення: 25.07.2021).
374. Psychology. URL : <http://psychology.iresearchnet.com/social-psychology/emotions/emotional-contagion> (дата звернення: 30.04.2020).
375. Smith B. L. Propaganda. Chicago, IL: Encyclopædia Britannica, Inc., 2016. <https://www.britannica.com/topic/propaganda> (дата звернення: 30.04.2020).

376. Twitter // Technopedia. URL :
<https://www.techopedia.com/definition/4957/twitter> (дата звернення: 30.04.2020).
377. Word Associations Network. URL : <https://wordassociations.net/en> (дата звернення: 30.04.2020).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Nelson A. Twitter. URL : twitter.com/AlecQNelson/status/968467073189011458.
2. Trump D. Twitter. URL : twitter.com/realdonaldtrump.

ДОДАТОК А

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

Публікації у фахових виданнях України:

1. Мелешенко О. О. Бімодальний твіт-текст як комунікативна одиниця інтернет-жанру твітінг (на матеріалі Твіттеру Дональда Трампа) // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2018. Вип. 87. С. 136–144.

URL: <https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/article/view/11143/10670>

2. Мелешенко О. О. Інтерфейс мультимодального доведення (на матеріалі Твіттеру Д. Трампа) // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія». 2018. Вип. 37, Т. 4. С. 67–70.

URL: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v37/part_4/22.pdf

3. Мелешенко О. О. Комунікативна стратегія конструювання позитивного іміджу Дональда Трампа у політичному твітінгу // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов». 2020. Вип. 91. С. 42–49.

URL: <https://periodicals.karazin.ua/foreignphilology/issue/view/1002/1306>

4. Мелешенко О. О. Руйнування іміджу політичного опонента як комунікативна стратегія твітінгу Дональда Трампа // Південний архів (філологічні науки). 2020. Вип. 84. С. 84–90.

URL: <https://pa.journal.kspu.edu/index.php/pa/article/view/708/706>

Наукова праця у періодичному науковому виданні іншої держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку й Європейського Союзу, що входить до міжнародної наукометричної бази Web of Science:

5. Martynyuk A., **Meleshchenko O.** Twitter-based multimodal metaphorical memes portraying Donald Trump // *Lege artis. Language yesterday, today, tomorrow.* 2019. Vol. 4, Iss. 2. P. 128–167 (Web of Science, Словацька Республіка).

URL: <https://www.webofscience.com/wos/woscc/full-record/WOS:000500506200004>

(Особистий внесок здобувача: розробка алгоритму дослідження мультимодальних метафор у політичному твітінгу як засобів конструювання метафоричного іміджу Д. Трампа, реконструкція когнітивних моделей, що лежать у підґрунті цих мультимодальних метафор; визначення поняття політичного інтернет-мему й дослідження його конститутивних рис; добір матеріалу дослідження).

Наукова праця у періодичному науковому виданні іншої держави, яка входить до Організації економічного співробітництва та розвитку й Європейського Союзу:

6. Мелещенко О. О. Семіотична структура твіт-текстів (на матеріалі Твіттеру Дональда Трампа) // *Science and Education a New Dimension. Philology.* Vol. 6 (46), Iss. 159. 2018. С. 48–51 (Угорщина).

URL: <https://seanewdim.com/uploads/3/4/5/1/34511564/httpsdoi.org10.31174s-end-ph2018-159vi46-11.pdf>

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Мелещенко О. О. Бімодальні твіт-тексти в інтернет-жанрі твітінг (на матеріалі Твіттеру Дональда Трампа) // *Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XVIII наукова конференція з міжнародною участю, 1 лютого 2019 р. : тези доп.* Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2019. С. 109–111.

8. Мелешченко О. О. Мультиmodalна антитеза як засіб комунікативного впливу у твітах Дональда Трампа // Переяславська мовознавча толока : І Міжнародна науково-практична конференція, 19–20 вересня 2019 р. : тези доп. Переяслав-Хмельницький : Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди, 2019. С. 59–61.

9. Мелешченко О. О. Мультиmodalна метонімія як засіб комунікативного впливу в інтернет-жанрі твітінг (на матеріалі Твітеру Д. Трампа) // Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи. Інтердисциплінарні виміри : VI Міжнародна науково-практична конференція, 26 квітня 2019 р. : тези доп. Конін : Посвіт, 2019. С. 164–165.

10. Meleshchenko O. O. Multimodal simile in Twitter-based memes featuring Donald Trump // Research of Different directions of Development of Philological Sciences in Ukraine and EU : Proceedings of International scientific and practical conference, 20–21 September 2019, Baia Mare, Romania : abstr. Baia Mare : North University Centre of Baia Mare, 2019. P. 75–77.

11. Мелешченко О. О. Мультиmodalне доведення як риторична стратегія комунікативного впливу (на матеріалі Твітеру Дональда Трампа) // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : XIX наукова конференція з міжнародною участю, 7 лютого 2020 р. : тези доп. Харків : Видавництво Точка, 2020. С. 94–96.

12. Martynyuk A., **Meleshchenko O.** Figurative multimodal memes featuring Trump // FTL5 : 5th International Conference on Figurative Thought and Language, 23–25 April 2020 : abstr. Sofia : John Benjamins Publishing Company. P. 108–109.

(Особистий внесок здобувача: аналіз мультиmodalних метафор у інтернет-мемах, що зображають Д. Трампа; добір матеріалу дослідження).

13. Мелешченко О. О. Стратегічна організація політичного твітінгу Дональда Трампа // Каразінські читання: Людина. Мова. Комунікація : Homo Universitatis : XX ювілейна наукова конференція з міжнародною участю, 5 лютого 2021 р. : тези доп. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2020. С. 41–42.

