

ТРАНСФОРМАЦИЯ РИТОРИКИ ПОЛИТИКОВ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

TRANSFORMATION OF POLITICAL RHETORIC IN THE CONTEXT OF SOCIAL MEDIA

**N. Babichuk
A. Pogrebisskaya**

Summary: The article examines the transformation of political rhetoric in the context of social media functioning as a new communicative environment. The relevance of the study is determined by the fact that digital platforms have become the primary channel of interaction between politicians and the public, shaping new forms of speech behavior and persuasive strategies. The purpose of the research is to identify the changes in the structure, genre characteristics, and rhetorical strategies of political discourse under the influence of digital communication. The study employs discourse analysis, rhetorical and linguo-pragmatic analysis, as well as content and comparative methods. The empirical base includes posts, comments, and video messages published on official social media accounts of politicians in 2020–2024. The findings show that political rhetoric in the digital space is characterized by personalization, emotionalization, and visualization of speech, along with the communication with the audience. A rethinking of the classical rhetorical categories of ethos, pathos, and logos has been revealed, with a shift toward expressiveness and self-presentation. The study concludes that a new model of network-based political rhetoric is emerging, combining elements of official, personal, and performative discourse. The theoretical significance lies in expanding the understanding of the dynamics of rhetorical strategies in the digital era, while the practical value consists in the potential application of the results to the development of effective models of political communication in the media environment.

Keywords: political discourse, rhetoric, social media, digital communication, media linguistics, personalization, emotionalization, mediatization, public speech, argumentation.

Бабичук Наталья Владимировна

Старший преподаватель, Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)
Babichuk.nat@mail.ru

Погребисская Анна Львовна

Кандидат филологических наук, доцент, Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)
a_pogrebisskaya@yahoo.com

Аннотация: В статье рассматриваются особенности трансформации политической риторики в условиях функционирования социальных сетей как нового коммуникативного пространства. Актуальность исследования определяется тем, что именно цифровые платформы сегодня становятся основным каналом взаимодействия политиков с общественностью, формируя новые формы речевого поведения и стратегии убеждения. Целью работы является выявление изменений в структуре, жанровых особенностях и риторических стратегиях политического дискурса под влиянием цифровой коммуникации. В исследовании применяются методы дискурс-анализа, риторического и лингво-прагматического анализа, контент- и компаративного анализа. Эмпирическую базу составили тексты постов, комментариев и видеосообщений, опубликованных в официальных аккаунтах политиков в социальных сетях в 2020–2024 гг. Полученные результаты показывают, что риторика политиков в цифровом пространстве характеризуется персонализацией, эмоциональной составляющей и визуализацией речи, а также коммуникацией с аудиторией. Выявлено переосмысление классических риторических категорий этоса, пафоса и логоса в сторону усиления экспрессии и самопрезентации. Сделан вывод о формировании новой модели сетевой политической риторики, сочетающей элементы официального, личного и перформативного дискурсов. Теоретическая значимость исследования заключается в развитии представлений о динамике риторических стратегий в цифровую эпоху, практическая — в возможности применения результатов при разработке эффективных моделей политической коммуникации в медиасреде.

Ключевые слова: политический дискурс, риторика, социальные сети, цифровая коммуникация, медиа-лингвистика, персонализация, эмоционализация, медиатизация, публичная речь, аргументация.

Современное развитие цифровых коммуникаций радикально изменило характер политического дискурса, привело к переосмыслению стратегий публичного общения и формированию новых моделей политической риторики [8, с. 210]. Социальные сети, обладая высокой степенью интерактивности и мгновенной обратной связью, трансформировали традиционные формы политической коммуникации, сделав её более динамичной, персонализированной и ориентированной на визуальные и эмоциональные эффекты. В результате политика всё чаще приобретает черты медийного перформанса, а границы между официальным и частным,

институциональным и повседневным дискурсом постепенно стираются [9, с. 234].

Актуальность исследования обусловлена тем, что именно в социальных сетях сегодня формируется значительная часть общественного восприятия политиков и их идеологических позиций. Анализ изменений в риторических стратегиях позволяет выявить, каким образом новые медиа влияют на структуру аргументации, языковую экспрессию и коммуникативные цели политических акторов.

Целью данной статьи является анализ трансформа-

ции риторики политиков в условиях функционирования социальных сетей как нового коммуникативного пространства.

Проблема трансформации политической риторики в цифровую эпоху является предметом активного научного интереса в современной лингвистике, медиалингвистике и политической коммуникации. В ряде исследований подчеркивается, что цифровизация публичного пространства приводит к изменению форм, жанров и стратегий политического дискурса [1; 9; 11; 12]. Политическая речь всё чаще рассматривается не как статичное сообщение, а как динамическое взаимодействие между актором и аудиторией, опосредованное цифровыми платформами [21].

