

**Департамент образования города Москвы
Государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования города Москвы
«Московский городской педагогический университет»**

**Институт иностранных языков
Кафедра романской филологии
Направление подготовки 45.06.01 - Языкознание и литературоведение,
профиль «теория языка в контексте актуальной эпистемы»**

Новиков Николай Валерьевич

Коммуникативные стратегии цифровой дипломатии

Научный доклад

по результатам диссертационного исследования

Научный руководитель:

Викулова Лариса Георгиевна,
доктор филологических наук, профессор

Допущено к защите:

Зав.кафедрой _____
_____ 20__ г.

Научно-квалификационная работа (диссертация)

защищена на заседании

Государственной аттестационной комиссии

«_____» _____ 20__ г.
с оценкой «_____»

Председатель ГАК _____

Москва 2017 г.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Реферируемое диссертационное исследование посвящено комплексному анализу коммуникативных стратегий цифровой дипломатии в рамках активно развивающегося современного Интернет-дискурса. Цифровая дипломатия представляет собой интердискурсивное образование, в котором могут взаимодействовать такие институциональные дискурсы, как политический и медийный, в силу того, что их объединяет общая целевая установка – регулирование международных взаимоотношений.

Актуальность данной работы обусловлена тенденциями развития современной лингвистики, уделяющей большое внимание коммуникативным и прагматическим аспектам институционального дискурса, проблемам взаимодействия коммуникантов, изучению языка в тесной связи с практической деятельностью человека, в частности, возрастающей ролью цифровых коммуникативных практик в современной дипломатии. Актуальность исследования также обусловлена недостаточной освещенностью в лингвистической литературе новых жанров и коммуникативных стратегий цифровой дипломатии.

Современный уровень развития дипломатической практики в сети Интернет с использованием IT-технологий позволяет говорить о формировании дискурса цифровой дипломатии как новой формы дипломатического дискурса, способствующей динамичной коммуникативной практике на современном этапе мирового развития.

Институциональность дипломатического дискурса, понимаемого как *связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами*, предполагает комплексное исследование лингвистических и экстралингвистических форм анализа, в том числе особенностей коммуникативного пространства, в котором дискурс развивается. В рамках дискурса цифровой дипломатии для такого пространства характерны три фактора: специфика института дипломатии, особенности пространства сети Интернет и медийная составляющая, которая формирует информационную стратегичность дискурса цифровой дипломатии.

Гипотеза исследования. Учитывая социокультурную специфику предметной сферы *дипломатия*, можно предположить, что в ее пространстве сформировался цифровой дипломатический дискурс, который обнаруживает не только языковую, но и коммуникативную специфику в пространстве официальной и неофициальной Интернет-коммуникации. Такой дискурс использует различные коммуникативные стратегии, оказывая тем самым значительное влияние на коммуникативные процессы за счет речевых жанров, конструирующих современную реальность.

При обращении к проблеме коммуникации, осуществляемой в рамках профессиональной деятельности, которая на современном этапе реализуется в ситуации дистантного и опосредованного общения в Интернете в пределах

профессионального дискурса как институционального, ученые рассматривают данный сложный феномен по следующим направлениям:

1. Определение социокультурных оснований деятельности в рамках дискурса [Charaudeau 2002; Карасик 2002; Рыжова 2007; Васильев 2013; Хутыз 2010; Чернявская, Молодыхенко 2014; Буторина 2016];
2. Особенности профессиональной коммуникации в предметной сфере *дипломатия* [Macomber 1975; Reychler 1979; Зонова 2003; Гнилорыбов 2005; Волкова 2007; Villar 2008; Нечаева 2011; Сурма 2015];
3. Выявление речевых жанров как средств формализации социального взаимодействия в прагматике современного дискурса [Горошко 2011; Баженова, Иванова 2012; Атягина 2014; Пак 2014];
4. Описание ключевых стратегий коммуникативного поведения в профессионально значимых ситуациях общения [Меграбова 2009; Hanson 2012; Щербинина 2013; Борисова 2015; Паршин 2015].

Объектом исследования являются тексты, опубликованные на официальных сайтах дипломатических ведомств, институциональных и персонифицированных страницах дипломатов в социальных сетях. Печатный текст, зачастую сопровождаемый графическим изображением-дополнением, представляет собой основной фиксированный результат информационно-коммуникативной практики цифровой дипломатии. Исследуемые тексты представлены преимущественно на английском языке как основном языке коммуникации в рамках цифровой дипломатии, а также выборочно на французском, русском и других языках.

Предметом исследования являются коммуникативные стратегии в дипломатическом дискурсе в рамках текстов, публикуемых на официальных сайтах и аккаунтах в социальных сетях.

Теоретические разработки и положения диссертации опираются на фундаментальные идеи и концепции отечественных и зарубежных ученых в области:

- философии и теории языка (И.Т. Касавин, О.А. Радченко, В.Е. Чернявская) – дискурсивные маркеры изменений в языке и речи;
- теории текста (Н.Д. Арутюнова, Н.С. Валгина, И.Р. Гальперин, Т.А. ван Дейк) – критический подход к понятиям *текст*, *дискурс*, *жанр*;
- дискурс-анализа (П. Серио, В.Е. Чернявская, Л.П. Рыжова, Дж. Суолс, П. Шародо, Р. Водак и др.) – механизмы функционирования языка через выявление условий реализации интеракции коммуникантов при их опосредованном взаимодействии, через изучение языковых средств, маркирующих прагматическую ситуацию;
- прагмалингвистики (Л.А. Киселева, Л.Г. Викулова, С.Н. Плотникова, Е.Ф. Серебренникова, В.Н. Степанов, М.Р. Желтухина, Т.В. Анисимова Дж. Л. Остин, Дж.Р. Серль) – анализ новых речевых практик взаимодействия и воздействия;

- истории и теории дипломатии (Т.В. Зонова, А.В. Ревякин, Н.Ю. Васильева, И.А. Ахтамзян, М.М. Лебедева, А.В. Лукин, А.Н. Вылегжанин, А.В. Торкунов, Т.А. Шаклеина) – анализ проблематики информации и PR в международных отношениях.

