

Оригинальная статья

## Французский язык открывает двери в мир франкофонной политологии

**Бушев Александр Борисович**

Тверской государственный университет  
Тверь, Россия  
<https://orcid.org/0000-0002-8730-0078>  
Bushev.AB@tversu.ru

Поступила в редакцию 07.06.2022. Принята после рецензирования 28.06.2022. Принята в печать 28.06.2022.

**Аннотация:** Обсуждается языковое (само)образование, приводящее индивида к пониманию социальной реальности. Описан опыт использования франкофонных социальных сетей как в изучении языка, так и в понимании политической коммуникации. В частности, подробно рассмотрен ресурс Francais Authentique. Рассматривается предвыборная политическая коммуникация во Франции в 2022 г. Автором статьи проведены лингводидактический эксперимент – освежение в памяти французского языка при помощи технологий YouTube – и знакомство с аутентичными источниками по политическому предвыборному пиару. Материал для такого изучения представлен дискурсами традиционных и новейших медиа. Методологией анализа является авторская теория рамочного анализа дискурса: анализируются рамки ключевых коммуникаторов и целевых аудиторий, фактографическая рамка анализа дискурса, рамка анализа языковых компонентов дискурса, рамка анализа креолизованной и перформансной коммуникации, рамки анализа ценностей, рациональной аргументации, рамки виртуальной коммуникации и обратной связи. Выводы связаны со значимой ролью новейших медиа и успешностью политических стратегий центризма. Исследование процессов изучения языка не может игнорировать современные технологические возможности, влияющие на методику преподавания языка. Применяемые рамки анализа позволяют говорить о языковых, дискурсивно-аргументативных, неязыковых и коммуникативных особенностях исследуемого дискурса.

**Ключевые слова:** франкофония, автодидактика, сети, выборы, выборная коммуникация, политическая коммуникация, новейшие медиа, рамочная теория анализа дискурса

**Цитирование:** Бушев А. Б. Французский язык открывает двери в мир франкофонной политологии. *Виртуальная коммуникация и социальные сети*. 2022. Т. 1. № 3. С. 118–129.

Full article

## French Politology via the French Language

**Alexandr B. Bouchev**

Tver State University  
Tver, Russia  
<https://orcid.org/0000-0002-8730-0078>  
Bushev.AB@tversu.ru

Received 7 Jun 2022. Accepted after peer review 28 Jun 2022. Accepted for publication 28 Jun 2022.

**Abstract:** The paper discusses linguistic autodidactics that lead to the comprehension of social reality. The paper focuses on the Francais Authentique francophone social medium used for language teaching and political discourse comprehension. The author conducted a linguadidactic experiment by using YouTube technologies to practice the French language using authentic traditional and newest sources on the presidential elections in France in 2022. The methodology was based on the authentic theory of discourse analysis frames. The theory features the frames of key communicators and target audiences, factual analysis, analysis of linguistic components of discourse, and the frames of performance, multimedia communication, values, rational argumentation, virtual communication, and feedback. The results shed light upon strategic importance of new media and success of political strategies of centrism in politics.

**Keywords:** francophone world, autodidactic approaches to language teaching, social nets, elections, election campaign, political communication, new media, frames of discourse analysis

**Citation:** Bouchev A. B. French Politology via the French Language. *Virtual Communication and Social Networks*, 2022, 1(3): 118–129.

## Введение. Сетевая коммуникация как образовательный инструмент

Мы постоянно подчеркиваем, что роль сетевой коммуникации невозможно, да и не нужно оценивать однозначно. Ведь перед нами очень разные причины, вызывающие эту коммуникацию, и очень разный контент. Несомненно одно: мгновенность распространения сетевого дискурса, его лично-массовый характер («по секрету всему свету»), ускорение темпа жизни людей, совершенствование периферических устройств экранной культуры, необходимость самопрезентации, дефицит общения, атомизация, отчуждение людей вызывают обращение к этой форме коммуникации все большего числа людей, часть из которых поселяется в сетях и испытывает определенные психологические проблемы и фрустрацию при лишении такой формы коммуникации. Предметом нашего анализа и типологизации выступают типичные нелинейные и неисключительно прагматические тексты, составляющие дискурсы в соцсетях: научный (академический), деловой, медийный, художественный, разговорный и т. д.

Этот новый вид коммуникации активно рефлексировается. Многочисленные исследования коммуникации в соцсетях стараются ответить на ключевые вопросы в отношении сетевого дискурса [Иванов 2002; Амзин и др. 2016; Кастельс 2016; Социальные сети 2021; Bühl 2000; Kroker, Weinstein 2001; Rheingold 1993]. По нашему мнению, они таковы:

- Как аудитория участвует в медиапроизводстве контента блогеров?
- Насколько визуальный контент предпочитается текстовому?
- Есть ли создание цифровых сообществ?
- Есть ли игровые практики?
- Какие каналы дистрибуции контента используются – сайт, соцсети, мессенджер, рассылки, новостные агрегаторы?
- Как можно судить о потреблении медиаконтента?
- Что такое нелинейность контента? Какие инфомолекулы входят в контент – фотолента, фотогалерея, слайдшоу, карикатура с анимацией, интерактивная видеоклонка, мультискрипты, инфографика, таймлайн, карта, лонгрид, боты, виртуальная и дополнительная реальность?

Эти вопросы составляют нашу перспективную программу исследований.

Роль сетей подчеркивается в журналистике, рекламе, массовой информации, политической мобилизации, развлечениях, образовании, эдьютейнменте, социальной коммуникации, управлении и т. д. [Крюкова, Савельев 2018; Ларионова, Карасик 2019; Солопов 2020; Социально-психологические проблемы 2021; Media education 2006; Media education for a digital generation 2016].

Мы отталкиваемся от того, что существуют следующие виды современных (на 2021 г.) сетевых дискурсов (подразделенных нами в зависимости от функции):

- Интернет как образовательный инструмент;
- Интернет и сети как источник медийного контента;
- Интернет как медиум культуры и «виртуальные протезы»;
- Интернет и сети: контент для хобби;
- Интернет как инструмент политической мобилизации;
- Интернет как инструмент экономической активности;
- Интернет для внутреннего мира человека (Интернет и общение).

Рассматривая Интернет и сети как образовательные инструменты (что важно для настоящей статьи), отметим, что академический и учебный контент были представлены в Сети с момента ее появления, но особенно стали популярны в эпоху пандемии. Интернет изначально функционировал как библиотека и собрание медиа, выполнял энциклопедическую функцию. Перспективность виделась в привлечении трансграничного контента в академических целях [Бушев 2009], возможность привлечь необычный и оцифровать редкий контент.

Медиа социализация аудитории (средний человек проводит в сети более десяти часов в день) потребовала пересмотра контента учебных дисциплин. Наряду с традиционным источником знаний (книги, библиотека) существенное место в обучении занимают ЭБС. В Сети возникли многочисленные интерактивные курсы, осваиваются платформы для обучения.