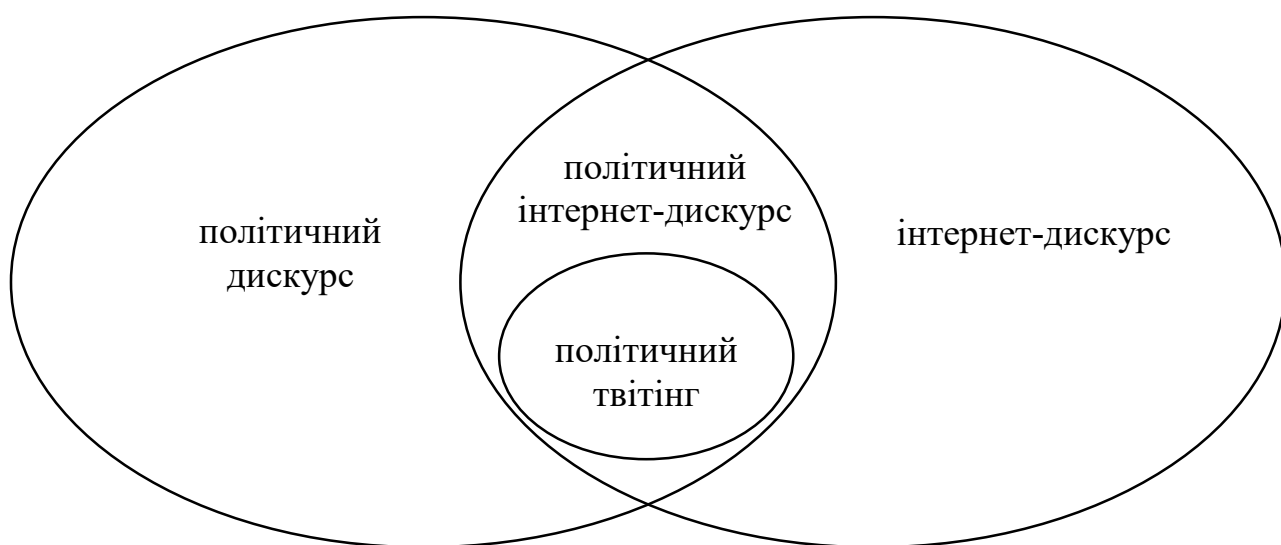


Рис. Б.1 Місце жанру «політичний твітінг» в дискурсі

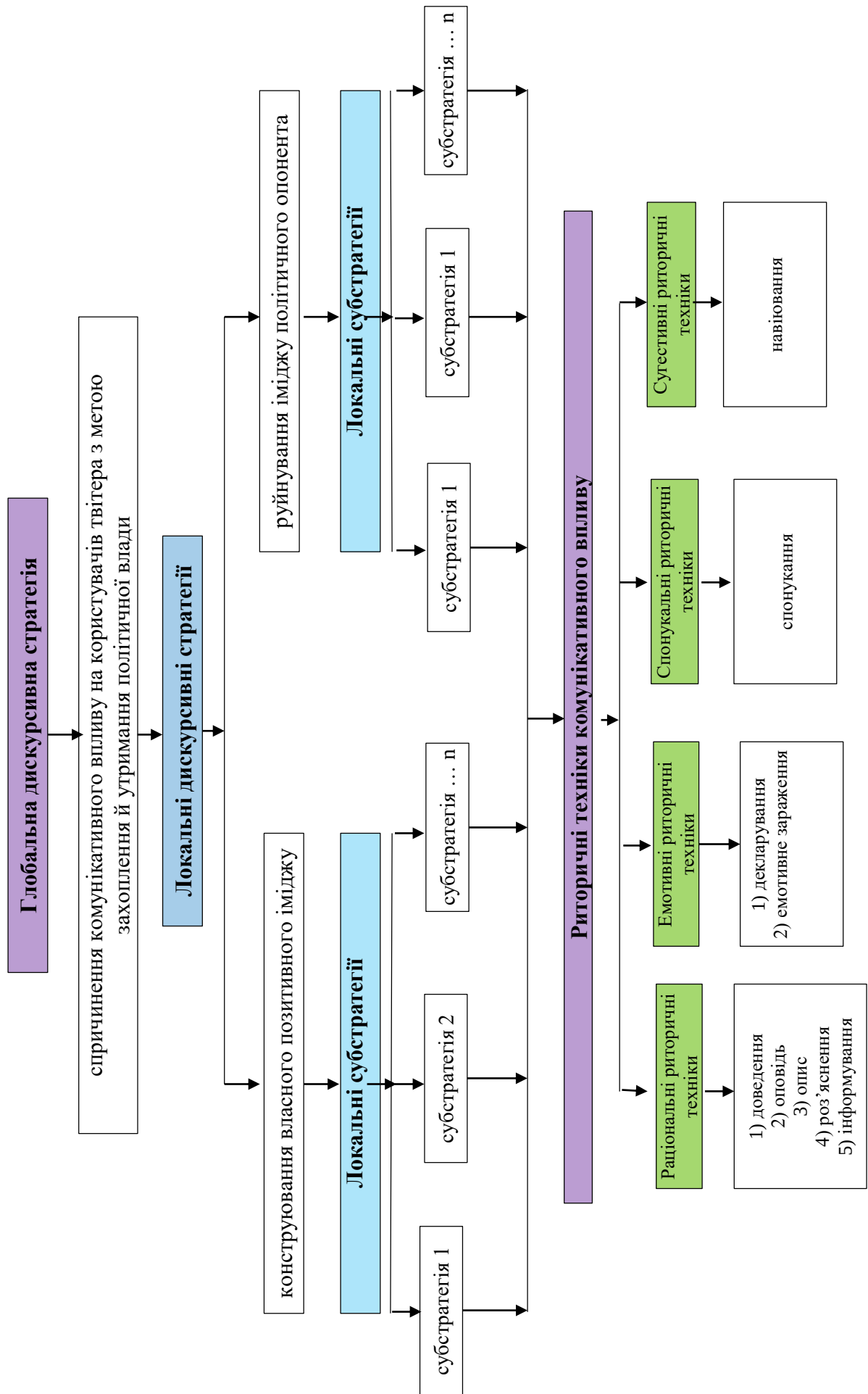


Рис. Б.2 Модель ієрархії дискурсивних стратегій політичного твітіngu Д. Трампа

Прикріпні мультимодальні (вербально-візуальні)
твіт-тексти / гіпотексти за характером візуального
модусу

сполучення графічних
елементів з вербальними

сполучення фотографічних
елементів з вербальними



Рис. Б.3 Класифікація прикріплених мультимодальних (вербально-візуальних) твіт-текстів / гіпотекстів за характером візуального модусу [Trump, status/918894502185787392; status/1007315424546091008]

Таблиця Б.1

**Кількісні характеристики втілення мономодальних (вербальних)
дискурсивних стратегій англомовного політичного твітіngu Дональда
Трампа**

№	Дискурсивна стратегія / субстратегія	Обсяг неритуалізованих твітів, %	Обсяг ритуалізованих твітів, %	Загальний обсяг, %
1.	Мономодальна локальна дискурсивна стратегія конструювання власного позитивного іміджу	43	9	52
1.1.	Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації патріотизму (ПАТРІОТ)	17	6	23
1.2.	Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації ефективності (роль ЕФЕКТИВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ МЕНЕДЖЕР)	14	-	14
1.3.	Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації сили (роль ЖОРСТКИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР)	4	-	4
1.4.	Мономодальна дискурсивна субстратегія фамільяризації (роль ДОБРИЙ ЗНАЙОМИЙ)	6	-	6
1.5.	Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації популярності (роль ПОПУЛЯРНИЙ ПОЛІТИЧНИЙ ЛІДЕР)	1	-	1
1.6.	Мономодальна дискурсивна субстратегія демонстрації віри (роль ВІРУЮЧИЙ)	1	3	4
2.	Мономодальна дискурсивна субстратегія локальна дискурсивна стратегія руйнування іміджу політичного опонента	48	-	48
2.1.	Мономодальна дискурсивна субстратегія дискурсивна субстратегія дискваліфікації	23	-	23
2.2.	Мономодальна дискурсивна субстратегія дискредитації	25	-	25

Таблиця Б.2

Словникові дефініції лексем-номінацій дискурсивних субстратегій і тактик

№	Лексема	Дефініції у лексикографічних джерелах			
		Lexico	Merriam-Webster Dictionary	Cambridge Dictionary	Longman Dictionary of Contemporary English
1	2	3	4	5	6
1	Patriot	A person who vigorously supports their country and is prepared to defend it against enemies or detractors	One who loves and supports his or her country	A person who loves their country and, if necessary, will fight for it	Someone who loves their country and is willing to defend it
2	Patriotism	The quality of being patriotic; devotion to and vigorous support for one's country	Love for or devotion to one's country	The feeling of loving your country more than any others and being proud of it	-
3	Country	1. A nation with its own government, occupying a particular territory. The people of a nation. 2. Districts and small settlements outside large urban areas or the capital. 3. An area or region with regard to its physical features	-	An area of land that has its own government, army, etc.; All the people who live in a country; Land that is not in towns, cities, or industrial areas and is either used for farming or left in its natural condition	An area of land that is controlled by its own government, president, king; Land that is outside towns and cities, including land used for farming; All the people who live in a particular country; An area of land that is suitable for a particular activity, has particular features, or is connected with a particular person or people;

Продовження таблиці Б.2

1	2	3	4	5	6
4	Manager	1. A person responsible for controlling or administering an organization or group of staff. 2. A person regarded in terms of their skill in managing resources, especially those of a household.	One that manages: such as a: a person who conducts business or household affairs b: a person whose work or profession is management	The person who is responsible for managing an organization; The person whose job is to organize and sometimes train a sports team; The manager of a singer, actor, or other performer is a person whose job is to arrange the business part of their work	1. Someone whose job is to manage part or all of a company or other organization; 2. Someone who is in charge of training and organizing a sports team; 3. Someone who is in charge of the business affairs of a singer, an actor etc
5	Leader	The person who leads or commands a group, organization, or country.	A person who leads: such as a person who directs a military force or unit; A person who has commanding authority or influence	A person in control of a group, country, or situation:	The person who directs or controls a group, organization, country etc
6	Buddy	A close friend	Companion, partner; Friend	A friend: someone who provides friendly help to someone with an illness or a problem; Someone who does an activity with you so that you can support and encourage each other	A friend

Продовження таблиці Б.2

1	2	3	4	5	6
7	Friend	A person with whom one has a bond of mutual affection, typically one exclusive of sexual or family relations	A person who you like and enjoy being with	A person who you know well and who you like a lot, but who is usually not a member of your family; Someone who is not an enemy and who you can trust; Someone who gives money to an arts organization or charity in order to support it	Someone who you know and like very much and enjoy spending time with; Someone who supports an organization such as a theatre, art gallery, charity etc by giving money or help friend of; Someone who has the same beliefs, wants to achieve the same things etc as you, and will support you
8	Popular	Liked or admired by many people or by a particular person or group	Commonly liked or approved	Liked, enjoyed, or supported by many people	Liked by a lot of people
9	Believer	1. A person who believes in the truth or existence of something 2. An adherent of a particular religion; someone with religious faith	-	a person who has a religious belief or who strongly believes that something is right or good	Someone who believes in a particular god, religion, or system of beliefs
10	Disqualification	1.a. The action of disqualifying or the state of being disqualified; 1.b. A fact that disqualifies someone from a position or activity	1.a. Something that disqualifies or incapacitates; 1.b. The act of disqualifying: the state of being disqualified	The act of stopping someone from taking part in a competition or activity; Something which prevents you from getting a position or taking part in an activity	-