Источниками **материала исследования** послужили тексты, представленные на официальных сайтах дипломатических ведомств, институциональных и персонифицированных аккаунтах дипломатов в социальных сетях в период 2014-2016 гг. Проанализировано 8 дипломатических сайтов, 3 сайта СМИ и 25 аккаунтов в социальных сетях, всего 105 текстов, общим объемом порядка 14464 печатных знаков. Корпус исследуемого материала представлен в диссертации 105 текстами, преимущественно скриншотами (снимками) опубликованных сообщений цифровой дипломатии для демонстрации практического применения предложенного в работе дискурсивного анализа.

Таблица 1. Проанализированные цифровые дипломатические ресурсы

Наименование проанализированных ресурсов	Всего
Официальных сайтов	11
Аккаунтов в социальных сетях	25
Общее количество текстов	105

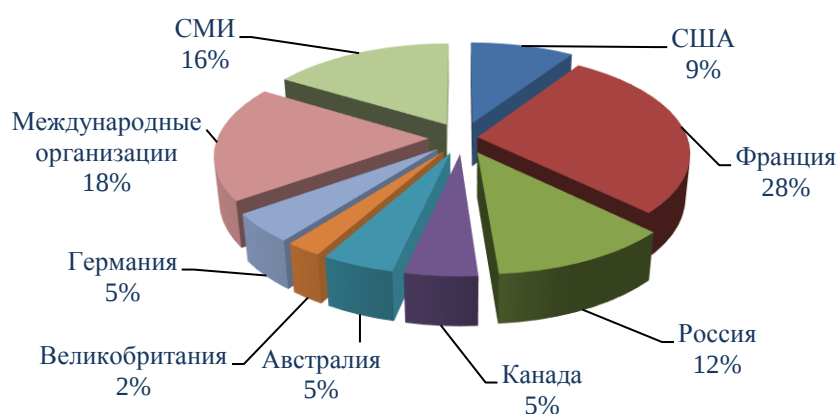


Диаграмма 1. Тексты на официальных дипломатических сайтах и в электронных СМИ

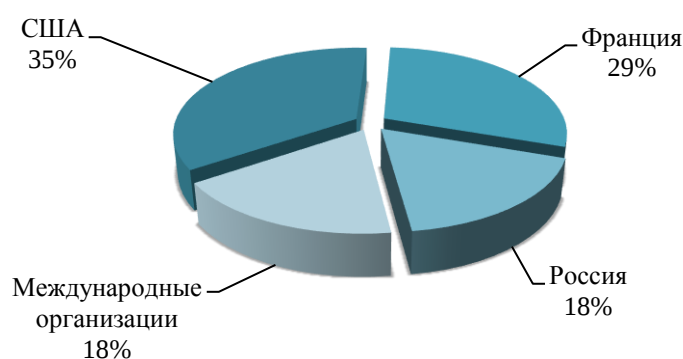


Диаграмма 2. Тексты на институциональных дипломатических аккаунтах в социальных сетях

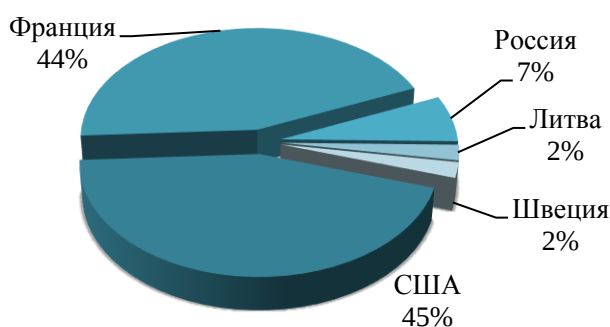


Диаграмма 3. Персонафицированные аккаунты дипломатов в социальных сетях

Цель работы заключается в изучении стратегий цифровой дипломатии как новой коммуникативной практики, лингвистических особенностей коммуникативных площадок, используемых в цифровой дипломатии, а также установлении особенностей функционирования дискурсивных жанров дипломатической коммуникации в виртуальном пространстве.

Данная цель обуславливает необходимость постановки и решения следующих **исследовательских задач**:

- проанализировать основные аспекты изучения дискурса в предметной сфере *дипломатия* в отечественной и зарубежной лингвистике с целью обоснования основных положений и методологии исследования;
- выявить и классифицировать конститутивные признаки дискурса цифровой дипломатии как институционального образования;
- проанализировать специфику применения дискурсивных стратегий в цифровой дипломатии в связи с используемыми коммуникативными площадками, задающими различные параметры текстовой публикации;

- уточнить понятия *коммуникативное пространство, твипломатия, фейсбукдипломатия*;
- проанализировать жанровые особенности дискурса цифровой дипломатии;
- выявить векторы развития коммуникативных стратегий цифровой дипломатии с учетом ее большей открытости мировому сообществу как новой коммуникативной практики.

Методологическим принципом исследования является антропоцентризм. Именно антропоцентрический подход, в рамках которого дипломатический дискурс изучается в аспектах его порождения (позиция адресанта), понимания (позиция адресата) и воздействия на адресата, позволяет наиболее комплексно раскрыть специфику дискурса цифровой дипломатии. В исследовании также используется *комплексный междисциплинарный подход* как ключевой принцип анализа дискурсивных практик.

Задачи исследования и специфика анализируемого материала обусловили выбор следующих **методов исследования** в качестве основных: метод непосредственного наблюдения материала с последующим анализом и обобщением результатов; дедуктивно-индуктивный метод; контекстуально-интерпретационный метод; типологический метод (при классификации дискурсивных жанров выявленных при анализе цифровой дипломатии); функционально-семантический и сопоставительный (при описании способов и приемов реализации дискурсивных стратегий и сопоставления стратегий цифровой дипломатии с медийными коммуникативными стратегиями); семиотрический как способ семантического анализа, позволяющий провести оценочный анализ ключевых лексем в исследовании дискурса цифровой дипломатии; метод интен-анализа (при выявлении коммуникативных интенций адресанта); метод контент-анализа (для выявления частоты появления в тексте определенных характеристик, выступающих в качестве индикаторов экстралингвистической реальности).