Ряд отечественных исследователей обращают внимание на то, что риторика политиков в медиапространстве выполняет не только информационную, но и перформативную функцию — формирует образ политика, конструирует идентичность и поддерживает коммуникацию с электоратом [3; 8; 12; 13]. В условиях социальных сетей эти функции усиливаются, поскольку коммуникация приобретает черты диалога и эмоциональной вовлечённости аудитории [4, с. 152].

В зарубежной традиции изучения политической риторики акцентируется внимание на феномене медиатизации политики [17; 20], а также на концепции популистской коммуникации в цифровых медиа [15; 18]. Такие подходы позволяют рассматривать социальные сети как пространство, где политическая риторика становится инструментом самопрезентации, эмоционального воздействия и символического лидерства [10, с. 234].

Особое внимание исследователей привлекает трансформация жанров политического дискурса — от официальных выступлений и пресс-релизов к микрожанрам сетевой коммуникации: постами, сторис, мемам, коротким видеосообщениям. Как отмечают некоторые исследователи, форматы социальных сетей способствуют возникновению феномена «аффективной публичности», когда эмоциональная составляющая сообщения становится важнее его рационально-аргументативного содержания [16; 19].

В российской научной традиции также развивается направление медийной лингвистики, в рамках которого изучаются особенности функционирования политического языка в новых медиареалиях [2; 5; 14]. Исследователи отмечают, что социальные сети не только изменяют языковую форму политического высказывания, но и порождают новые коммуникативные роли, в частности гибридизацию ролевых моделей «политик — блогер» и «гражданин — медиапроизводитель» [6, с. 201; 7, с. 50].

Недостаточно изученными остаются конкретные механизмы риторического воздействия в сетевых форматах, способы адаптации традиционных риторических стратегий к требованиям цифрового дискурса, а также соотношение личностного и институционального начала в коммуникации политиков в социальных сетях.

Эмпирическую базу исследования составили тексты и медиаматериалы, размещённые в официальных аккаунтах политиков в социальных сетях, функционирующих в период 2020–2024 гг. В качестве материала были отобраны публикации, принадлежащие представителям национальных политических элит (на примере России, США и стран Европы), обладающим высокой степенью публичной активности в цифровой среде. Анализируемые тексты включали посты, комментарии, видеосообщения, сторис и иные жанровые формы. Общий объём корпуса составил около 500 единиц дискурса, сгруппированных по хронологическому и тематическому признакам.

При отборе материала учитывались следующие критерии: наличие публичного статуса автора (должностное лицо, лидер партии, кандидат, депутат); регулярность ведения аккаунта и непосредственное участие политика в создании контента; наличие речевых актов, направленных на убеждение, формирование имиджа, реакцию на общественно значимые события.

Методологическая основа исследования опирается на сочетание дискурс-анализа, риторического анализа и лингво-прагматического подхода. Дискурс-анализ позволил выявить структурные и семантические особенности политических высказываний в сетевом формате, определить ключевые темы, коммуникативные цели и стратегии взаимодействия с аудиторией (в духе подходов Н. Фэрклоу, Т. ван Дейка, Е.И. Шейгал) [1; 11; 13]. Риторический анализ применялся для описания средств речевого воздействия, аргументации, апелляции к эмоциям и идентичности, что дало возможность установить изменения в использовании традиционных риторических фигур и топосов в цифровом контексте. Лингво-прагматический анализ обеспечил выявление коммуникативных намерений политиков, типов речевых актов и особенностей языкового оформления сообщений с учётом интерактивности среды и ожиданий адресата.

Дополнительно использовались методы контент-анализа (для количественного сопоставления риторических стратегий и ключевых тематических маркеров) и компаративного анализа (для выявления различий между национальными политическими дискурсами).

Интерпретация данных осуществлялась с опорой на принципы теории медийной коммуникации и концепцию медиатизации политики, что позволило рассматривать трансформацию риторики не только как языковое,

но и как социально-коммуникативное явление.

Проведённый анализ показал, что риторика политиков в социальных сетях демонстрирует системные изменения на уровне жанровой организации, языковых средств и коммуникативных стратегий. Такие трансформации связаны с особенностями сетевой среды, в которой коммуникация строится на принципах краткости, визуальности и интерактивности.

Традиционные формы политической речи — выступления, обращения, пресс-релизы — в социальных сетях претерпевают существенную редукцию и адаптацию. На первый план выходят микрожанры, характерные для цифрового формата: короткие посты, сторис, видеосообщения, мемы, реакции и репосты. Политики активно используют жанры аффективной коммуникации, где выражение эмоций (сочувствие, возмущение, энтузиазм) становится инструментом убеждения, что приводит к постепенному смещению акцента с рационально-аргументативных стратегий на эмоционально-экспрессивные.