Продовження таблиці Б.2

1	2	3	4	5	6
11	Disqualify	1.a. Declare (someone) ineligible for an office, activity, or competition because of an offence or infringement; 1.b. (of a feature or characteristic) make (someone) unsuitable for an office or activity	1.a. To deprive of the required qualities, properties, or conditions : make unfit; 1.b. To deprive of a power, right, or privilege; 1.c. To make ineligible for a prize or for further competition because of violations of the rules	To stop someone from being in a competition or doing something because they are unsuitable or they have done something wrong	1. To stop someone from taking part in an activity because they have broken a rule; 2. To unfairly prevent someone from doing a job or taking part in an activity
12	Discredit (verb)	To harm the good reputation of; To cause (an idea or account) to seem false or unreliable	To cause disbelief in the accuracy or authority of; To deprive of good repute	To cause people to stop respecting someone or believing in an idea or person	to make people stop respecting or trusting someone or something
13	Discredit (noun)	Loss or lack of reputation or respect	Loss of credit or reputation; Lack or loss of belief or confidence	Loss of respect for or belief in someone or something	The loss of other people's respect or trust

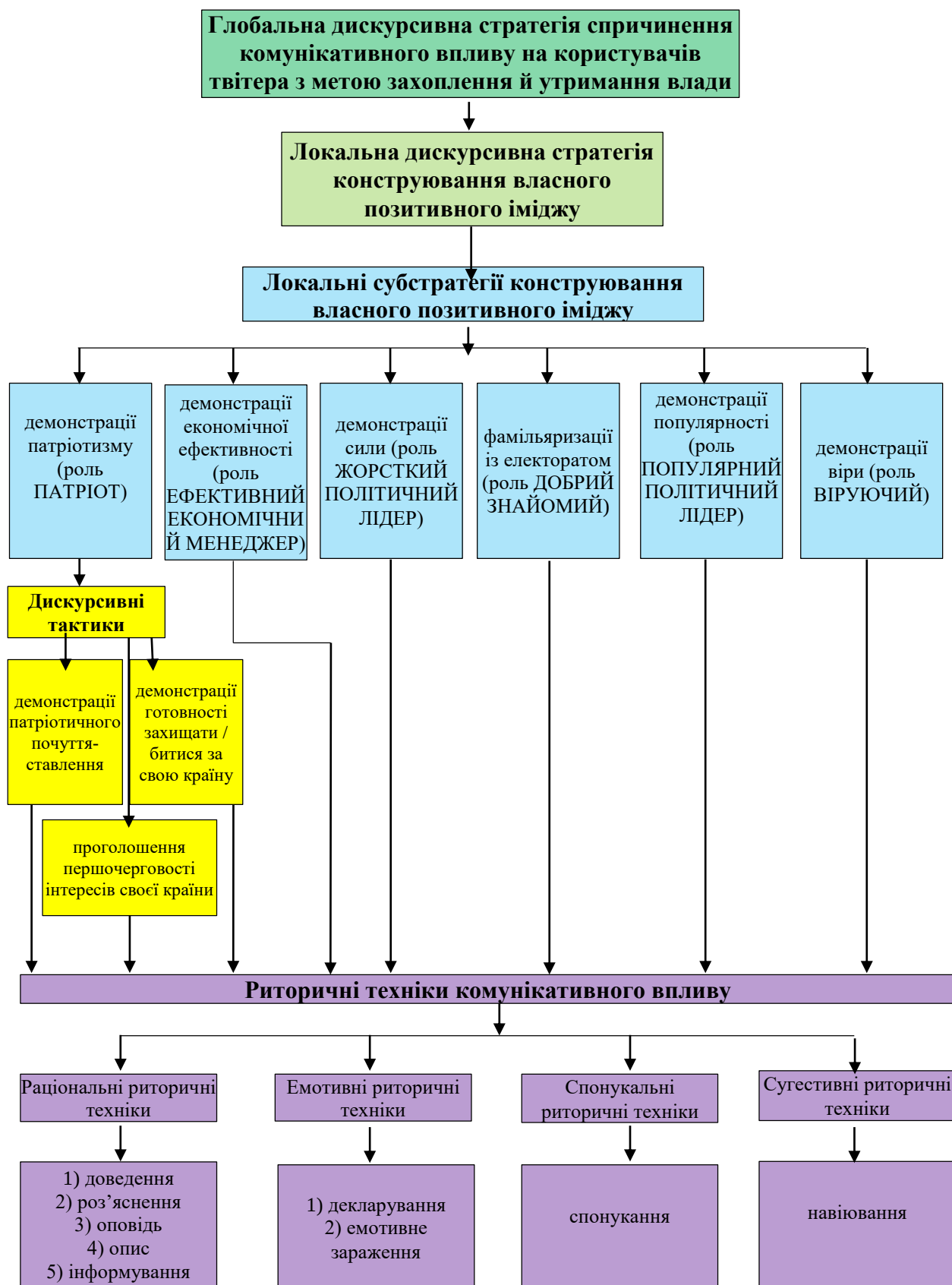


Рис. Б.4 Модель ієрархії локальної дискурсивної стратегії конструювання власного позитивного іміджу у політичному твітінгу Д. Трампа

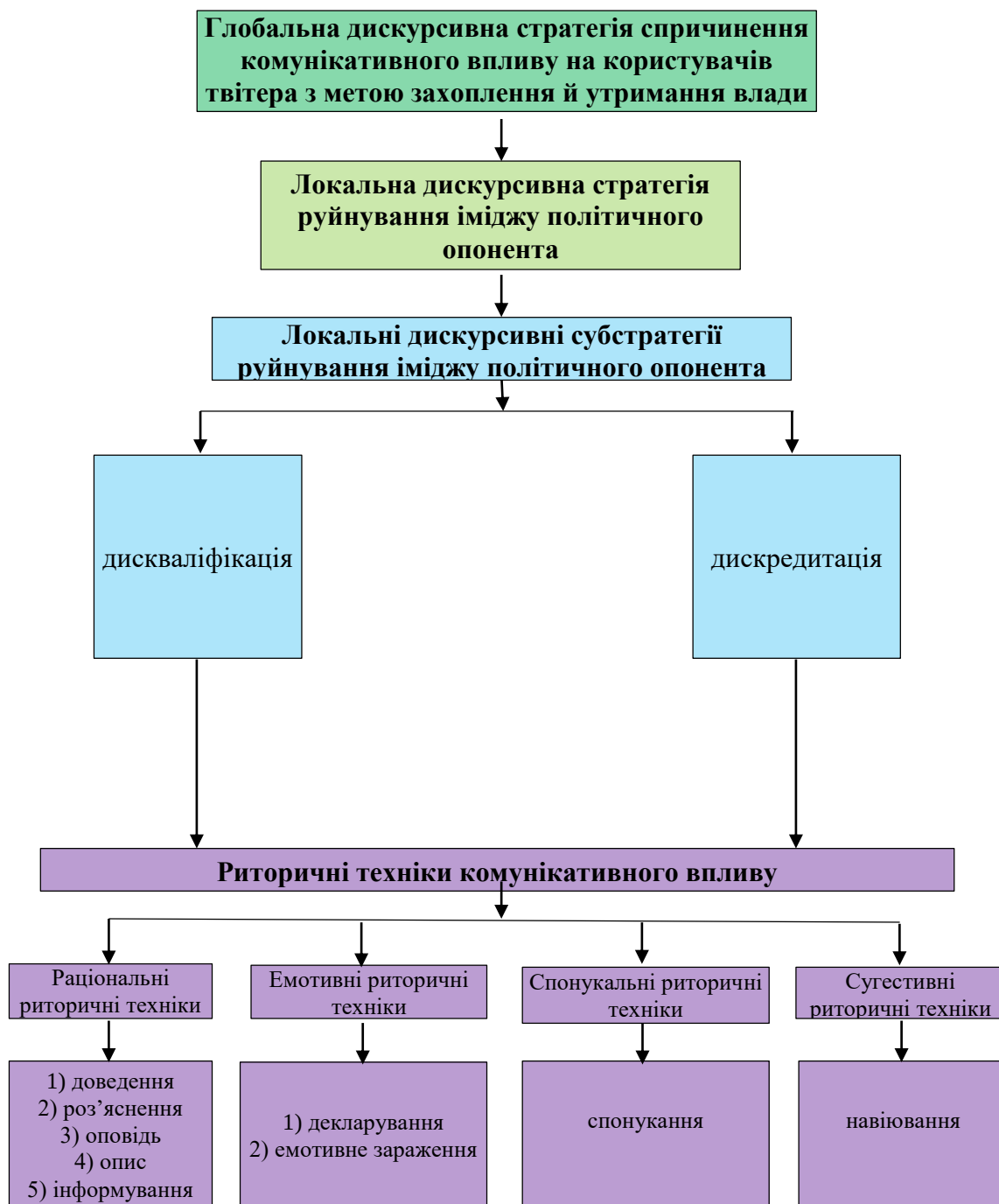


Рис. Б.5 Модель ієрархії локальної дискурсивної стратегії руйнування іміджу політичного опонента у політичному твітінгу Д. Трампа