Научная новизна исследования состоит в том, что в настоящей работе впервые предпринимается попытка комплексного анализа дискурса цифровой дипломатии как новой коммуникативной практики в предметной сфере *дипломатия*; уточняется содержание термина *цифровая дипломатия*, выявляются векторы исторического развития дипломатической коммуникации от закрытости к ее открытости в рамках глобализационных процессов, анализируется формирование новых жанров дипломатического дискурса. Фактором новизны данной работы является изучение не исследованного ранее материала, разработка элементов лингвистического анализа текстов дискурса цифровой дипломатии и коммуникативных стратегий, используемых в дипломатической практике в сети Интернет.

Теоретическая значимость исследования заключается в дальнейшей разработке проблем и методов общего языкознания, дискурсивной лингвистики, лингвистики текста, социолингвистики, прагмалингвистики, связанных с анализом

дискурса цифровой дипломатии. В работе также намечены пути дальнейшего исследования дипломатического дискурса на материале медийных ресурсов, выявления его параметров, анализа языковых коммуникативно-прагматических средств, используемых дипломатией в дискурсивных жанрах на цифровых площадках Twitter и Facebook.

Практическая ценность работы состоит в том, что основные теоретические положения и выводы, полученные в результате исследования, могут быть использованы в учебных вузовских курсах для бакалавров и магистров: «Основы теории коммуникации», «Иностранный язык для профессиональных целей», в спецкурсах «Цифровая дипломатия», «Современные информационные технологии в дипломатической практике», в курсовых и выпускных квалификационных работах. Данное исследование также имеет прикладное значение: его результаты могут быть непосредственно использованы в профессиональной дипломатической практике, при ведении информационного сопровождения деятельности внешнеполитических ведомств сотрудниками департаментов информации и печати, пресс-атташе дипломатических миссий, а также дипломатами и государственными деятелями, ведущими блоги в социальных сетях.

Положения, выносимые на защиту. Обращение к анализу коммуникативных стратегий цифровой дипломатии должно учитывать следующие моменты:

1. Дискурс цифровой дипломатии представляет собой особый информационный вид дипломатического дискурса, не являющийся статусно-ориентированным. В дискурсе цифровой дипломатии адресант является, как правило, единично-коллективным, а адресат – массовым, когда коммуникация носит вертикальный характер. При этом не исключается возможность обратной связи, равно как и общения между равностатусными участниками мировой политики в рамках виртуальных коммуникативных пространств института дипломатии.

2. Прагматическая установка адресанта учитывает цели цифровой дипломатии – формирование позитивного образа страны или международной организации с помощью коммуникативных стратегий, информирование массовой аудитории об основных событиях внешнеполитической жизни и их комментирование.

3. Являясь полидискурсивным образованием, дискурс цифровой дипломатии наиболее тесно связан с дискурсами СМИ и Интернет-коммуникаций. В дискурсе цифровой дипломатии активно используются коммуникативные стратегии информирования, оценки и аргументации. При этом глобализация и унификация коммуникативных практик в профессиональной сфере *дипломатия* активизирует поддержание собственной корпоративной культуры в дипломатической практике на новых площадках (сайты, социальные сети).

4. Ключевыми коммуникативно-прагматическими категориями *текстов* в цифровой дипломатии являются *информативность, самопрезентация,*

манипулятивность, обращение к которым определяется жанрами цифровой дипломатии и коммуникативной ситуацией, возникающей под влиянием определенных экстралингвистических факторов.

Апробация работы. Основные положения исследования были представлены в качестве докладов на следующих научных конференциях:

- Международная научно-практическая конференция «Языковой дискурс в социальной практике» (Тверской государственный университет, 3-4 апреля 2015 г.);
- Международная научная Интернет-конференция, посвященная памяти профессора Евгения Степановича Отина (Горловский институт иностранных языков ДВНЗ, Донбасский государственный педагогический университет апрель 2015);
- IX-X Научная сессия Института иностранных языков МГПУ (МГПУ, март 2015, март 2016);
- IX Конвент Российской ассоциации международных исследований (Москва, МГИМО (У) МИД России, октябрь 2015);
- XVII Научная конференция Школа-семинар имени Л.М. Скредлиной с международным участием «Человек, Язык, Время» (Москва, МГПУ, сентябрь 2015);
- Международная научно-практическая конференция «Диалог культур. Культура диалога: в поисках передовых социогуманитарных практик» (Москва, МГПУ, апрель 2016).

Основные положения проведенного диссертационного исследования отражены в 8 публикациях, общим объемом 3,4 п. л. (из них 2,1 п. л. – в изданиях, рекомендованных ВАК).

Объем и содержание работы. Диссертация общим объемом в 180 страниц (из них 150 страниц основного текста), состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы, включающего 252 наименования, в том числе 26 на иностранных языках, списка использованных словарей и справочных изданий (19 наименований), списка источников примеров (38 наименований), приложения.

Во **Введении** дается обоснование выбора объекта, предмета работы, актуальности и новизны исследования, определяются цель, задачи работы, используемые в ходе анализа методы и подходы, указываются теоретическая значимость и практическая ценность работы, излагаются основные положения, выносимые на защиту.

В **главе I** «Теоретические основания анализа дипломатического дискурса» дается анализ теоретических предпосылок работы, рассматриваются понятие дипломатического дискурса и его конститутивные признаки. Проводится сопоставление категорий *текст* и *дискурс*. Дается описание исторического развития дипломатического дискурса на пути к формированию новых форм дипломатической коммуникации.

В главе II «Конструирование современной лингвополитической реальности в цифровом дипломатическом дискурсе» проводится анализ основных коммуникативных площадок, используемых в дискурсивной практике цифровой дипломатии. Выделяются жанры цифровой дипломатии и анализируются их коммуникативные особенности.

В главе III «Репрезентация коммуникативных стратегий в дискурсе цифровой дипломатии» рассматриваются ключевые коммуникативные стратегии, используемые в письменной практике цифровой дипломатии. Анализируется применение медийных стратегий и стратегий, присущих коммуникации в сети Интернет, в рамках дипломатических сообщений.

В заключении обобщаются результаты проведенного исследования, формулируются основные выводы, намечаются перспективы дальнейшей работы.

Приложение содержит итоги анализа практического материала, а также скриншоты сообщений в виде поликодовых текстов, не вошедших в основной текст диссертации.