По-разному этот процесс происходит в технических, естественных и гуманитарных науках и дисциплинах. Показательно создание профессиональных сообществ, моделей предметов исследования, создание и демонстрация профессионального экспертного знания. Необходимым элементом обучения стало использование традиционного и нового медийного контента в гуманитарных науках. Сказываются и виртуализация общественной жизни, киберпротезирование реальности. Они дают возможности изучения объекта, дотеле не представленного в реальности исследователя.

Учиться добывать знания студенту должно быть интересно. И этому не обязательно должна способствовать игровая манера подачи знаний и проведения занятий, заигрывание с обучаемыми, «геймификация образования». Эта цель может выражаться в стимулировании функции рефлексии обучаемого преподавателем – продемонстрировать определенный класс; в пробуждении функции рефлексии над собственной деятельностью сту-

дента – обязательно научиться чему-то новому и нужному и т. д. Это прежде всего стимулирование и самостоятельной деятельности учащегося, и развития практических навыков, ибо вся теория деятельности учит, что лучше выживают знания типа «знаю, как...», а не «знаю, что...». Перед нами – поколение *digital natives*. Они работают с контентом – мультимедийным, гипертекстовым, трансграничным, конвергентным. Они свободно пользуются бескрайними ресурсами Сети, легко преобразовывают их, делятся ими. Перед преподавателем стоит задача научить обучаемых учиться, а не передавать сакральную сумму недоступных непосвященным знаний.

Необходимость синхронного и асинхронного взаимодействия со студентами в электронной среде – одна из составляющих современного образования. В условиях богатства, избытка материалов руководство процессом обучения становится чрезвычайно важным. Иначе ситуация такова: книг, учебников и ресурсов полно, а что и как делать – не знаю. Обучение – это краудсорсинг, совместный поиск ответов. Для преподавателя становится важным изобрести интересные ссылки (ссылки). Задания по той или иной теме носят поисковый, констатирующий, объясняющий, творческий характер. Обучение же в таком случае несомненно приобретает аутодидактический аспект.

Трудности разработки адекватного дистанционного обучения вызывают определенные разочарования в виртуальном дистанционном обучении. Функция сетей как поставщиков сетевого медийного контента близка к образовательной, но имеет более широкую аудиторию: медийный контент, потребление медиа являются частью повседневности большего числа людей. Медиа – источник знаний о мире, индоктринации представлений элит и т. д. При знакомстве с медийными источниками видны особенности дискурса этой новой медикультуры: гипертекстовость, трансграничность, мультимедийность, интерактивность и т. д. [Зубкова 2021].

Отметим современное расширительное понимание медиапрофессионализма: медиапрофессионалом становится сегодня практически каждый, кто создает и потребляет контент социальных сетей. Глобальный медиадискурс потребляет сегодня практически каждый – в оригинале или пересказе. Ушла в прошлое громадная молчаливая аудитория массмедиа. Все пользователи средств массовой коммуникации владеют

современными технологиями. Однако, технологическая продвинутость не решает неграмотности в вопросах медиапотребления и анализа медиа.

Освоение глобального медиадискурса – это возможность получать информацию из первых уст. Это важно для медиапедагогике, для развития критического мышления обучаемых. Локальное переосмысливается через глобальное, всеобщее, а глобальное отражает локализм.

### Методология анализа сетевого дискурса

Как анализировать «человека говорящего» в Сети? Мы имеем методологию анализа человека говорящего – языковой личности, ее проявлений в политическом, деловом, медийном и художественном дискурсах. Существует панорама отечественных и зарубежных методологических подходов к трактовке образа автора дискурса, языковой личности автора. Языковая личность в филологической герменевтике понимается и как носитель (группа), и как языковая способность носителя языка, и как совокупность текстов и способность к их пониманию, и как словарная языковая личность (лексикон). Языковая личность определяется и как комплексный способ описания языковой способности индивида, соединяющий в себе системное представление языка с функционированием его в процессе порождения текстов. На основе анализа реализации языком языковой способности человека, т. е. употребления языка (как говорит и что говорит), можно получить выводное знание о личности как об индивидууме и авторе произведенных им текстов как о типе.

В отношении компетенций вторичной языковой личности (связанной с владением неродным, изучаемым языком) несомненно важны уровни подготовленности обучаемого.

*Первым уровнем* использования медиа является репродуктивный. Например, недавно скончался бывший президент ЮАР Ф. де Клерк. Достаточно знакомства с материалом качественных мировых медиа, чтобы понять, каковы оценки этой личности и прежде всего ее вклада в демонтаж апартеида<sup>1</sup>. Второй пример: сети представляют образцы политического дискурса. Так, французский политик Э. Земмур, чьи шансы на грядущих президентских выборах во Франции оценивались весьма высоко, хорошо представлен в сетях<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Скончался бывший президент Южно-Африканской Республики Фредерик де Клерк. *BBC*. 11.11.2021. URL: <https://www.bbc.com/news/world-africa-13230608> (дата обращения: 20.04.2022).

<sup>2</sup> Éric Zemmour. URL: [https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89ric\\_Zemmour#Essais](https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89ric_Zemmour#Essais) (accessed 20 Apr 2022); Éric Zemmour: "Je pense que la guerre civile est déjà là". *You Tube*. 18 Oct 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=7TIzpgKRx0> (accessed 20 Apr 2022); C'était Nîmes et Béziers! *You Tube*. 19 Oct 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=lp61WUveKS8> (accessed 20 Apr 2022); Éric Zemmour en conférence à Béziers. *You Tube*. 18 Oct 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=1j9P6SMSeJ0> (accessed 20 Apr 2022); Éric Zemmour, une possible victoire en 2022? "La bulle n'est pas prête de se rétracter". *You Tube*. 19 Oct 2021. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=43WXCHE\\_Gw8](https://www.youtube.com/watch?v=43WXCHE_Gw8) (accessed 20 Apr 2022); Éric Zemmour est face à Alain Duhamel. *You Tube*. 19 Oct 2021. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=acGYPoTU7JU> (accessed 20 Apr 2022).

Познакомившись с видеовыступлениями, можно использовать **текстовые модели** в рассуждении о ценностях и программе французского политика.

**Второй уровень** реакции – интерактивный. Понятна необходимость собственного комментария, суждения. **Парафразирование, выделение главного, актуализация главного, юмор, аргументация** – в ход идут уже другие техники работы с дискурсом<sup>3</sup>. Зачастую вербальное решение оформляется в сетевом меаидискурсе как разговорное высказывание: играют роль конвенции неустной и неписьменной речи электронного дискурса.

Обратная сторона репродукции стандартных моделей – навыки современного построения текста в медиа – творческое письмо, понимание современного творческого письма в блоге, а затем и виртуальная реакция. И это не только оперативность (24/7), не только умение быть мультимедийным. Это иные стандарты текстов, иные стандарты общения, иной тематический репертуар.

В комментариях (комментах) проявляются и оценки, и бездоказательные утверждения, и мнения. Порой идет поиск аргументов, иногда слышатся ирония, брань. Представлены могут быть самые экзотические точки зрения. Оценки могут быть выражены при помощи иронии, сарказма, оскорбления и т.д. Для лингвиста представляет интерес языковое оформление комментов – в неустной-неписьменной электронной фактуре речи, все-таки приближающейся по обилию субстандарта и конвенциям к свободной устной разговорной речи.