ДОДАТОК В

КОГНІТИВНІ МОДЕЛІ ВІЗУАЛЬНИХ/МУЛЬТИМОДАЛЬНИХ ТРОПІВ

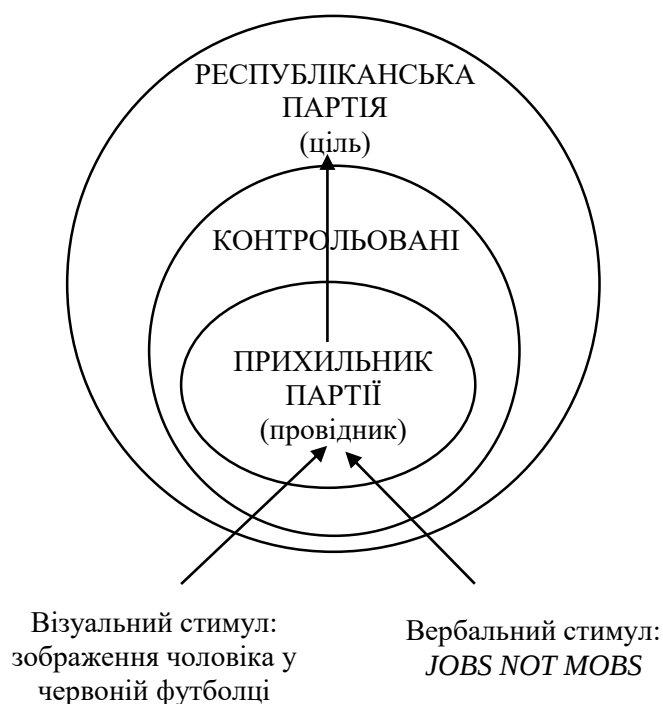


Рис. В.1 Когнітивна модель мультимодальної метонімії ПРИХИЛЬНИК РЕСПУБЛІКАНСЬКАНСЬКОЇ ПАРТІЇ замість РЕСПУБЛІКАНСЬКАНСЬКОЇ ПАРТІЇ (субстратегія демонстрації ефективності)

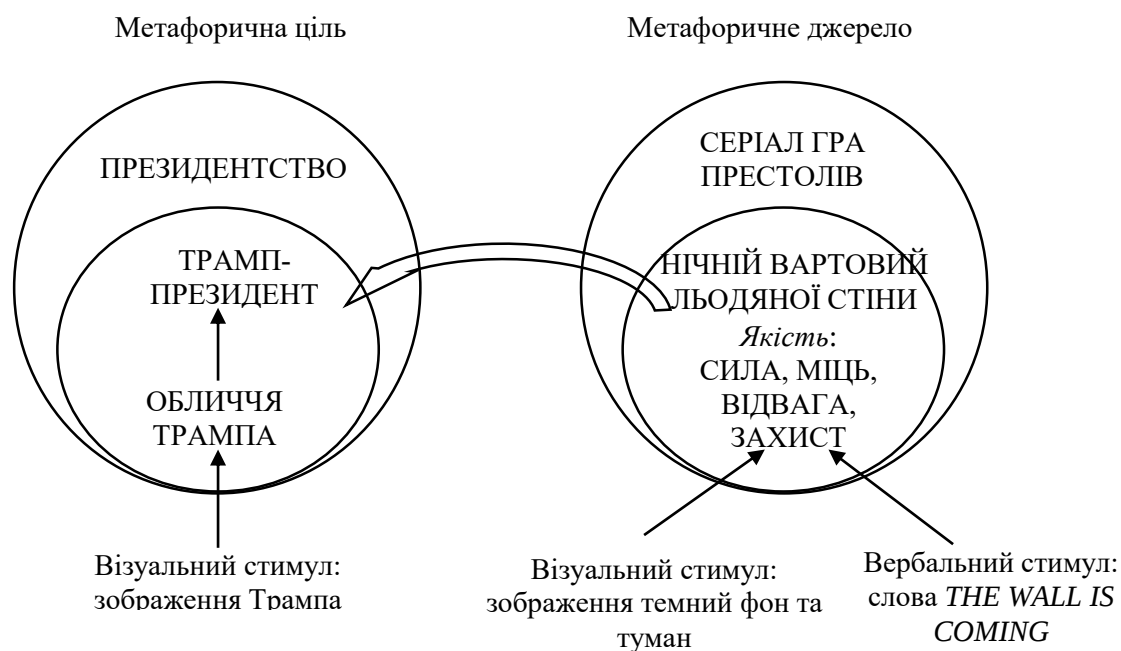


Рис. В.2 Когнітивна модель мультимодальної метафори ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є НІЧНИЙ ВАРТОВИЙ ЛЬОДЯНОЇ СТІНИ



Рис. В.3 Когнітивна модель візуальної метонімії ПРАПОР США замість КРАЇНИ США (комунікативна субстратегія демонстрації патріотизму)



Рис. В.4 Когнітивна модель мультимодальної метонімії АВІАНОСЕЦЬ замість ВІЙСЬКОВО-МОРСЬКОГО ФЛОТУ (комунікативна субстратегія демонстрації патріотизму)

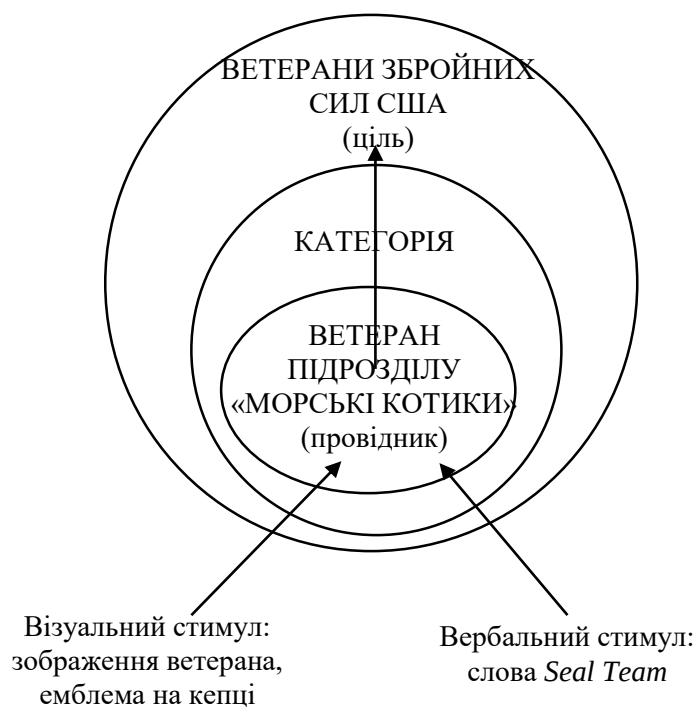


Рис. В.5 Когнітивна модель мультимодальної метонімії ВЕТЕРАН ПІДРОЗДІЛУ СПЕЦІАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ «МОРСЬКІ КОТИКИ» замість ВЕТЕРАНІВ ЗБРОЙНИХ СИЛ США (комунікативна субстратегія демонстрації патріотизму)