Основное содержание работы

В главе I «Теоретические основания анализа дипломатического дискурса» рассматривается коммуникативное пространство предметной сферы *дипломатия*, представленное дипломатическим дискурсом, понимаемым как особый статусно-ориентированный дискурс, в рамках которого реализуется речевое взаимодействие представителей института дипломатии. Такое взаимодействие направлено на установление и поддержание контакта и на информационный обмен в предметной сфере *дипломатия*.

Институциональный дипломатический дискурс исторически изменчив, что показывает *семиотрический анализ* (в терминологии Е.Ф. Серебренниковой) ключевой для данного вида дискурса лексемы *дипломатия*. Термин *дипломатия* восходит к древнегреческому слову *diploma*, что означает *официальные документы* (фактически аналог сегодняшних верительных грамот). Производная от данного термина лексема *дипломатия* употребляется значительно позднее – в начале XVII в. В частности, в Англии первый случай употребления лексемы *diplomacy* относится к 1645 г. Известный немецкий философ, математик и языковед Г.В. Лейбниц опубликовал в 1693 г. «Свод дипломатического права» (*Codex Juris Gentium Diplomaticus*). В нем он употребил слово *дипломатический* (лат. – *diplomaticus*). С тех пор это определение стало означать: *касающийся международных отношений*.

Отметим, что слово *дипломатия* в его современном значении впервые ввел в обиход Франсуа Кальер (французский дипломат, посол Людовика XIV в нескольких европейских странах, участник важных и успешных переговоров) в своей работе «Способы ведения переговоров с государями» (1716). Тем не менее, слово *дипломатия* уже встречалось и в его современном понимании [Нечаева 2011: 148], т.е. в значении «официальная деятельность глав государств и правительств,

министров иностранных дел, ведомств иностранных дел, дипломатических представительств за рубежом, делегаций на международных конференциях по осуществлению целей и задач внешней политики государства, защите прав и интересов государства, его учреждений и граждан за границей» [ДС 1971: 479].

Однако в приведенной трактовке термина *дипломатия* отсутствует характеристика средств дипломатической деятельности. Целесообразно дополнить ее определением, данным видным английским дипломатом Э. Сатоу, согласно которому «дипломатия есть применение ума и такта к ведению официальных сношений между правительствами независимых государств, а еще короче – ведение дел между государствами с помощью мирных средств» [Сатоу 1961: 12]. Подобное понимание дипломатии позволяет выделить следующие базовые ценности, репрезентируемые современным дипломатическим дискурсом, а именно: суверенное равенство; добросовестное выполнение принятых на себя обязательств; разрешение международных споров мирными средствами; сотрудничество; невмешательство во внутренние дела субъекта; динамика, устойчивое развитие; честность, лояльность, категоричность, тактичность, корректность, сдержанность [Волкова 2007: 12].

Специалист по анализу дискурса П. Серио под институтом дипломатии понимает «не только такие наиболее типичные структуры, каковыми являются армия или церковь, но и любой организм, который накладывает ограничения на действие высказывательной функции; это может быть статус субъекта высказывания и статус адресата, типы содержания того, что можно и должно говорить, а также обстоятельства акта высказывания, законные для той или иной позиции» [Серио 1999: 29]. Ученый расширяет понимание термина *дипломатия*, вводя как необходимый элемент экстралингвистической ситуации дискурсивный термин *статус* (*статус субъекта высказывания* и *статус адресата*), и акцентирует внимание на том, что деятельность в рамках института дипломатии накладывает ограничения на действие именно *высказывательной функции*. Подобные ограничения касаются и новых видов дипломатической коммуникации.

Социальный институт дипломатии определяет самостоятельность дипломатического дискурса как дискурсивного вида, которая выражается в ряде характеристик [Кожетева 2012: 25-26]:

- собственный набор лексических средств и маркеров, в частности, наименование должностей (*посол, консул, нунций*), наименование жанров (*меморандум, конвенция, вербальная нота*); наличие специфической лексики, что подтверждает существование Дипломатического словаря;
- узаконенность государственной властью для выполнения государственного социального заказа: защита интересов государства и граждан за рубежом, налаживание и поддержание мирных отношений и сотрудничества с другими государствами;
- интерактивная сущность и принципы жесткой иерархической организации, вписывающейся в рамки коммуникативного контракта.

Вышеперечисленные признаки – результат продолжительного исторического формирования дискурса дипломатии. Обратим внимание на то, что дискурс не является застывшей субстанцией, а представляет собой *динамическое образование*, которое, в терминологии А.В. Кирилиной [2014: 10], определяется как *реагирующее* на актуальные общественные изменения, осуществляющее экспансию в другие сферы, но стабильно сохраняющее основные формальные и содержательные признаки. Именно динамический характер дискурса обусловил изменения, произошедшие в современной дипломатической коммуникации.

До начала XX века дипломатический дискурс носил закрытый характер и был представлен только коммуникацией на высшем уровне и равностатусно-ориентированными текстовыми документами (личные ноты, вербальные ноты, памятные записки, меморандумы, частные письма полуофициального характера) (перечень по: [Кузьмин: <http>]). Информирование широких слоев населения со стороны дипломатов происходило преимущественно через печатные СМИ. Такого рода сообщения носили малоинформативный, а иногда и провокационный характер. Со временем информативная составляющая общения дипломатов с представителями прессы усилилась. Появились публичные выступления, открытые интервью, в рамках министерств и ведомств возникли первые пресс-службы. На современном этапе своего развития дипломатический дискурс становится более открытым, начинает взаимодействовать со схожим по специфике реализации медийным дискурсом, что обусловлено комплексным взаимодействием политических и социальных систем управления. С начала XXI века дипломатия постепенно переходит на публичный и открытый уровень коммуникативной практики, расширился круг адресатов дипломатического дискурса, а дипломатические стратегии получили детальную разработку. Если ранее группа коммуникантов ограничивалась равностатусными участниками общения, то теперь в качестве адресата наряду с дипломатами выступает и массовая аудитория. Неактуальным стало существовавшее на протяжении долгого периода разделение, в рамках которого публичная роль в освещении внешнеполитических событий отводилась СМИ, а дипломатическая коммуникация носила закрытый характер. Возникло новое, но уже имеющее значительный медийный вес, явление, получившее определение *цифровая дипломатия*.