**Третий уровень** – уровень оценки, рефлексии роли дискурса. В условиях сетевизации политической культуры показательным замещением реальной жизни виртуальной, что приводит к несерьезному отношению к фактам, логике. Осадок – это и есть конечная цель фейка, который формирует параллельный мир постправды.

Наиболее влиятельным аспектом в подъеме Интернета в 1990-е гг. было освобождение информации от ограничений привычных медиа, которое, как предполагалось, сделает мировое сотрудничество более демократичным. Предполагалось, что чем больше человек получает и производит информации, тем больше он свободен. Однако спустя всего несколько лет стало ясно, что в этих надеждах было одно большое заблуждение. Показательна потеря новой прессой функции контроля. Несмотря на то, что ограничения, которые навязал средствам массовой информации закон, были в Интернете недействительными, исчезла также и одна из самых важных функций прессы – способность отфильтровывать

непроверенную информацию, ложные или искаженные факты и возмутительные претензии, предназначенные не только для того, чтобы злить публику, но и подстрекать целые группы людей, радикализировать их.

Показательно состояние общественного сознания, в котором существенную роль играет политический постмодернизм и удивительная архаика в политической культуре в ответ на крах либеральной идеологии. Еще раз должна быть подчеркнута роль Интернета и социальных сетей в политической культуре. Очевидно, что политика постправды представляет в современных условиях политику пропаганды. Что касается фейк ньюз в социальных сетях, то фейк ньюз нужно маркировать [Бушев 2021а]. Происходит сетевизация дискурса.

Показателен, например, исследуемый нами сетевой дискурс альтернативных правых. Общеизвестно, что это мир сетевых троллей, которые сочиняют безумные теории заговора, продвигают агрессивный культ обиженных белых мужчин, ненависть к женщинам, евреям, цветным людям, трансгендерам. Идеологический посыл подается зачастую в максимально простой, сжатой и понятной постмодернистской аудитории форме интернет-мемов, где эксплуатируется, как правило, образный ряд современных же произведений массовой культуры, уже устоявшиеся образы, связанные с теми или иными меметическими рядами, так или иначе понятными аудитории. Любой мем – это наиболее наглядная иллюстрация постмодернистских идей интертекстуальности и интерконтекстуальности. Важнейшую роль в дискурсе ультраправых играет лягушонок Пеппе – символ новых правых и всего их дискурса, а также тройные скобки, используемые правыми для указания на чуждость кого-то или чего-то.

Важной кажется **техника оценки целевой аудитории**. Известно, что изменение демографических характеристик социума, распространение сетей привело к тому, что наиболее активные политически граждане сегодня рассматривают сети как первый источник информации для себя. Этого не могут не учитывать политики. В 2008 г. Facebook<sup>4</sup>, а в 2012 г. Твиттер сыграли роль в победах на президентских выборах в США. Это достижение фрагментированной аудитории, это влияние информации в социальных сетях на новостную повестку дня. Поддержку страт демонстрируют многочисленные некоммерческие ресурсы Сети. Прекрасный пример: коммуникация первых лиц, официальный пиар рассчитаны на ту или иную определенную целевую аудиторию.

<sup>3</sup> Common European framework of reference for languages: learning, teaching, assessment. *Companion volume*. 2021. URL: <https://rm.coe.int/common-european-framework-of-reference-for-languages-learning-teaching/16809ea0d4> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>4</sup> Компания Meta Platforms, владеющая социальными сетями Facebook и Instagram, признана экстремистской организацией, ее деятельность запрещена на территории РФ. *Meta Platforms, the parent company of Facebook and Instagram, is banned in the Russian Federation as an extremist organization*.



Еще одна техника – **оценка культурного резонанса текста**. Инновацией в нашей деятельности является желание связать новые медиа и культуру. На наших глазах происходит медиатизация культуры. В этом отношении сети предоставляют множество ценнейших в языковом и культурном отношении материалов.

### **Материал исследования. Социальные сети и методика преподавания французского языка**

На первом этапе предпринятого нами лингводидактического исследования – освежения в памяти французского языка аутодидактическими методами при помощи технологий YouTube – интерес для нас представляла методика прослушиваний аутентичной речи в связи с успехом говорения по-французски.

Показательно качественное изменение подходов к (само)обучению иностранному языку в связи с новыми технологическими и коммуникативными возможностями и глобальной аудиторией. Кто постарше, помнит, как мы когда-то занимались без обеспечения, какие были громоздкие лингафонные кабинеты, как работали с магнитофонами, кассетами, катушками. Работали с дисками на персональном компьютере и видеокассетами. Новый этап благодатен: Интернет и видеохостинги, возможность проигрывания многократного, возможность имитации, прямой метод, имитация произносительных практик.

*Аутентичный французский* – замечательный курс, который работает в течение десяти лет на YouTube и в Instagram и имеет 1,44 млн подписчиков. Курс имеет полмиллиона просмотров, множество комментов к каждому ролику на YouTube. Показателен постоянный качественный рост контента<sup>5</sup>. Характерным для курса является современный подход к преподаванию языка, учет технологических и коммуникативных возможностей XXI в., новизна методических подходов, материала: *Comment réserver une place à une réunion zoom avec un tuteur de l'académie Français Authentique? Voici comment réserver simplement et rapidement une place à une conversation Zoom avec un de nos tuteurs*. Показательна интеграция сайта и блога, подкастов, возможности интеракции при помощи Zoom и т. д.<sup>6</sup>

Автор делится секретами планирования курса, источником которого является аутентичная речь. Знаменательна возможность курсов на продвинутом этапе. Целевая аудитория – те, кто понимает напеча-

танный и устный текст, но не говорит активно сам. Это категория *false beginners*, желающих заговорить: *Ecoutez et lisez du français authentique*.

*Ce blog s'adresse aux gens dont le français n'est pas la langue maternelle mais qui possèdent de solides bases dans cette langue. Vous avez vécu en France, travaillé dans un pays francophone ou simplement étudié le français à l'école? Ce site est fait pour vous. Vous aurez l'occasion ici de lire et écouter du français 100% authentique. Tous les articles seront créés par des gens dont le français est la langue maternelle. Bonne visite!*

Но кроме курса, нацеленного на то, как заговорить, отдельные курсы посвящены обучению в сжатые сроки (*30 jours pour booster ton Français*), идиоматике, произношению, снятию психологических блокировок в устной речи, *étudier en prenant plaisir*. В центре обучения – беглость речи, диалогичность речи, аутентичные диалоги и т. д. В центре также может быть фонетика, идиоматика, SOS-грамматика, есть видеокурс, есть возможность организации конференций. Структурирование дискурса предполагает общение при помощи рассылки.

Мы можем и оценить советы автора методического характера. Методика преподавания иностранных языков меняется на глазах. Подчеркивается постоянное повторение, возможность использования аутентичной речи, многократное и длительное прослушивание. Практика показывает, что длительное прослушивание запускает и остальные навыки.