Одним из ключевых результатов исследования стало выявление тенденции к персонализации политического высказывания. В сетевом дискурсе политика всё чаще представляет себя не как официальный представитель института власти, а как «человек среди людей». Применяются приёмы самораскрытия (публикация личных фотографий, неформальных комментариев, эмоциональных реакций), создаётся эффект непосредственного общения с аудиторией. Такая стратегия способствует укреплению доверия и повышению вовлечённости, но одновременно снижает уровень официальности и формальности политического языка.

Анализ показал, что современная политическая риторика в социальных сетях характеризуется повышенной эмоциональной насыщенностью и активным использованием паралингвистических средств — эмодзи, хэштегов, визуальных метафор, коротких видеороликов. Такие элементы выполняют не только декоративную, но и аргументативную функцию, усиливая экспрессию и поддерживая внимание аудитории. Таким образом, риторика приобретает черты мультимодального дискурса, где вербальные и визуальные компоненты взаимодействуют друг друга.

Особенностью сетевого взаимодействия является интерактивность, что приводит к изменению структуры политического высказывания. Политики активно вовлекаются в диалог с подписчиками: отвечают на комментарии, цитируют реплики, проводят опросы, организуют прямые эфиры. Тем самым политическая риторика становится не монологом, а диалогической практикой, где аудитория участвует в формировании смысла, что усиливает гибкость дискурса, но одновременно повышает

его зависимость от общественных ожиданий и мгновенной реакции пользователей.

Сравнительный анализ показал, что в цифровой среде происходит переосмысление традиционных риторических стратегий — этоса, пафоса и логоса. Этос (образ говорящего) усиливается за счёт постоянного присутствия политика в медиапространстве и демонстрации личных качеств. Пафос становится центральным элементом сетевой риторики, обеспечивая эмоциональную вовлечённость аудитории. Логос, напротив, подвергается сокращению: аргументация упрощается, нередко заменяется слоганами, метафорами и визуальными символами.

При сопоставлении материалов различных стран выявлены национально-специфические особенности. В российском политическом сегменте преобладают апелляции к коллективным ценностям, патриотическим мотивам и обращение к традиционным дискурсивным рамкам («мы», «наша страна»). Американские и европейские политики чаще используют риторику самопрезентации, юмора, эмпатии и диалога с гражданами. Однако общим остаётся стремление к сокращению дистанции между политиком и аудиторией, что свидетельствует о глобальной тенденции к демократизации риторических практик.

Таким образом, социальные сети не просто изменили каналы политической коммуникации, но качественно трансформировали саму риторическую модель политического общения. В условиях сетевого дискурса политика становится гибридной — сочетающей элементы официального, личного и перформативного общения, что требует переосмысления традиционных представлений о политической речи и её функциях.

Проведённое исследование позволило выявить основные тенденции и закономерности трансформации политической риторики в условиях социальных сетей. Сопоставление традиционных и цифровых форм политического высказывания показало, что переход к сетевой коммуникации затрагивает не только технические, но и глубинные когнитивно-дискурсивные механизмы политического общения.

Во-первых, установлено, что социальные сети способствуют демократизации и персонализации политического дискурса. Коммуникация между политиком и аудиторией утрачивает иерархический характер, превращаясь в диалог, построенный на принципах доступности, неформальности и эмоциональной вовлечённости.

Во-вторых, результаты исследования демонстрируют, что риторика в цифровом формате всё чаще опирается на аффективные и визуальные стратегии воздействия. Преобладание эмоциональных и визуальных кодов над

логико-аргументативными свидетельствует о сдвиге в структуре убеждения — от рационального доказательства к эмпатическому вовлечению. В этом контексте традиционные риторические категории этоса, пафоса и логоса претерпевают переосмысление: этос усиливается за счёт самопрезентации, пафос становится доминирующим компонентом, а логос редуцируется до простых, но запоминающихся высказываний.

В-третьих, наблюдается формирование новых жанров политического дискурса, адаптированных под особенности сетевого взаимодействия. Краткость, мультимодальность, интерактивность и высокая скорость отклика определяют структуру сообщений, задавая новые нормы риторического поведения. В результате политическая речь становится гибридной, объединяющей элементы официального и личного, институционального и медийного.

В-четвёртых, результаты сравнительного анализа показывают, что несмотря на культурные и национальные различия, политические акторы разных стран демонстрируют универсальную тенденцию к снижению коммуникативной дистанции и усилению визуально-эмоционального компонента речи, что подтверждает глобальный характер цифровой трансформации риторики и позволяет говорить о становлении единого типа сетевой политической риторики, для которой характерны интерактивность, персонализация и эмотивность.