Особенности дискурса цифровой дипломатии

Высокую значимость дискурсивного воздействия в официальном цифровом пространстве первыми отметили представители американских политических кругов. В сентябре 2001 года в Вашингтоне состоялась конференция «Интернет-Дипломатия-2001», где одним из главных был вопрос о роли новейших информационных технологий в обеспечении лидерства США в сфере внешней политики [Кашлев, Галумов 2003: 133]. Именно поэтому возникший тогда термин *digital diplomacy* изначально использовался лишь в отношении публичной политики США, проводимой с опорой на цифровые технологии (также распространены термины «Интернет-дипломатия», «дипломатия социальных

сетей» и «Web 2.0 дипломатия») [Цветкова 2011: 114]. Непосредственно правительство США определяет цифровую дипломатию как использование социальных сетей в дипломатической практике для обеспечения взаимодействия американских дипломатов с зарубежными пользователями Интернета [IT Strategic Plan: Fiscal Years 2011–2013 Digital Diplomacy. US Department of State: <http://www.state.gov/m/irm/rls/148572.html>].

Со временем цифровую дипломатию взяли на вооружение дипломатические ведомства ведущих мировых держав, что вызвало повышенное внимание к данному явлению со стороны политологов. Под *цифровой дипломатией* понимается использование возможностей сети Интернет и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) для решения дипломатических задач. В рамках цифровой дипломатии используются новые медиа, социальные сети, блоги и другие медиаплощадки глобальной сети [Цветкова 2011: 112]. Социально значимые тексты цифровой дипломатии подразделяются на отдельные жанры, в зависимости от используемых коммуникативных площадок Интернет-пространства и статуса адресантов. В реферируемом исследовании выделяем ряд жанров дискурса цифровой дипломатии.

Дискурс официальных сайтов внешнеполитических ведомств, представленный поликодовыми текстами, в которых сочетаются вербальные и невербальные (иконические) способы кодирования информации с целью ее *визуализации*. Дискурс официальных сайтов выражается в различных жанрах, среди которых выделяем два.

- *Центральные заметки* (термин предложен нами) содержат информацию о наиболее значимых, с точки зрения внешней и мировой политики, событиях недели. Количество таких заметок на главной странице зависит непосредственно от структуры сайта. Так, на официальном сайте МИД Германии публикуется 4 заметки, а на сайте ООН – 8 заметок, разбитых на 2 блока по 4 заметки.

Улучшению восприятия информации текста *центральной заметки* способствует такой стратегический ход, как использование изображений, что видно на нижеследующих скриншотах центральных заметок на официальных сайтах внешнеполитических ведомств Франции и Германии.



Рис. 1. Центральные заметки на официальных сайтах МИД Франции и МИД Германии

- *Новостная лента*, или *лента новостей* (англ. *newswire*). Если в газетной журналистике *лента новостей* представляет собой печатное объявление,

расположенное в виде низкого подвала во всю ширину полосы, то в дипломатии ведомственных сайтов новостная лента не публикуется во всю ширину страницы, а ее положение может варьироваться (по левой или правой стороне страницы, вверху, внизу), в зависимости от технических особенностей главной страницы сайта. В то же время отметим, что лента новостей отличается высокой степенью читаемости и хорошей степенью запоминаемости, представляя собой одну из самых ‘сильных’ рекламных позиций как в печатных изданиях, так и на сайтах внешнеполитических ведомств.

Как *центральные заметки*, так и *заметки ленты новостей* публикуются в гипертекстовом формате: прокручивая новостную ленту или переключая слайды центральных заметок, адресат не только получает краткую информацию о событии, но и может свободно двигаться по гиперссылкам и делать информационный выбор. Гиперссылки позволяют осуществить переход либо к *веб-странице того же ведомственного сайта* или к *цифровым ресурсам публичной дипломатии*, т.е. к электронным СМИ.

Специальные гиперссылки позволяют адресату переходить к различным разделам сайта:



Рис. 2. Фрагмент главной страницы сайта Госдепартамента США

Такие гиперссылки, как правило, выделены особой рамкой, располагаются в верхней части главной страницы и отсылают адресата к *текстам, созданным заблаговременно для их последующего размещения на сайте*. Речь идет о текстах, характеризующих работу внешнеполитического ведомства и представляющих его историю, руководство, направления работы, цели и задачи. Отметим, что ссылки координируют адресата не только внутри пространства сайта, но и направляют на внешние источники информации. Одним из таких источников являются социальные сети, а именно: официальные аккаунты ведомства и личные страницы дипломатов в социальных сетях.

Дискурс дипломатии в социальных сетях

Выявлено, что каждый сайт дипломатического ведомства в обязательном порядке снабжен гипертекстовой ссылкой на официальные аккаунты в различных социальных сетях. Список используемых социальных сетей многообразен, однако основными в цифровой дипломатии выступают Facebook и Twitter, предоставляющие пользователям широкие коммуникативные возможности в силу своей адаптированности для использования в качестве *блога*. Регулярно публикующие сообщения блоггеры фактически выступают в качестве сетевых журналистов. Таким образом, дипломат, использующий блог для информационных задач внешней политики, берет на себя еще и журналистские функции, что

подтверждает связь дискурса современной открытой дипломатии и медийного дискурса.

Отметим, что блог не сводится к личному дневнику и может создаваться коллективом авторов (блог-сообщество) [Баженова, Иванова 2012: 127]. В дискурсе цифровой дипломатии в качестве блог-сообщества выступает непосредственно внешнеполитическое ведомство, тогда как личные дневники ведутся статусными участниками внешнеполитических процессов. В этой связи представляется возможным разделять дискурс дипломатии социальных сетей на *институциональный* и *персонифицированный* дипломатические дискурсы.

Институциональный блог выступает продолжением официального сайта в социальной сети. Оформление таких дипломатических блогов в Facebook и Twitter включает следующие стандартные для данных социальных сетей элементы, большая часть которых была выявлена Е.А. Баженовой и И.А. Ивановой [2012: 127] при анализе коммуникативных особенностей блогосферы:

1. *Фоновое изображение (фото обложки)*. Фоновое изображение в коммуникативном пространстве блога играет ту же роль, что и на ведомственном сайте, т.е. графически отражает институциональную специфику блога. В качестве *фоновое изображение (фото обложки)* составителями коммуникативного пространства институционального блога выбираются изображения, соотносящиеся с деятельностью организации и ее территориальным позиционированием. В некоторых случаях непосредственно на самом изображении публикуется пояснение. Например: *Hamburg – host of the OSCE Ministerial Council 2016* [<https://www.facebook.com/osce.org/photos>]. Таким образом, происходит информирование адресата о том, что в 2016 году совет министров иностранных дел проходит в Гамбурге.