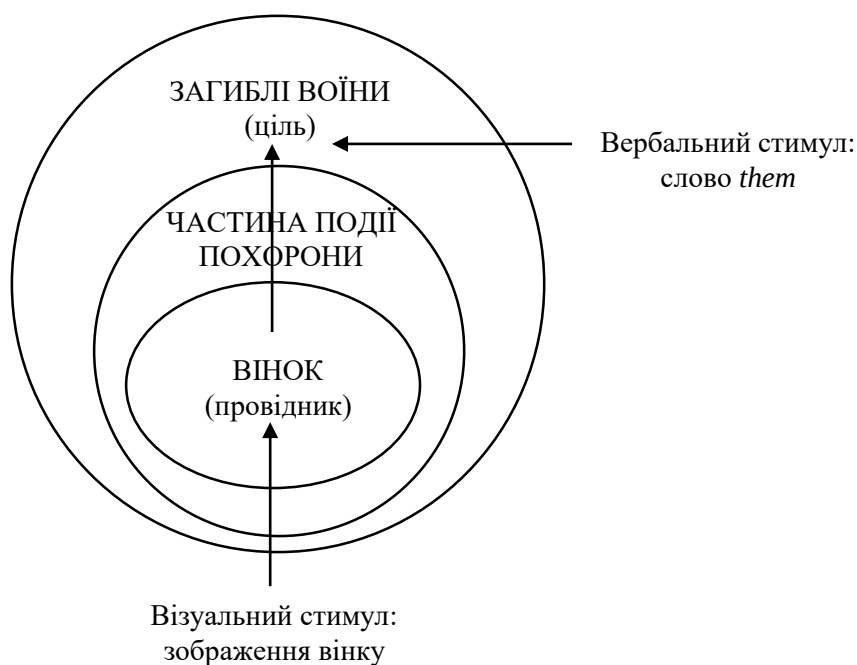


Рис. В.6 Когнітивна модель мультимодальної метонімії ПОХОРОННИЙ ВІНОК замість ЗАГИБЛИХ ВОЇНІВ (комунікативна субстратегія демонстрації патріотизму)

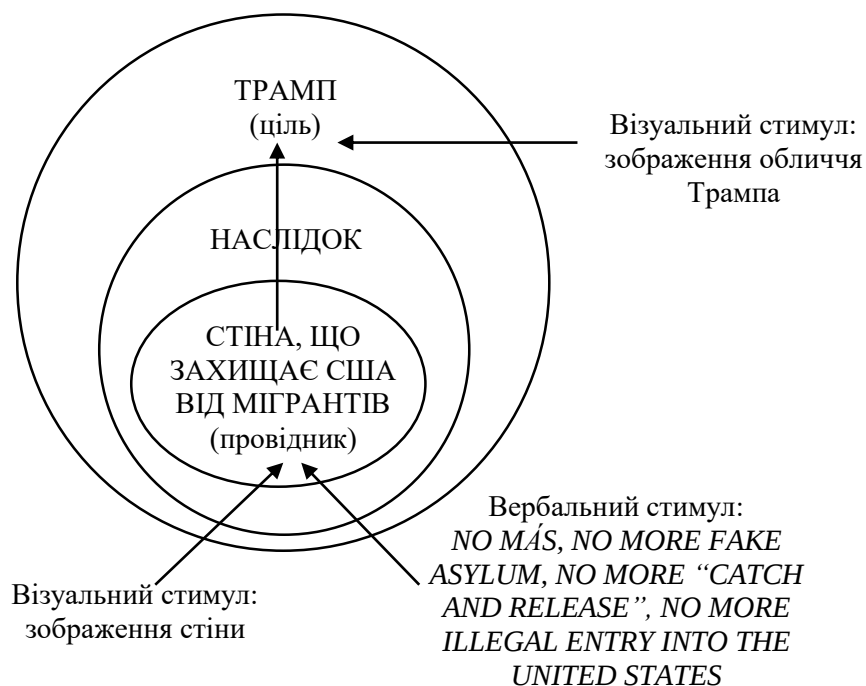


Рис. В.7 Когнітивна модель мультимодальної метонімії СТІНА, ЩО ЗАХИЩАЄ США ВІД МІГРАНТІВ замість ТРАМПА (комунікативна субстратегія демонстрації патріотизму)

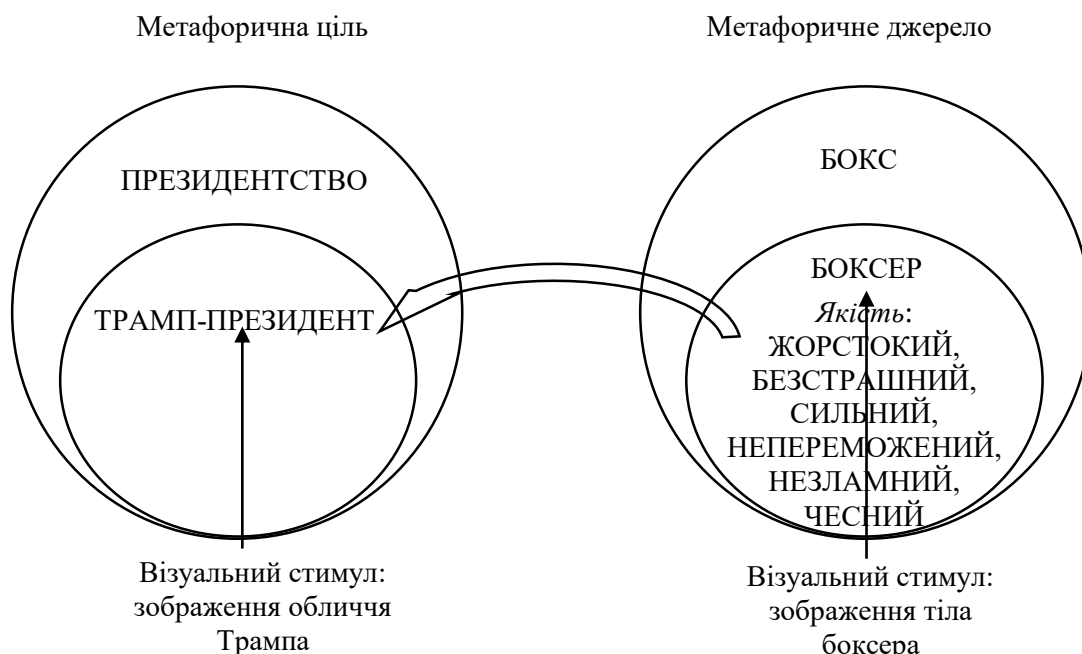


Рис. В.8 Когнітивна модель візуальної метафори ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є БОКСЕР (комунікативна субстратегія демонстрації патріотизму)

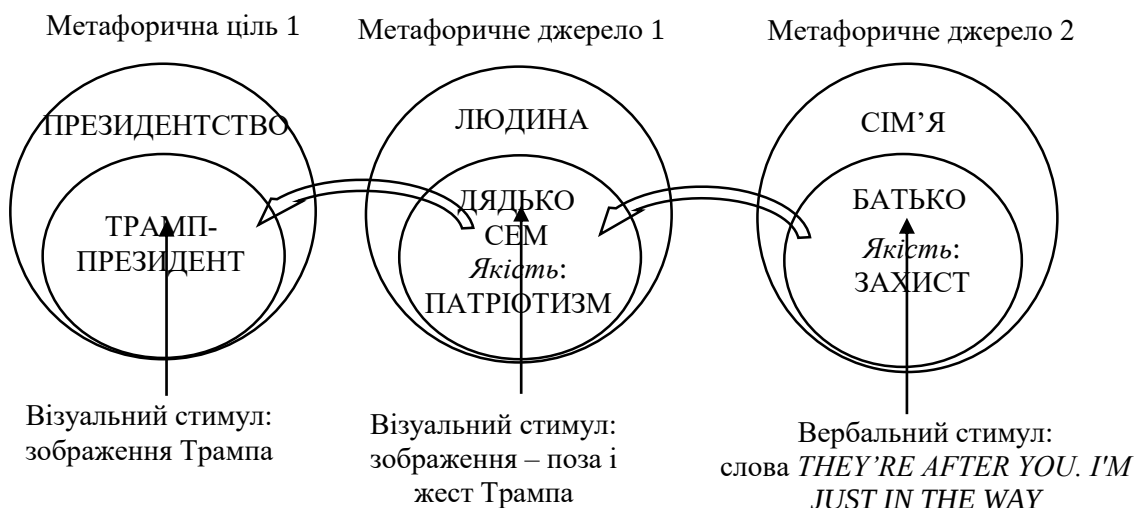


Рис. В.9 Когнітивна модель мультимодального метафоричного ланцюга ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є ДЯДЬКО СЕМ є БАТЬКО (комунікативна субстратегія демонстрації патріотизму).