*Si vous lisez les articles de ce blog, vous voulez améliorer votre français. Dans mes articles précédents ainsi que dans mon cours "Les 7 règles de français Authentique", je vous ai donné des conseils pour améliorer votre français. Cependant ces conseils ne vous aideront que si vous agissez. C'est le sujet de l'article aujourd'hui: l'action. C'est une condition essentielle si vous voulez améliorer votre français.*

*Agir veut dire faire quelque chose. Souvent les gens pensent, réfléchissent, planifient pendant longtemps mais ils n'agissent pas.*

Есть отдельные семь советов тому, кто хочет заговорить по-французски. Необходимо определение с целью изучения языка. Важны мотивация, работа и метод. В курсе происходит обсуждение особенностей изучения, оказавшихся эффективными и полезными. Здесь играют роль как наблюдение над собственным изучением языков, так и наблюдение и анализ успешных практик преподавания неносителям со стороны носителей языка. Важно прослушивание разных акцентов, разных голосов.

<sup>5</sup> Je t'emmène en balade (élections présidentielles, mes lectures, la marche...). *YouTube*. 22 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DTyhSgARb6w> (accessed 25 Apr 2022).

<sup>6</sup> Français Authentique. URL: <https://www.francaisauthentique.com/> (accessed 25 Apr 2022).

В курс включены элементы организационной психологии (Как быть убедительным на собеседовании при приеме на работу и т. д.)<sup>7</sup>.

В курсе присутствует сильная страноведческая составляющая. Это и возможность побывать в доме француза, при этом ценна возможность создания аутентичной обстановки для изучения языка. Приходит гувернер, с прекрасным языком, с прекрасным произношением, и подсознательно вы воспринимаете эту норму. Когда, как не сейчас, учить языки? Автор курса и даже отчасти его семья рассказывают об Эльзасе, о городе Metz, где они живут, или о том, как происходят президентские выборы пятой республики, о Ж. Шираке, Ф. Миттеране и других политиках. Слушателю дается представление о французской цивилизации (темы: Ш. де Голь, французские выборы, французская революция, Ж.-Ж. Руссо и Ф.-М. Вольтер, Ж.-Б. Мольер и т. д.). Страноведческие экскурсии включают Нотр-Дам, Тур Эйфель, Лувр, Диснейленд. Темы разнообразны – от французского завтрака до французских ономастий. В центре отдельных роликов: сыры, багет, пирожные, вина и т. д.<sup>8</sup>; изготовление багета<sup>9</sup>; звучит часть книги *Lle petit prince* – здесь привлекательны и философская простота сказки, и комментирование лексики.

В курсе обсуждаются особенности поведения французов, бытовые нравы, стереотипы и традиции. Этикет рассматривает то, чего не стоит делать во Франции, политес, использование *je voudrais*: не стоит критиковать французов; не стоит ожидать пунктуальности; стоит ли пропускать людей на эскалаторе; стоит ли ждать от французов английского?!; не стоит подниматься на Эйфелеву башню или ездить на метро в часы пик; рестораны не всегда открыты; как оценить французскую кухню и т. д.

Показательны комментарии к роликам: например **Как отмечать пасху**: *J'adore quand on parle des traditions nationales, merci. Joyeuses Paques!; Merci Prof pour cette information, ça me fait plaisir de savoir plus de détail sur les autres cultures et traditions. "joyeuse pâques"*.

Традиционные вопросы включают пользование словарем, необходимость фонетики, грамматики и т. д. Отдельно обсуждаются элементы семантики (объяснение идиоматических выражений); элементы прагматики (как сказать нет); что означает фраза *Je t'en prie je vous en prie* = 1) Vas-y; 2) De rien; 3) Arrête. Подробно обсужда-

ются психологические проблемы – боязнь ошибок, фрустрация, мотивация, роль автоматизмов, роль рутины.

В курс включены представление о личностном развитии: философия стоицизма, практики медитации и йоги, необходимость следить за физическим здоровьем, важность стереотипных, рутинных, повторных действий, проблемы мотивации бизнеса и т. д., прочитанные книги, борьба со стрессом. Это массовый психологический дискурс. Курс-ода оптимизму: *Tout est possible, quand on veut, on peut*. Включено развитие навыков собеседования и психологии антистресса, психологии достижения:

*Que penseriez-vous d'une vie dans laquelle vous vous levez le matin heureux et motivé à l'idée de démarrer une nouvelle journée pleine d'apprentissage et de création? De vous coucher le soir, détendu, avec l'impression du devoir accompli? De ne jamais vous réveiller la nuit en pensant à une chose stressante? De ne pas être malheureux le dimanche soir en pensant au lundi matin qui approche? En bref de vivre une vie riche et sans stress.*

Практики работы с материалом стандартны: прослушивание файла с текстом, наличие MP3 и текста, расшифровка слов по одноязычному словарю, возможность коммуникации в клубе<sup>10</sup>. Есть возможность прислать комментарий в соцсетях. К услугам обучаемых – чаты, комментарии, книга в формате PDF, файлы в форматах PDF и MP3. Например, участники чата представляются, откуда они, и одновременно отвечают на вопрос, что мешает им заговорить на языке.

Показательно использование автором детей (детские диалоги) и друзей. В ряде уроков идет рассказ о себе, о своих путешествиях, своем доме, блогер показывает свою библиотеку<sup>11</sup>. Автор курса рассказывает об изучении языков, посещении конференции полиглотов. Автором обсуждаются прочитанные книги Барака Обамы, Дональда Трампа и т. д. В центре отдельных роликов – важность свободы, качества успешной личности и т. д.

В итоге автор настоящей статьи сумел освежить в памяти подзабытый французский язык, которым когда-то бегло владел и свободно общался, бывая во Франции, и запустить навык говорения.

Но в изучении языка нас всегда преследует вопрос – для чего? В нашем случае – явно не для бытового общения. Именно для нас французский язык открыл двери в мир франкофонной политологии.

<sup>7</sup> Convaincre un recruteur. *Français Authentique*. URL: <https://www.francaisauthentique.com/convaincre-recruteur/> (accessed 25 Apr 2022).

<sup>8</sup> Les pâtisseries et viennoiseries préférées des français. *YouTube*. 8 Jun 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XUIWlvC2nzI> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>9</sup> Baguettes de Tradition Française. *YouTube*. 5 Feb 2015. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DkHsbchF2-g> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>10</sup> Pourquoi tu ne parles toujours pas français? *YouTube*. 21 Dec 2018. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=g-UwFjOgR60> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>11</sup> Je te montre ma bibliothèque. *YouTube*. 29 Apr 2020. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=PtUrCUSJHVo> (accessed 20 Apr 2022).

## Социальные сети – киберпротезирование реальности. Мир франкофонной политологии

В течение длительного времени мы смотрим на предвыборную политическую коммуникацию в разных странах, находя в ней модели дискурса, модели политической коммуникации, иллюстрации успешного PR и политической рекламы.

Материал для изучения предвыборного дискурса представлен в современных массмедиа: это тексты различных жанров, посвященные выборам в самых разных странах (политические программы партий, новостные сообщения, резюме повестки дня, политические дебаты на телевидении, комментарии в блогах, плакаты и карикатуры, предвыборные агитационные материалы и т. д.). Так, на недавних (2022 г.) выборах во Франции показательны как статьи во французской печати (Фигаро, Либерасьон, Ле Монде, Нувель Обсерватер, Пари Матч, Экспресс, Паризьен, Франс Суар и т. д.), так и передачи телевидения и радио, представленные сегодня и в глобализированной медиасфере (Франс24, практически все телеканалы, Радио Франс Интернациональ и др.). Широко представлен в новых медиа и неформальный политический дискурс.