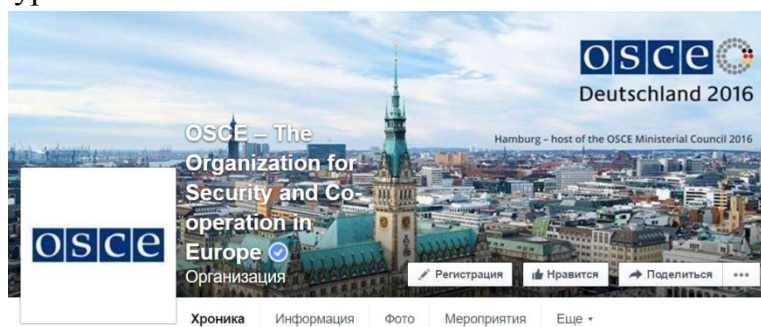


Рис. 3. Фрагмент официальной страницы ОБСЕ в Facebook

2. *Профиль пользователя*. В социальных сетях Facebook и Twitter профиль пользователя является обязательной частью формируемого коммуникативного пространства. Профиль включает в себя графическое изображение адресанта (*фото профиля*) и основную информацию о пользователе, отображаемую в текстовом формате. Ведомственный блог не персонифицирован, поэтому в качестве *фото профиля*, изображающего адресанта, используются графические символы и изображения институционального характера. Как правило, это официальная символика ведомства:



Рис. 4. Официальная символика на страницах внешнеполитических ведомств в социальных сетях

Второй составляющей *профиля пользователя* является *текстовая информация об адресанте*. Такой текст располагается либо непосредственно под фото профиля, либо в отдельном разделе и включает в себя [https://twitter.com/francediplo_en]:

- наименование ведомства;
- краткое описание коммуникативного пространства;
- информацию о географическом местоположении ведомства или другую информацию (телефонный номер, почтовый индекс);
- гипертекстовую ссылку на официальный сайт;
- дату регистрации ведомства в социальной сети.

3. *Список дружественных аккаунтов*, т.е. блоги и Интернет-ресурсы, которые читает и на которые ссылается адресат. В цифровой дипломатии в качестве дружественных аккаунтов выступают аккаунты других дипведомств, правительственных организаций или институтов публичной дипломатии. Данные гипертекстовые ссылки ориентируют читателя блога в системе источников получения информации. Ссылки даются только на ресурсы, которые существуют в едином идейном пространстве с адресантом.

4. *Лента записей*, представляющая собой основную страницу блога, на которой располагаются записи в обратном хронологическом порядке [http://www.diplomatie.gouv.fr/en/]. *Лента записей* блога по своей структуре схожа с лентой новостей ведомственного сайта, однако более насыщена графическими и мультимедийными средствами, поясняющими и дополняющими основной текст.

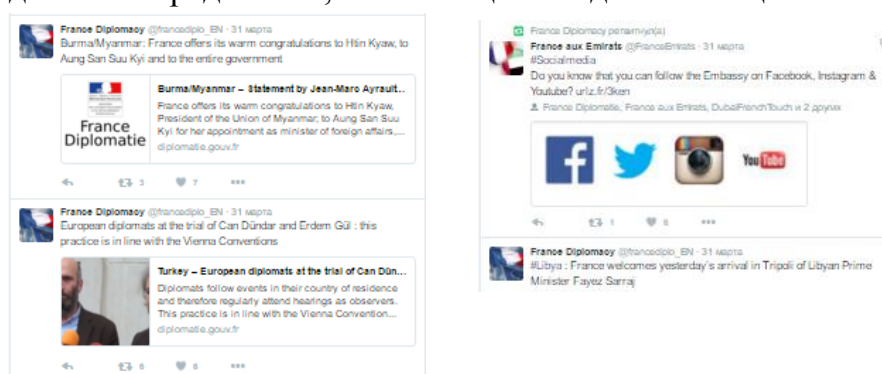


Рис. 5. Фрагмент официальной страницы МИД Франции в Twitter

Основной задачей институционального блога или микроблога является информирование пользователей об актуальных внешнеполитических событиях,

поэтому дискурс *ленты записей* такого коммуникативного пространства носит преимущественно информационный характер.

Дипломатическое присутствие в социальных сетях не ограничивается институциональными формами дискурса. Появление так называемой *персонифицированной дипломатии социальных сетей* обусловлено тем, что в современных условиях информационного общества дипломат обязательно должен быть «стратегически нацеленным обработчиком общественного мнения» [Kinney: [http](http://)]. По мнению американского дипломата и политолога С.С. Кинней, дипломат не может позволить себе роль пассивного наблюдателя, поэтому ему необходимо уметь самостоятельно формировать информационный поток.

В центре персонифицированного дискурса дипломатии социальных сетей стоит *дискурсивная личность*, суть которой отражается в текстах, представленных в новой коммуникативной среде. Как отмечает С.Н. Плотникова, *дискурсивная личность* – это языковая личность, порождающая определенный дискурс «в виде непрерывно возобновляемого или законченного, фрагментарного или цельного, устного или письменного сообщения» [Плотникова 2005: 7]. Таким образом, представляется важным рассматривать персонифицированный дискурс дипломатии социальных сетей с учетом статусно-личностных характеристик адресантов-дипломатов.

В этой связи предлагаем следующую классификацию персонифицированного дискурса дипломатии социальных сетей по статусу коммуниканта:

- дискурс послов и генеральных консулов;
- дискурс полномочных представителей при международных организациях;
- дискурс пресс-секретарей, руководителей информационных департаментов;
- дискурс глав внешнеполитических ведомств.

Отметим, что *фото профиля* официального аккаунта дипломата – это всегда личное фото. Если использование различных графических символов в профиле институциональных аккаунтов подчеркивало деперсонифицированность дискурса публикуемых сообщений, то в данном случае использование личной фотографии, на которой отчетливо видно лицо коммуниканта, отражает фактор личности в коммуникации.