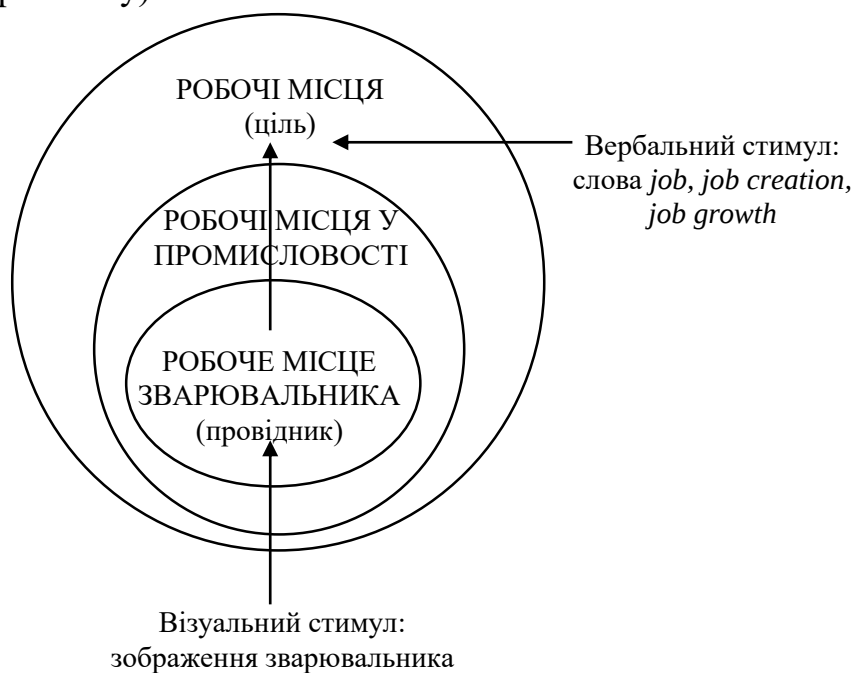


Рис. В.10 Когнітивна модель мультимодальної метонімії РОБОЧЕ МІСЦЕ ЗВАРЮВАЛЬНИКА замість РОБОЧІ МІСЦЯ (комунікативна субстратегія демонстрації ефективності)

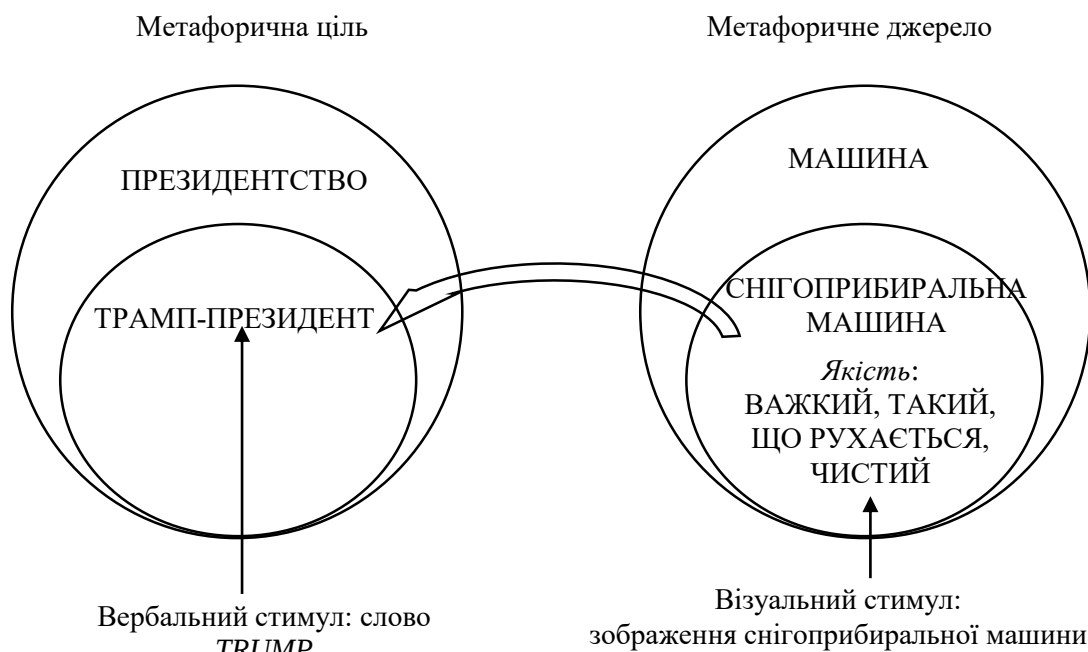


Рис. В.11 Когнітивна модель мультимодальної метафори ТРАМП-ПРЕЗИДЕНТ є СНІГОПРИБИРАЛЬНА МАШИНА (комунікативна субстратегія демонстрації сили)

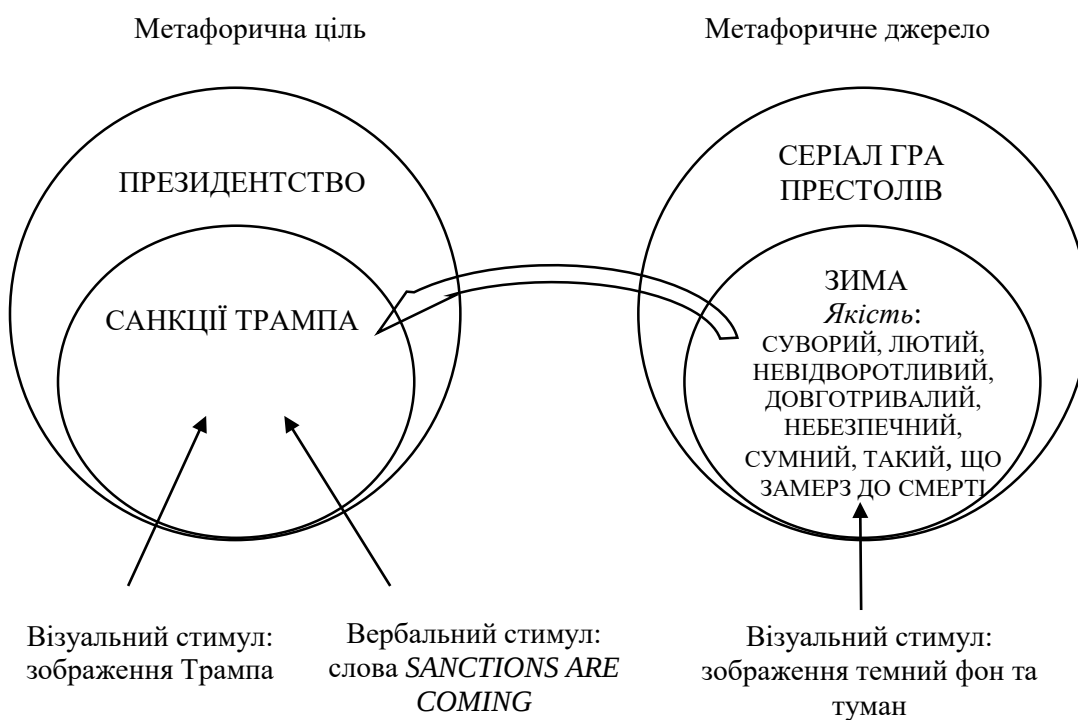


Рис. В.12 Когнітивна модель мультимодальної метафтонімії-алюзії САНКЦІЇ ТРАМПА є ЗИМА У ГРІ ПРЕСТОЛІВ