В предвыборном дискурсе преломляется вся политическая повестка дня [Мао 2016]. В целом предвыборная риторика, как и вопросы организации кампаний, финансирования, политической партийной деятельности, лоббизма, продолжают обсуждаться в связи с несовершенством существующих практик и важностью выборов. Они привлекают внимание на государственном, научном и повседневно-социологическом уровнях [Amossy, Koren 1990; Amossy 1999]. В предвыборном дискурсе сказываются особенности политической системы, особенности избирательной системы (полупартийная, двухпартийная или многопартийная, представления о консерваторах и либералах, о правых, левых и центре и т. д.).

В качестве методологии анализа нами апробирована авторская методика анализа медиадискурса: при анализе применены фактографическая, языковая рамки анализа, рамка анализа креолизованной коммуникации, рамка анализа аргументации, рамка анализа коммуникаторов, рамка перформансной коммуникации, рамка анализа ключевых коммуникантов и целевых

аудиторий, рамка анализа виртуальной коммуникации и обратной связи [Бушев 2021б].

### Рамка анализа коммуникаторов и целевых аудиторий

Сама личность кандидата носит символический, знаковый характер. Здесь мы наблюдаем работу таких техник формирования имиджа, как позиционирование, формат, мифологизация, метафоризация, дистанцирование, вербализация, детализация, отстройка и т. д.

В этом отношении показателен кандидат-социалист Ж.-Л. Меланшон. Его имиджевые характеристики прослеживаются в рекламном клипе, записанном им в своей библиотеке, и даже в визуальных средствах на стене библиотеки – фото с Эйфелевой башней, рабочие символизировать социализм, веру в талант французского народа и т. д.<sup>12</sup>

Личная история так или иначе показательна у каждого из кандидатов, например, В. Пекресс, так же как и другие кандидаты, приходит на телевидение вспомнить свою публичную политическую деятельность<sup>13</sup>.

Вспомнить свою политическую карьеру на телевидение приглашается Ж. Лассаль. Его выступление на передаче сопровождается комментариями уважения им памяти и ценностей (ключевые слова выделены нами жирным курсивом):

*J'aime beaucoup ce format. Pour moi, la plus grande qualité d'un homme, c'est la mémoire. La mémoire, car elle permet de se souvenir des erreurs qu'on a commises pour ne pas les réitérer, car elle permet de préserver son identité et de rester fidèle à ses valeurs aussi. Monsieur Lasalle n'a pas oublié son village, et pour cela je le respecte grandement*<sup>14</sup>.

При этом Жан Лассаль – кандидат, связанный с провинцией, истинный француз.

Любая оценка личности и биографии блогерами сопровождается оценкой качеств, необходимых политике, например комментарий ролика кандидата Ж.-Л. Меланшона:

*Bravo Jean, un des députés (un politicien) les moins déconnecté. Courage, intégrité, clairvoyance*<sup>15</sup>.

Имидж кандидата Э. Макрона, занимающего официальный пост, создается при помощи пресс-службы и имиджа государственной деятельности в целом<sup>16</sup>. На официальном сайте освещается текущая деятельность президента, есть возможность написать президенту, узнать о президенте,

<sup>12</sup> Clip officiel de Jean-Luc Mélenchon: un autre monde est possible – Clip officiel #2. *You Tube*. 29 Mar 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kLvEVQYSmhg> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>13</sup> La 1ère télé de Valérie Pécresse. *You Tube*. 6 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=oyV5XuKQU7s> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>14</sup> Jean Lassalle face à ses archives dans "adn", l'émission politique de l'INA | INA. *You Tube*. 22 Mar 2022. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=8\\_Ami8gi5fk](https://www.youtube.com/watch?v=8_Ami8gi5fk) (accessed 20 Apr 2022).

<sup>15</sup> Clip officiel de Jean-Luc Mélenchon...

<sup>16</sup> Elysee. URL: <https://www.elysee.fr/crire-au-president-de-la-republique/> (accessed 20 Apr 2022).

проследить за его действиями, позициями, высказываниями в социальных сетях. Его деятельность также освещается всей крупной французской прессой<sup>17</sup>.

При этом Э. Макрон не работал на полную мощность с электоратом. Соперники слева и справа укоряли его в том, что он уклонялся от дебатов по внутренним проблемам. Ведь соперниками сознавались уязвимые места в программе Э. Макрона – повышение пенсионного возраста или то, что правительство Э. Макрона требует от безработных 15–20 часов работы или учебы в неделю.

Можно обсудить отдельные целевые аудитории кампании – какова поддержка Э. Макрона среди левоцентристов, правоцентристов. Так, его штабом ставилась задача вызвать симпатии простых людей. Э. Макрону необходимо было избавиться от имиджа, что он – президент богатых, это же порождало впечатление от его трудовых и налоговых реформ. Рискованным шагом представлялся и скандал с консалтинговой фирмой Мак Кинси: Э. Макрона упрекали в том, что неприлично платить частным консультантам. Первое публичное появление на камерах произошло уже на поздних этапах борьбы<sup>18</sup>.

Поддержка кандидата, как известно, объясняется «заразительностью» его идеи и его личности. Политик оценивается и по индивидуальным свойствам, как и представитель определенной политической силы [Бушев 2012; 2018; 2021б]. Так, во Франции существуют устойчивые представления, чего ждать от левых и правых политиков [Windisch 1995; Windisch et al. 1995]. Сложнее с центристами. Показательный пример представлял собой действующий президент Э. Макрон в недавнем прошлом на президентских выборах во Франции в 2017 г.: его идеи увеличения минимального оклада, расширения услуг государственной медицинской страховки, увеличения числа учителей и полицейских, инвестиции в сельское хозяйство явно восходили к левой политике, а либерализация рынка труда, отмены пенсионных льгот для госслужащих, снижение налогового бремени для наиболее обеспеченных граждан, упразднение большого количества бюджетных мест, последовательное снижение дефицита госбюджета явно черпали свое обоснование в правой политике. Себя как личность руководитель движения «Вперед, республика!» Э. Макрон представил на страницах книги «Революция», вышедшей в канун первых выигранных им выборов.

Сегодня на президента Э. Макрона уже работает его послужной список. Э. Макрон зарекомендовал себя

как еврофил и атлантист, рыночник, сторонник политики открытых дверей для иммигрантов, борец с терроризмом, сторонник увеличения оборонного бюджета, борец с «жёлтыми жилетами».

Показательны классовые предпочтения кандидатов, хотя ими декларируется знание жизни простого человека.

### Фактографическая рамка анализа дискурса

Это первая рамка любого дискурс-анализа. Здесь мы отвечаем на вопрос, какие факты вызывали к жизни именно такой дискурс (именно эту совокупность текстов).