Текст профиля содержит имя и фамилию дипломата, его должность, место службы (это особенно важно для послов и консулов), дату регистрации или дату рождения, а также гипертекстовые ссылки на другие значимые для сферы дипломатии коммуникативные пространства. В отличие от текста профиля институционального аккаунта, информационный текст личного блога дипломата может претерпевать значительные изменения в связи с назначением на новую должность или сменой страны пребывания.

В некоторых случаях, в *текст профиля* дипломат может встраивать особые личные комментарии, например:



Рис. 5. Профиль Госсекретаря США Джона Керри в социальной сети Twitter

Так, Государственный секретарь США Джон Керри в профиле пользователя своего официального аккаунта в Twitter перед наименованием своей официальной должности публикует и другие, не относящиеся к дипломатической практике, статусы. В частности, дипломат делает акцент на своем статусе семьянина (*husband, father, grandfather, brother*) несмотря на дипломатическую направленность коммуникативного пространства блога, представляет информацию о семье до обозначения официальной должности. Такое первостепенное обращение к семейному положению является проявлением *стратегии маркетинга личности*.

Дискурсивные стратегии в цифровой дипломатии

В реферируемом исследовании анализ дискурсивных стратегий проводится с опорой на классификацию, предложенную Э.Г. Меграбовой. В рамках анализа медийного дискурса лингвист предлагает выделять *информационные, оценочные и аргументативные* стратегии [Меграбова 2009: 19].

Информационные стратегии

Информирование предполагает нейтральное безоценочное освещение определенных экстралингвистических событий, соответствующих тематике информационного источника. Как правило, в цифровой дипломатии непредвзятое информирование и точное нарративное освещение событий публикуется на официальном сайте внешнеполитического ведомства:

Jean-Marc Ayrault, Minister of Foreign Affairs and International Development, received his New Zealand counterpart, Murray McCully, on August 24. Mr. Ayrault and Mr. McCully took stock of the strengthening of our exchanges, notably in the economic and trade spheres, and discussed the key issues on the agenda of the UN Security Council, where France and New Zealand work closely together (24 августа глава МИД Франции Жан-Марк Айро встретился со своим новозеландским коллегой Мюреем МакКулли. Г-н Айро и г-н МакКулли подвели итоги усиления торгово-экономического сотрудничества и обсудили ключевые моменты совместного плана работы в Совете безопасности ООН) [<http://www.diplomatie.gouv.fr/en/country-files/new-zealand/events/article/new-zealand-meeting-between-jean-marc-ayrault-and-his-counterpart-murray>].

Данное сообщение не содержит оценочных суждений и не апеллирует к каким-либо особенностям восприятия у потенциальных адресатов, т.е.

представляет собой информационное дипломатическое сообщение для СМИ и массовой аудитории сети Интернет.

Вместе с тем, в последнее время нередко случаи использования манипуляций при информировании в дискурсе цифровой дипломатии. Обратимся к разделу *Dossiers pays* на официальном портале МИД Франции, который позволяет получить актуальную характеристику международных отношений Франции с любым государством. Характеризуя франко-сирийские отношения, МИД Франции публикует следующее сообщение:

*Considérant que l'élection présidentielle syrienne organisée par le régime de Bachar al-Assad constitue **une parodie de scrutin**, la France a fait usage du choix qu'offre la Convention de Vienne sur les relations consulaires du 24 avril 1963, dont l'article 5.m) autorise les pays hôtes à s'opposer à la tenue d'un scrutin sur l'ensemble de leur territoire* (Принимая во внимание, что президентские выборы в Сирии, организованные правящим режимом Башара Асада, представляют собой *пародию на выборы*, Франция воспользовалась правом выбора, предусмотренным Венской конвенцией от 24 апреля 1963 года, касающейся консульских отношений, статья 5.м которой дает право странам обладающим дипломатическим представительством в другой стране выражать свое недовольство организацией проведения президентских выборов на всей протяженности территории данной страны) [<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/syrie/la-france-et-la-syrie>].

Используя в тексте номинацию *parodie de scrutin* (пародия на выборы), представители пресс-службы французского МИД создают у мировой Интернет-общественности негативный образ действующего режима в Сирии, характеризуя его как нелегитимный. Происходит фактически дискредитация правительства Асада, тем самым мотивируется невозможность установления равновесных дипломатических отношений.

В качестве одного из видов информационно-содержательной манипуляции В.И. Карасик дополнительно выделяет *искажение информации* [Карасик 2015: 223], которое в цифровой дипломатии носит преднамеренный характер. Данная стратегия основывается на так называемом *методе непроверенной версии*, стремлении сообщить массовой аудитории о факте, событии, не заботясь об истинности сообщения, соответствии реальности. Упор делается на механизмы первичного восприятия информации: поправки или даже опровержения ложного сообщения доходят лишь до части массовой аудитории, а уже возникшее у адресата мнение трудно изменить [Щербинина 2013: 162].

Рассмотрим использование дискурсивной стратегии *искажения информации*. В информационном топике, посвященном канадско-украинским отношениям внешнеполитическое ведомство Канады публикует следующее сообщение:

*In the face of ongoing **Russian military aggression and illegal occupation**, Canada has taken a number of steps to support the Ukrainian people* (В свете продолжающейся *российской военной агрессии и незаконной оккупации*,

правительство Канады приняло ряд мер для поддержания украинского народа) [<http://www.international.gc.ca/international/ukraine.aspx?lang=eng>].

Схожую информацию предоставляет на своем официальном сайте Министерство иностранных дел и торговли Австралии:

*In March 2014 **Russia purported to annex the Ukrainian territory of Crimea**. In response, Australia, announced targeted financial sanctions and travel bans on individuals instrumental to the **Russian threat to the sovereignty and territorial integrity of Ukraine** (В марте 2014 года Россия аннексировала полуостров Крым, являющийся частью украинской территории. В ответ на российскую угрозу суверенитету и территориальной целостности Украины, Австралия объявила о введении целевых финансовых санкций и запретов на въезд в отношении отдельных лиц)* [<http://dfat.gov.au/geo/russia/Pages/russia-country-brief.aspx>].

В свою очередь, публикация на сайте МИД Франции по вопросам франко-российских отношений начинается с фразы:

*Le dialogue politique entre la France et la Russie a été limité à la suite de l'**annexion de la Crimée** (Политический диалог между Францией и Россией был ограничен вследствие аннексии Крыма)* [<http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/russie/>].