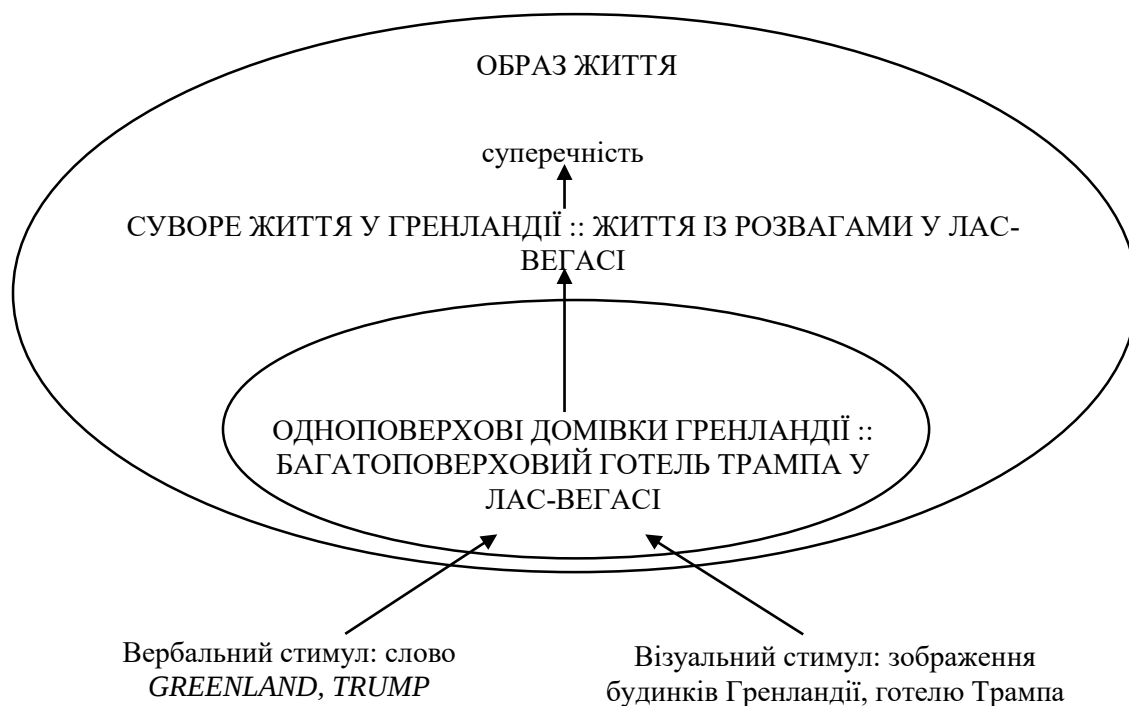


Рис. В.13 Когнітивна модель мультимодального контрасту ГОТЕЛЬ ТРАМПА :: ДОМІВКИ В ГРЕНЛАНДІЇ (комунікативна субстратегія фамільяризації)

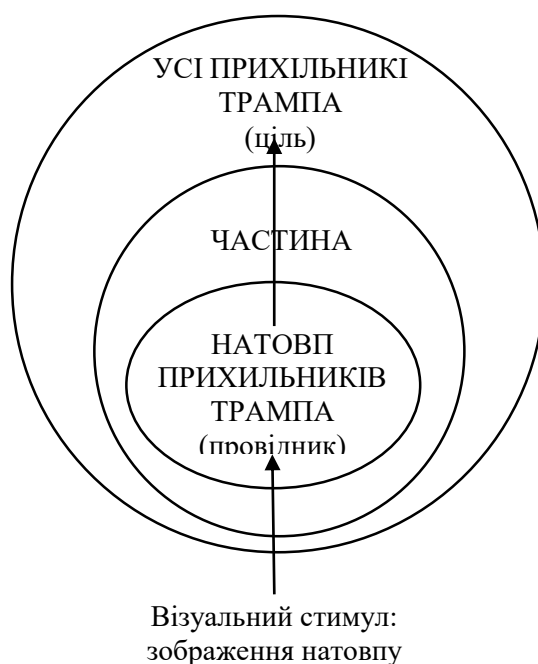


Рис. В.14 Когнітивна модель візуальної метонімії НАТОВП ПРИХІЛЬНИКІВ ТРАМПА замість УСІХ ПРИХІЛЬНИКІВ ТРАМПА (комунікативна субстратегія демонстрації популярності)

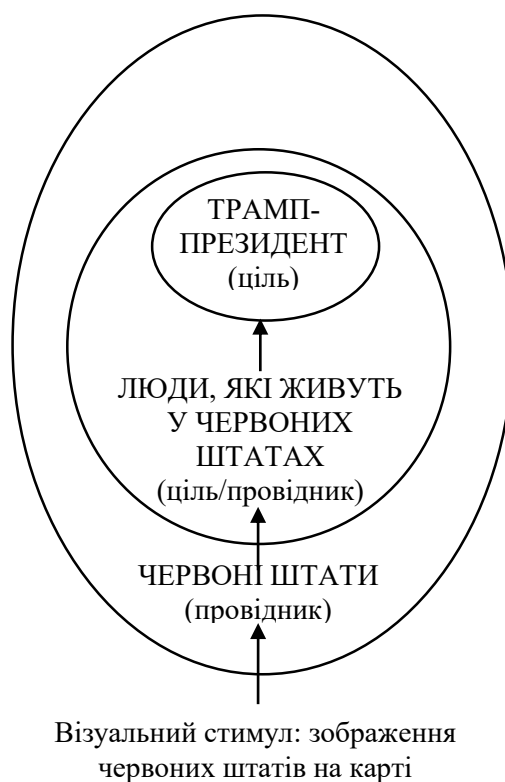


Рис. В.15 Когнітивна модель мультимодальної ланцюгової метонімії ЧЕРВОНІ ШТАТИ замість ЛЮДЕЙ, ЩО ПРОГОЛОСУВАЛИ ЗА ТРАМПА У ЦИХ ШТАТАХ замість ТРАМПА-ПРЕЗИДЕНТА. (дискурсивна субстратегія демонстрації популярності)

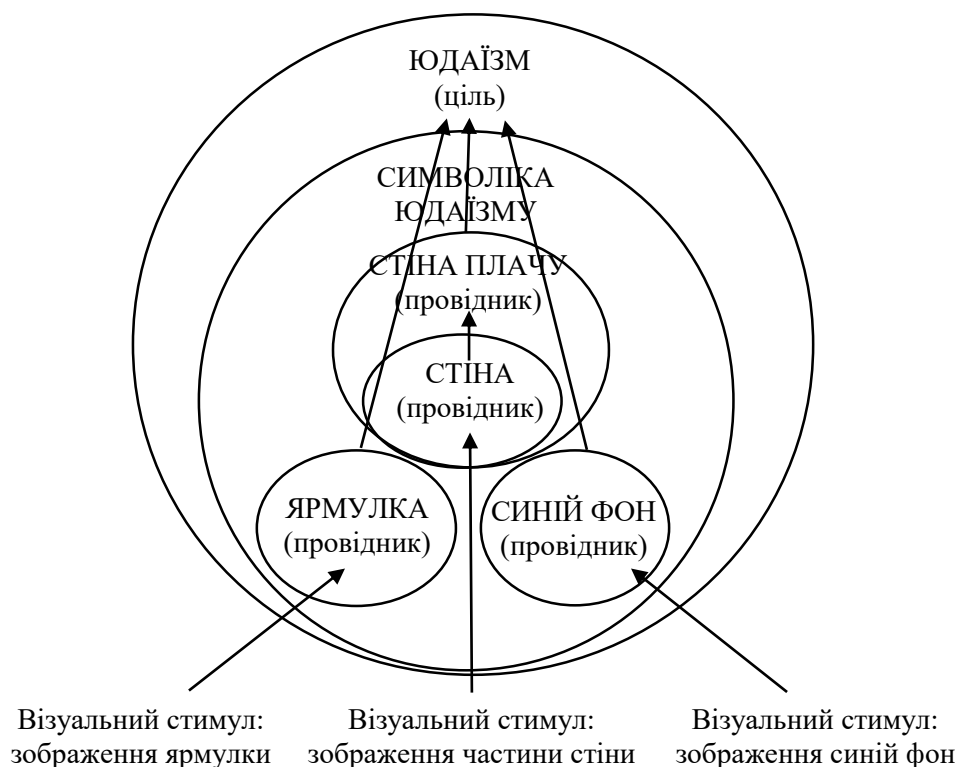


Рис. В.16 Когнітивна модель візуальної метонімії АТРИБУТИ ЮДАЇЗМУ замість ЮДАЇЗМУ (комунікативна субстратегія демонстрації віри)