Недаром эти французские выборы были названы газетой «Московский комсомолец» выборами с украинским акцентом. Важна также экономическая стабильность – ее воплощает Э. Макрон. Главным бенефициаром предвыборных баталий оказался человек, который уже сидит в Елисейском дворце. Это случилось из-за международного кризиса. Подчеркивалось, как он предпринимает дипломатические усилия, демонстрировалось, как рядится в тогу миротворца. Задача понималась как остановить конфликт, не вступая в конфликт. На это работали организация санкций в ЕС против России, помощь Украине, разговоры с В. Путиным за очень длинным столом. На положительный результат сработал и спад пандемии. Многие аналитики отмечали, что избирательная кампания была вытеснена освещением конфликта, вопросы внутренней повестки дня показались французам менее важными. Внешнеполитическая повестка оттеснила даже гнев французов по поводу удорожания жизни. А ведь политконсультанты цинично заявляют о том, что инфляция и безработица – мощные предвыборные агитаторы: холодильник традиционно выигрывает у телевизора.

Начало знаменитой речи социалиста Ж.-Л. Меланшона свидетельствует о важности внутривнутриполитического (рост цен) и внешнеполитического (европейская безопасность) моментов:

*À la veille de cinq années décisives pour le changement climatique, entré dans sa phase irréversible, à la veille d'un changement radical de l'ordre du monde dont la première page, hélas, a été ouverte par la terrible guerre d'Ukraine et l'invasion poutinienne. Il y a 9 000 000 de pauvres dans ce pays richissime. Il y a 8 000 000 de personnes à l'aide alimentaire. Il y a 4 000 000 de mal logés. 12 millions de personnes ont eu froid cet hiver parce qu'elles ne pouvaient pas se chauffer*<sup>19</sup>.

<sup>17</sup> Discours d'Emmanuel Macron: une série de discours importants ces dernières années. URL: <https://www.linternaute.com/actualite/politique/2498313-discours-d-emmanuel-macron-des-allocutions-sur-la-guerre-et-sa-candidature/> (accessed 20 May 2022).

<sup>18</sup> Présidentielle: les candidats réagissent à leur 1ère télé dans "adn". *You Tube*. 7 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=9g7w-vnQr8A> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>19</sup> Dimanche, la France parle au monde. *Votez! You Tube*. 9 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=3vsoHix3aSo> (accessed 20 Apr 2022).



### Рамка анализа языкового материала

Рамка анализа языковой коммуникации без труда выявляет штампы, клише, речевые стереотипы, эвфемизмы, избитые метафоры и эпитеты, оценочные коннотации, неясность терминов, перенасыщенность (включаемую нами в семантико-синтаксическое явление сверхсатиации), определенные риторические приемы.

Концовка знаменитой речи Ж.-Л. Меланшона – видение новой Франции – полна риторических приемов, прежде всего обращения к собеседнику, его этосу. Речь этого политика перед миллионной аудиторией накануне первого тура, произведшая на автора статьи сильное впечатление, полна параллелизмов, обращений, повторов, выстроена как риторическое произведение-увещание (В. В. Виноградов относил ораторскую речь именно к этому типу произведений):

*La France n'est rien sans son peuple, le peuple est tout, mais vous n'aurez rien du tout, si vous ne faites rien, vous n'aurez rien du tout, si vous laissez aller, vous devez porter haut et fort, comme un projet pour le futur, ce qui pour l'instant n'est qu'un slogan sur une affiche. Un autre monde est possible, dans l'univers entier. Si les Français décident de changer la route de leur patrie, de nouveau nous serons entendus. La France, dans ces conditions, a un message à porter, elle le portera si elle montre l'exemple, si, par ses choix de gouvernement, par les choix de son assemblée, elle ouvre un nouveau chemin et qu'elle montre qu'il est praticable, qu'il est juste et qu'il fonctionne. Voilà la France, voilà celle que nous voulons. Écoutez les gens, avec un bulletin de vote, on peut régler tellement de choses, on peut lancer un tel appel au monde. Il faut que tout change. J'y suis prêt. Nos équipes y sont prêtes. Écoutez la grandeur de la France, qui s'exprimera si vous le voulez telle qu'elle est. Vive la France et surtout vive la République!*<sup>20</sup>

Показательно, что общественная дискуссия в публичном пространстве глобальных СМИ иллюстрирует весь спектр точек зрения. При этом связь медиа с политикой носит двусторонний характер: политика влияет на формирование медиа, на развитие языковых средств медиадискурса, его тематического репертуара. Со своей

стороны, медиа являются эффективным инструментом воздействия на общественные процессы.

### Рамка креолизованной коммуникации

Эта часть дискурса представлена иллюстрациями, плакатами, карикатурами, мемами и другими текстами, комбинирующими вербальные и визуальные языки. Показательно, как оформлены материалы политика, в чем его фирменный стиль. Обратим внимание, что материалы ультраправого кандидата М. Ле Пен несут логотип *M la France*<sup>21</sup>. На это же работает телепередача «Куклы» (Жиньоль). Показательно и участие кандидатов в различного рода шоу.

### Рамка анализа ценностей

Исследование политического предвыборного дискурса в западных демократиях высвечивает базовые ценности нации, которые воплощены в такого рода дискурсе. Предвыборный дискурс может быть суммирован в ключевых вопросах предвыборной повестки, с которой та или иная политическая сила идет на выборы. Эти повестки создаются с целью снискать одобрение и поддержку аудитории.

Ценности относят как к объективным, так и субъективным факторам дискурса – это то, чего мы желаем желать. *Ненаучное вычленение* ценностей дает повод для сарказма, обсуждений и размышлений, сравнений и т.д. Выделяются социологические ценности, характерные для французского общества (представленные в программах ультраправых, правых и социалистов).

Ценность *работа, труд* представлены в ролике, в котором сторонники Ж.-Л. Меланшона призывают голосовать за него<sup>22</sup>.

### Рамка анализа тематизма аргументации

Для предвыборных дебатов характерен тематизм – порядка тридцати-сорока актуальных для общества тем, по которым партия в своей программе дает четкий ответ, например, равенство мужчины и женщины в обществе<sup>23</sup>, вопросы образования (сравнение подходов)<sup>24</sup>.

<sup>20</sup> Там же.

<sup>21</sup> Spécial MARINE LE PEN – Les Guignols – CANAL+. *YouTube*. 5 Apr 2022. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=h\\_9QbAbC1Bk](https://www.youtube.com/watch?v=h_9QbAbC1Bk) (accessed 20 Apr 2022).

<sup>22</sup> TRAVAIL – Garantir une vie digne pour les travailleurs – Clip officiel #3. *YouTube*. 29 Mar 2022. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=XyAvTVaMIE&list=PLnAm9o\\_Xn\\_3DTuJJpekprYLVe2RtPv1gN&index=2](https://www.youtube.com/watch?v=XyAvTVaMIE&list=PLnAm9o_Xn_3DTuJJpekprYLVe2RtPv1gN&index=2) (accessed 20 Apr 2022).

<sup>23</sup> Garantir l'égalité femmes-hommes – Clip officiel de Mélenchon #5. *YouTube*. 31 Mar 2022. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=QeZSk8yRqg&list=PLnAm9o\\_Xn\\_3DTuJJpekprYLVe2RtPv1gN&index=4](https://www.youtube.com/watch?v=QeZSk8yRqg&list=PLnAm9o_Xn_3DTuJJpekprYLVe2RtPv1gN&index=4) (accessed 20 Apr 2022).