С теоретической точки зрения полученные результаты развивают представления о риторике как динамической системе, способной адаптироваться к изменениям коммуникативных технологий. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования выявленных закономерностей при разработке стратегий публичных коммуникаций, медиатренингов и речевых практик политиков в цифровом пространстве.

Вместе с тем анализ показал, что трансформация риторики в социальных сетях не является однозначно положительным процессом. Расширение возможностей самовыражения и обратной связи сопровождается рисками поверхностности аргументации, эмоциональной манипуляции и утраты глубины политического смысла. Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение этих рисков и поиск баланса между аффективностью и рациональностью в цифровом политическом дискурсе.

Таким образом, можно заключить, что риторика политиков в социальных сетях представляет собой новую форму публичного дискурса, в которой традиционные принципы убеждения трансформируются под влиянием технологических и культурных факторов цифровой эпохи. Политическая речь становится более гибкой, эмпатичной и визуально насыщенной, отражая общую тенденцию гуманизации и медиатизации политической коммуникации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. — М.: ЛИБРОКОМ, 2008. — 352 с.
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика: Системный подход к изучению языка СМИ. — М.: ФЛИНТА: Наука, 2018. — 256 с.
3. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. — Волгоград: Перемена, 2004. — 477 с.
4. Категория информативности политической речи / С.С. Усов, О.В. Стрижкова, А.С. Калинина [и др.] // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. — 2024. — № 1–1. — С. 152–155. — DOI 10.37882/2223–2982.2024.01.29. — EDN TEJZL.
5. Ключанов И.Е. Коммуникативные пространства и медиареальность: философия языка и медиа. — М.: Прогресс-Традиция, 2020. — 312 с.
6. Речевые способы манипулятивного воздействия в политическом дискурсе / Н.Л. Харченко, И.Ю. Багдасарова, Н.С. Луценко [и др.] // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. — 2022. — № 12. — С. 201–205. — DOI 10.37882/2223–2982.2022.12.35. — EDN ULQDMX.
7. Содержательно-подтекстовый аспект информативности дискурса в публицистическом тексте / Н.С. Варфоломеева, С.С. Усов, И.Ю. Багдасарова [и др.] // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек в современном мире. — 2021. — № 4. — С. 50–55. — DOI 10.25586/RNU.V925X.21.04.P050. — EDN BSLJZM.
8. Содержательно-подтекстовый слой информативности политического текста / С.Б. Цолоева, М.В. Брискер, Н.С. Варфоломеева [и др.] // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. — 2024. — № 6–2. — С. 210–213. — DOI 10.37882/2223–2982.2024.6–2.39. — EDN XFYGG0.
9. Усов С.С. Содержательно-концептуальный аспект информативности текста / С.С. Усов // Инновации и инвестиции. — 2014. — № 12. — С. 234–235. — EDN WAYXXR.
10. Формирование оценочного суждения в контексте политического дискурса (на материале выступления Дональда Трампа на сессии Генеральной ассамблеи ООН) / Н.Л. Харченко, И.А. Синицына, Е.А. Янова [и др.] // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. — 2021. — № 4. — С. 171–177. — DOI 10.37882/2223–2982.2021.04.33. — EDN FRAAYX.
11. Фэрклоу Н. Критический дискурс-анализ: Социальные лингвистические подходы. — М.: URSS, 2015. — 276 с.
12. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: Проблемы речевого воздействия. — М.: ЛЕНАНД, 2017. — 304 с.
13. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. — Волгоград: Перемена, 2000. — 368 с.
14. Шостак О.В. Дискурсивные практики цифрового общества: язык, медиа, власть. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2022. — 280 с.

15. Engesser S., Ernst N., Esser F., Büchel F. Populism and Social Media: How Politicians Spread a Fragmented Ideology // *Information, Communication & Society*. — 2017. — Vol. 20, No. 8. — P. 1109–1126.
 16. Enli G. *Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality*. — New York: Peter Lang, 2017. — 195 p.
 17. Mazzoleni G., Schulz W. Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy? // *Political Communication*. — 1999. — Vol. 16, No. 3. — P. 247–261.
 18. Moffitt B. *The Global Rise of Populism: Performance, Political Style, and Representation*. — Stanford: Stanford University Press, 2016. — 240 p.
 19. Papacharissi Z. *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. — New York: Oxford University Press, 2015. — 208 p.
 20. Strömbäck J. Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics // *The International Journal of Press/Politics*. — 2008. — Vol. 13, No. 3. — P. 228–246.
 21. Wodak R. *The Politics of Fear: The Shameless Normalization of Far-Right Discourse*. — London: SAGE, 2020. — 312 p.
-

© Бабичук Наталья Владимировна (Babichuk.nat@mail.ru), Погребисская Анна Львовна (a_pogrebisskaya@yahoo.com).
Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»