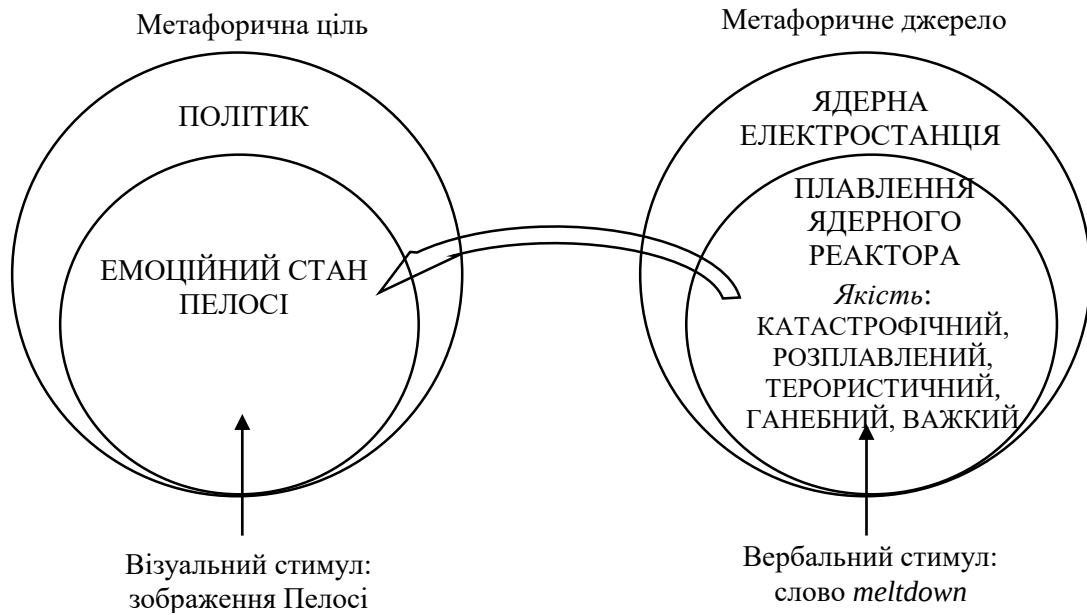


Рис. В.17 Когнітивна модель мультимодальної метафори ЕМОЦІЙНИЙ СТАН ПЕЛОСІ є ПЛАВЛЕННЯ ЯДЕРНОГО РЕАКТОРА (комунікативна субстратегія дискваліфікації).

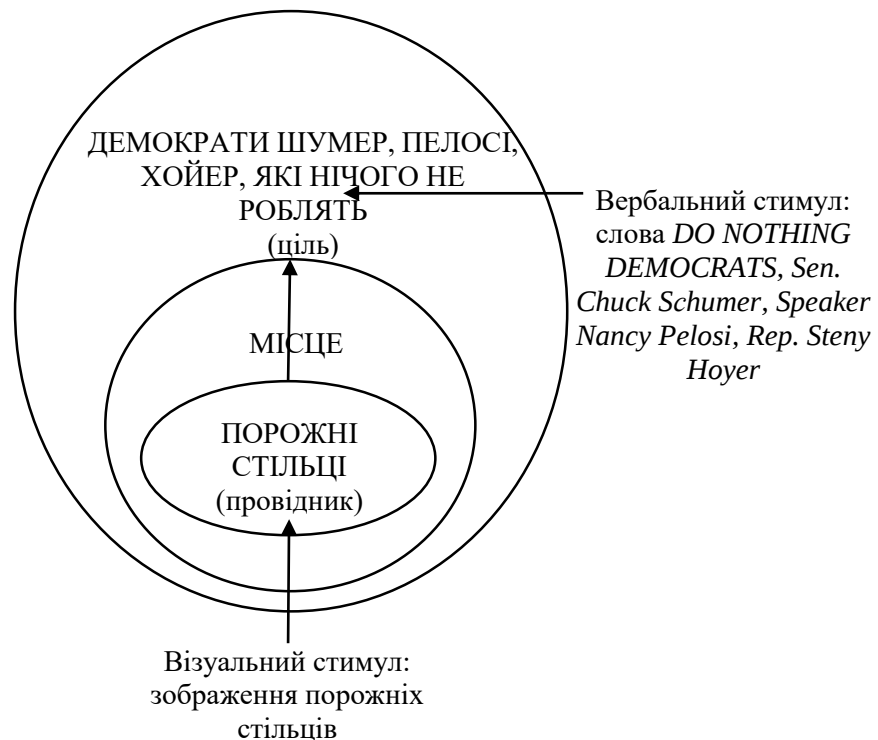


Рис. В.18 Когнітивна модель мультимодальної метонімії ПОРОЖНІ СТИЛЬЦІ замість ДЕМОКРАТІВ ШУМЕРА, ПЕЛОСІ, ХОЙЕРА, ЯКІ НІЧОГО НЕ РОБЛЯТЬ (комунікативна субстратегія дискваліфікації)

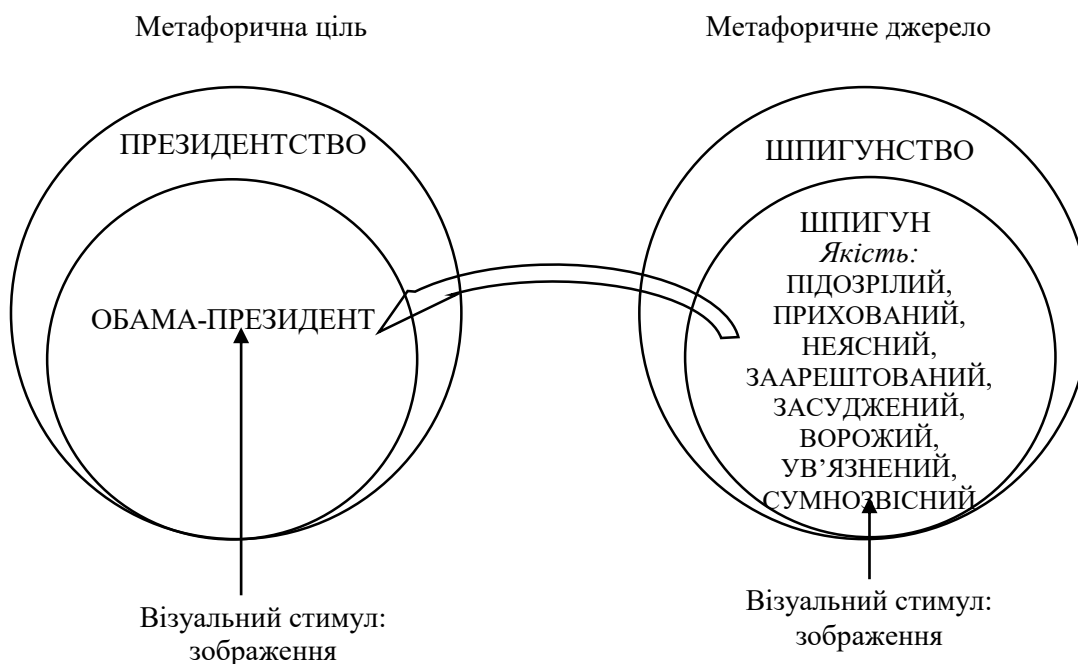


Рис. В.19 Когнітивна модель візуальної метафори ОБАМА-ПРЕЗИДЕНТ є ШПИГУН (комунікативна субстратегія дискредитації)

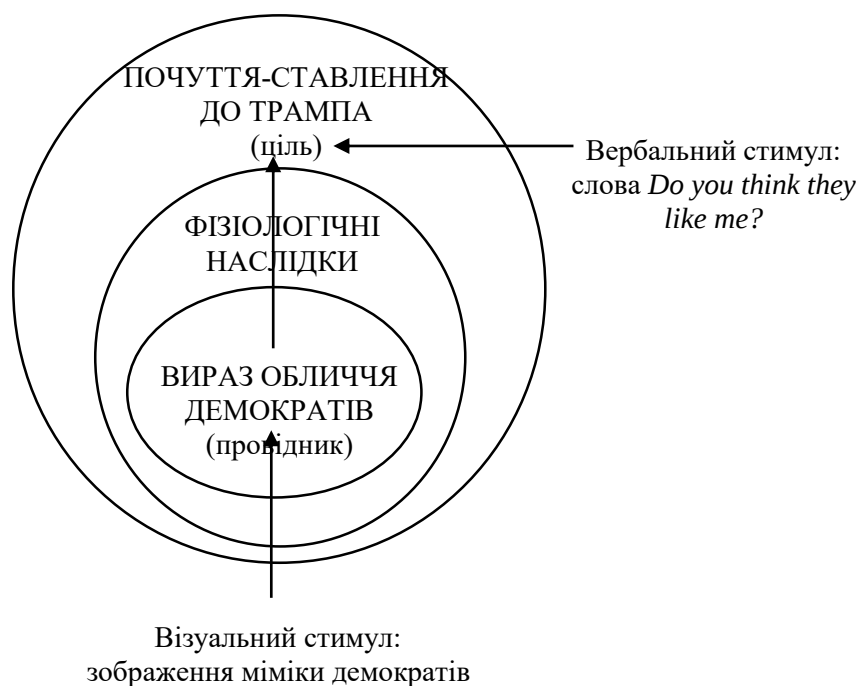


Рис. В.20 Когнітивна модель мультимодальної метонімії ВИРАЗ ОБЛИЧЧЯ ДЕМОКРАТИВ замість ПОЧУТТЯ-СТАВЛЕННЯ ДО ТРАМПА (комунікативна субстратегія дискредитації)