<sup>24</sup> Présidentielle: que proposent les candidats en matière d'éducation? *YouTube*. 2 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=dYAUFWMi-us> (accessed 20 Apr 2022).

Показательно, как кандидат отвечает на все вопросы повестки дня<sup>25</sup>. Позиция по обсуждаемым вопросам (*issues*) – часто нечетко высказанная, неясно понятая – играет свою роль. При этом базисные ценности не оспариваются сторонами – вера в частную собственность, бизнес, свободную конкуренцию, глобальную роль нации, прогресс.

Левые кандидаты выступают за замораживание цен<sup>26</sup>. Материал вызывает 531 комментарий, приведем пример: *ouafouaf: Quel énorme travail est fait là ! Merci à toute l'équipe pour la vigilance, la rigueur et l'humanité qui anime votre action. Bien entendu c'est "l'Avenir en commun"*. 😊

### Рамка риторических стратегий

В своих исследованиях мы выделяем на основе анализа публицистических материалов о дебатах некоторые вербальные стратегии дебатирования. Это обвинения, часто беспочвенные, отрицание, косвенное и прямое обвинение, насмешка, нападки, инсинуации, сравнения, арсенал аргументации, в том числе морального и ценностного характера. Характерно обыгрывание промахов соперника, цитирование и привлечение внимания к вербальным промахам. В ход идут негативные оценки соперника. Не удается избежать обвинений в передергивании. Характерны сложные, национальные аллюзии. Забота о простом рядовом среднем классе – преобладающий аргумент дебатов. Постоянно производится рекрутирование сторонников. Применяются обвинения в цинизме, политической близорукости, прочие эристические ходы (эридика – искусство спора без четкой аргументации). Риторические стратегии воздействующей речи политиков проявляются в таких характеристиках, как деление на *хороших* и *плохих* людей, перекалывание вины, оскорбление политических противников, генерализация, драматизация

и эмоциональность, преувеличение и обещание спасения / освобождения. Таким образом, политики, в первую очередь, обращаются к эмоциональной и экспрессивной стороне высказывания, нежели к объективности и правдивости доносимой информации [Charaudeau 2008; Messin 2009]. Все речи характеризует **гиперценочность**.

### Рамка перформансной коммуникации

В данной рамке анализа нас интересуют действия, часто символические – демонстрации и т. д.: дебаты между кандидатами перед вторым туром в 2017 г.<sup>27</sup> Обсуждение результатов первого тура происходит в прямом эфире<sup>28</sup>. Многочисленные сайты медиа дают комментарии избирателей-блогеров. Показателен голографический клип «Весна людей», рассчитанный на интернет-аудиторию<sup>29</sup>.

### Рамка использования виртуальной коммуникации сетевых форматов коммуникации официальных лиц

Значима роль сетевых коммуникаций. Например, YouTube-каналы Ж.-Л. Меланшона<sup>30</sup>. Это позволяет судить, как качественно общается кандидат с прессой<sup>31</sup>.

Обратим внимание на то, как качественно исполнены электронные материалы М. Ле Пен – и ее сайт, и видео, и YouTube-канал в целом<sup>32</sup>. На сайте полно поклонников, которые пишут:

*Marine femme forte, puissante, pleine d'espérance pour le peuple qui a besoin d'être compris. Je voterai pour elle.*

Для кандидатов показательно появление на телепередачах, т. к. печатная реклама малоэффективна. К примеру, кандидат «зеленых» Я. Жадо на утренней передаче про школьные завтраки и стоимость жизни<sup>33</sup>.

Ультраправый кандидат Э. Земмур, бывший журналист, особенно хорошо использует всю палитру современных коммуникаций видео на YouTube, многочисленные соцсети, сайты.

<sup>25</sup> LA FAQ 2022: Macron, 6e République, animaux, SMIC, RIC, Corse, logement, Parcoursup, hologrammes... *YouTube*. 7 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=L0Jwhi5pBtI> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>26</sup> #RDLS153 spéciale depuis la Colombie! *YouTube*. 4 Aug 2022. URL: [https://www.youtube.com/channel/UCk\\_PeY3iC6DIGJKuoEe9bw](https://www.youtube.com/channel/UCk_PeY3iC6DIGJKuoEe9bw) (accessed 20 Apr 2022).

<sup>27</sup> REPLAY – Débat de l'entre-deux-tours: Marine Le Pen / Emmanuel Macron. *YouTube*. 4 May 2017. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=iOAbBdlWgz0> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>28</sup> Soirée spéciale: premier tour de l'élection présidentielle 2022. *YouTube*. 10 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5wH2708mEY8> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>29</sup> "Le Printemps du Peuple!" – le clip des hologrammes. *YouTube*. 6 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CQKLVH5k6AE> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>30</sup> #RDLS153 spéciale depuis la Colombie...

<sup>31</sup> Jean-Luc Mélenchon le blog. URL: <https://melenchon.fr/> (accessed 20 Apr 2022); Clip officiel de Jean-Luc Mélenchon: un autre monde est possible – Clip officiel #2...; Multi-meeting hologramme de Jean-Luc Mélenchon. *YouTube*. 6 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=H5ABEnpqcQ> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>32</sup> M la France. URL: <https://mlafrance.fr/programme/>; Vidéos. URL: <https://mlafrance.fr/#videos>; DÉFENDONS LE POUVOIR D'ACHAT DES FRANÇAIS! *YouTube*. 18 Jul 2022. URL: <https://www.youtube.com/c/MarineLePenOfficiel> (accessed 20 Apr 2022).

<sup>33</sup> Yannick Jadot et l'affaire Buitoni: "L'enjeu, redonner du pouvoir d'achat pour bien manger". *YouTube*. 6 Apr 2022. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=MAkB1PWRElg> (accessed 20 Apr 2022).

## Заключение

Автором статьи проведены лингводидактический эксперимент – освежение в памяти французского языка при помощи технологий YouTube – и знакомство с аутентичными источниками по политическому предвыборному пиару. Исследование процессов изучения языка не может игнорировать современные технологические возможности, влияющие на методику преподавания языка. Исследование процессов массмедийной коммуникации не может игнорировать сети. Сети, сетевой дискурс представляют собой расширение возможностей конкретного человека по достижению и коммуникативному приобщению к разнообразным дискурсам.

Многочисленные тексты могут быть компрессированы до ключевых концептов. Применяемые рамки анализа позволяют говорить о языковых, дискурсивно-аргументативных, неязыковых и коммуникативных особенностях исследуемого дискурса.

**Конфликт интересов:** Автор заявил об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.

**Conflicting interests:** The author declared no potential conflicts of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

## Литература / References

- Амзин А., Галустян А., Гатов В., Кастельс М., Кульчицкая Д., Лосева Н., Паркс М., Паранько С., Силантьева О., ван дер Хаак Б. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. 304 с. [Amzin A., Galustyan A. Gatov V., Kastels M., Kulchickaya D., Loseva N., Parks M., Paranko S., Silantiva O., van der Naak B. *How new media has changed journalism*. 2012–2016. Ekaterinburg: Gumanitarnyi universitet, 2016, 304. (In Russ.)]
- Бушев А. Б. Аспекты цифровизации коммуникации и коммуникативных специальностей. *Социально-психологические проблемы современного общества в условиях цифровизации: личность, организация, управление*, ред. И. А. Барияк, Е. Д. Короткина, Е. С. Ребрилова. Тверь: ТвГУ, 2021а. С. 153–181. [Bouchev A. V. Aspects of digitalization of communication and communicative specialties. *Socio-psychological problems of modern society in the context of digitalization: personality, organization, and management*, eds. Barilyak I. A., Korotkina E. D., Rebrilova E. S. Tver: TverSU, 2021, 153–181. (In Russ.)]
- Бушев А. Б. Дидактика и лингводидактика проекта международного дистанционного образования. *Открытое и дистанционное образование*. 2009. № 3. С. 34–40. [Bouchev A. B. Educational and linguistic skills for international distance learning project. *Open and Distance Education*, 2009, (3): 34–40. (In Russ.)]
- Бушев А. Б. Дискурс-анализ: теория рамочного анализа. *Филологические науки. Научные доклады высшей школы*. 2021б. № 5. С. 13–21. [Bouchev A. B. Discourse analysis: the theory of frames of analysis. *Philological Sciences. Scientific Essays of Higher Education*, 2021, (5): 13–21. (In Russ.)] <https://doi.org/10.20339/PhS.5-21.013>
- Бушев А. Б. Идеи предвыборных дебатов в США как культурно-риторический феномен. *Филологические науки в МГИМО*. 2012. № 47. С. 22–35. [Bouchev A. B. Ideas of pre-election debates in the USA as a cultural and rhetorical phenomenon. *Linguistics & Polyglot Studies*, 2012, (47): 22–35. (In Russ.)]
- Бушев А. Б. Политическая коммуникативистика: становление междисциплинарной парадигмы исследований в России. *Филологические науки. Научные доклады высшей школы*. 2018. № 1. С. 33–44. [Bouchev A. B. Political communication: The formation of an interdisciplinary research paradigm in Russia. *Philological Sciences. Scientific Essays of Higher Education*, 2018, (1): 33–44. (In Russ.)] <https://doi.org/10.20339/PhS.1-18.033>
- Зубкова Л. В. YouTube как основа медиакommunikации. *Актуальные проблемы гуманитарных наук*: Всерос. науч.-практ. конф. (Нижевартовск, 20 февраля 2021 г.) Нижевартовск: НВГУ, 2021. С. 439–442. [Zubkova L. V. Youtube as the basis of media communication. *Actual problems of the humanities*: Proc. Sci.-Prac. Conf., Nizhnevartovsk, 20 Feb 2021. Nizhnevartovsk: NVSU, 2021, 439–442. (In Russ.)]
- Иванов Д. В. Виртуализация общества. Версия 2.0. СПб.: Петербург. востоковедение, 2002. 96 с. [Ivanov D. V. *Virtualization of society. Version 2.0*. St. Petersburg: Peterburg. vostokovedenie, 2002, 96. (In Russ.)]
- Кастельс М. Власть коммуникации. М.: ВШЭ, 2016. 450 с. [Castelles M. *The power of communication*. Moscow: HSE, 2016, 450. (In Russ.)]
- Крюкова Е., Савельев Д. 100+ хаков для интернет-маркетологов: Как получить трафик и конвертировать его в продажи. М.: Альпина Паблшер, 2018 303 с. [Kryukova E, Saveliev D. *100+ Internet marketer hacks: How to get traffic and convert it into sales*. Moscow: Alpina Pablisher, 2018, 303. (In Russ.)]

- Ларионова В. А., Карасик А. А. Цифровая трансформация университетов: заметки о глобальной конференции по технологиям в образовании EdCrunch Ural. *Университетское управление: практика и анализ*. 2019. Т. 23. № 3. С. 130–135. [Larionova V. A., Karasik A. A. Digital transformation of universities: notes on the global conference EdCrunch Ural on technologies in education. *University Management: Practice and Analysis*, 2019, 23(3): 130–135. (In Russ.)]
- Солопов Д. А., Гладкова К. 10 заповедей коммуникационной войны: как победить СМИ, Instagram и Facebook. М.: Интеллектуальная Литература, 2020. 216 с. [Solopov D. A., Gladkova K. *10 commandments of the communications war: how to defeat the media, Instagram and Facebook*. Moscow: Intellektualnaya Literatura, 2020, 216. (In Russ.)]
- Социально-психологические проблемы современного общества в условиях цифровизации: личность, организация, управление, ред. И. А. Бариляк, Е. Д. Короткина, Е. С. Ребрилова. Тверь: ТвГУ, 2021. 358 с. [*Socio-psychological problems of modern society in the context of digitalization: personality, organization, and management*, eds. Barilyak I. A., Korotkina E. D., Rebrilova E. S. Tver: TverSU, 2021, 358. (In Russ.)]
- Социальные сети: комплексный лингвистический анализ, научн. ред. Н. Д. Голев, отв. ред. Л. Г. Ким. Кемерово: КемГУ, 2021. Т. 1. 430 с. [*Social networks: a complex linguistic analysis*, eds. Golev N. D., Kim L. G. Kemerovo: KemSU, 2021, vol. 1, 430. (In Russ.)]
- Amossy R. L'éthos au carrefour des disciplines. Rhétorique, pragmatique, sociologie des champs. In: Amossy R. *Images de soi dans le discours. La construction de l'éthos*. Lausanne: Delachaux & Niestlé, 1999, 125–154.
- Amossy R., Koren R. Argumentation et discours politique. *Mots*, 1990, (100): 13–21. <https://doi.org/10.4000/mots.19843>
- Bühl A. *Die virtuelle Gesellschaft des 21. Jahrhunderts: sozialer Wandel im digitalen Zeitalter*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2000, 100.
- Charaudeau P. L'argumentation dans une problématique d'influence. *Argumentation et Analyse du Discours*, 2008, 1(1). <https://doi.org/10.4000/aad.193>
- Mao X. *Mécanisme discursif du discours politique: Analyse sémantique des discours électoraux de Marine le Pen*. Master Professionnel 2e année. Paris, 2016, 100.
- Media education for a digital generation*, eds. Frechette J., Williams R. Routledge, 2016, 322.
- Media education: a kit for teachers, students, parents and professionals*, ed. Frau-Meigs D. UNESCO, 2006, 185.
- Messin K. C. *La discours politique relatif a l'aménagement linguistique en France (1997–2002)*. Paris, 2009, 490.
- Kroker A., Weinstein M. A. *Data trash: the theory of virtual class*. Montreal: New World Perspectives, 2001, 98.
- Rheingold H. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley, 1993, 281.
- Windisch U. L'argumentation politique. Un phénomène social total. *Année sociologique*, 1995, 45(2): 59–82.
- Windisch U., Amey P., Grétilat F. Communication et argumentation politiques quotidiennes en démocratie directe. *Hermès*, 1995, (16): 57–72.