Аналогичные формулировки на своих страницах в социальных сетях использует и Британский Форин Оффис:

***Russia's illegal actions in Crimea will not be forgotten. Crimea is Ukraine despite Russia's illegal occupation** (Незаконные действия России в Крыму не будут забыты. Крым это Украина несмотря на незаконную российскую оккупацию)* [<https://www.facebook.com/foreignoffice/posts>].

Рассматривать подобные сообщения в качестве примера использования стратегии искажения информации позволяет тот факт, что при публикации таких сообщений не используются аргументативные стратегии, предполагающие наличие доказательной базы и имеющие место преимущественно в устных формах дипломатической коммуникации. Ни один из опубликованных дипломатических текстов, включающих сообщения о российской 'оккупации' территорий суверенной Украины, 'незаконном' захвате Крыма, не содержит ни информации из достоверных источников, зафиксировавших факт российского присутствия на Украине, ни ссылок на юридические акты, опровергающие правомерность вступления республики Крым в состав Российской Федерации.

Многоязычие как специфическая информационная стратегия цифровой дипломатии

В качестве специфической информационной стратегии цифровой дипломатии представляется целесообразным выделить многоязычие, т.е. использование двух или более языков на официальных информационных порталах как институциональных, так и персонифицированных. Ярким примером такого многоязычия в предоставлении информации является цифровая дипломатия ООН.

Ответственные за связи с общественностью сотрудники публикуют на официальном сайте организации материалы на шести рабочих языках ООН: арабском, китайском, английском, французском, русском и испанском. На каждом из рабочих языков ведутся отдельные блоги в таких социальных сетях, как Facebook и Twitter.

Цифровая информационная политика ведущих европейских держав также характеризуется *многоязычием*, однако список используемых языков может отличаться от стандарта ООН. В частности, МИД Франции также использует шесть языков на своем официальном сайте, однако русский язык там не представлен. В то же время публикуются материалы на немецком языке, так как Германия на современном этапе играет ключевую геополитическую и геоэкономическую роль в Евроне. В свою очередь, МИД Германии предоставляет адресатам более широкий выбор языка информирования. Список включает все шесть рабочих языков ООН, в том числе и русский, а также немецкий и португальский.

Принцип многоязычия играет ключевую роль в многосторонней дипломатии, что было специальным образом закреплено в резолюции 50/11 Генеральной Ассамблеи ООН от 2 ноября 1995 года. В документе подчеркнуто, что универсальность ООН и обусловленное ею многоязычие наделяют каждое государство-члена организации, независимо от того, на каком официальном языке оно изъясняется, правом и обязанностью выражаться понятно и понимать других. [<https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N95/256/84/PDF/N9525684>]. Суть этого явления в том, что оно представляет симбиоз местной картины мира и мировых тенденций, отражая «диверсификацию деятельности людей начала XXI столетия» [Хутыз 2010: 134].

Оценочные стратегии

Следующей группой медийных стратегий, применяемых в цифровой дипломатии, в соответствии с используемой нами классификацией являются оценочные стратегии. Они задействуют средства оценки и включают *стратегию диффамации* (неодобрения, презрения, осуждения, нападения) и *стратегию позитивной репрезентации* [Меграбова 2009: 20].

Стратегия диффамации может быть реализована «путем создания разными способами и различными языковыми средствами аксиологического контекста, неуместного при реализации дискурсивной стратегии информирования» [Гришаева 2014: 17]. Так, использование уже упоминавшейся номинации *parodie de scrutin* (пародия на выборы) на официальном сайте МИД Франции неуместно для дипломатической оценки внутривнутриполитических процессов, происходящих в суверенной стране.

Но наибольшее распространение в цифровой дипломатии приобрела «апелляция – эксплицитная и/или имплицитная – разными способами и средствами к негативным для определенной культуры ценностным ориентациям» [Гришаева 2014: 17]. Европейские ценности базируются на категории *прав человека*. Факт

нарушения прав человека вызывает отторжение у европейской аудитории, поэтому к использованию связанной с этим терминологии в цифровой дипломатии прибегают для дискредитации политических оппонентов. Например, такой прием используется в следующем заголовке к дипломатическому заявлению, опубликованному на официальном сайте Государственного департамента США:

Russian Violations of Borders, Treaties, and Human Rights (Нарушения Границ, Конвенций и Прав Человека со стороны России) [<http://www.state.gov/p/eur/rls/rm/2016/jun/258167.htm>].

Как отмечает О.С. Иссерс [2008: 160], *стратегия диффамации* (или дискредитации) может быть рассмотрена в рамках глобальной стратегии в области речевого воздействия, которую вместе с рассмотренной *стратегией искажения информации* можно рассматривать в качестве *медиавируса*, как «деструктивную разновидность медиасобытия» [Щербинина 2013: 183].

Стратегия позитивной репрезентации

Стратегия позитивной репрезентации апеллирует (в отличие от *стратегии диффамации*) к положительно заряженным смыслам в сознании адресатов, базирующимся, как правило, на их ценностных ориентирах. Наиболее распространенным приемом позитивной репрезентации является *маркетинг личности*. Дипломат, фактически олицетворяющий свою страну, вызывая позитивную оценку собственной персоны, способствует благоприятному отношению к своему государству со стороны мировой общественности, что, в свою очередь, упрощает межкультурный диалог. К подобной стратегии прибегают многие дипломаты. К примеру, в преддверии Новогодних праздников 2016 г. Саманта Пауэр публикует следующее текстовое сообщение [<https://twitter.com/AmbassadorPower/status>]:

Sending peace & goodwill wishes to all in the coming year. From my (tired) family to yours, #HappyNewYear (Желаю всем мира и добра в приходящем году. Моя (усталая) семья поздравляет ваши семьи).

В сообщении подчеркивается, что пожелание мировой общественности исходит не от нее лично, а от всей семьи, что апеллирует к позитивному восприятию семейных ценностей в мире. Прилагательное *tired* используется с целью создания коммуникативного образа ‘обычной женщины’ и ‘обыкновенной семьи’ с целью сближения с массовым адресатом. Дипломат в данном случае предстает как индивид, самоактуализирующийся через обстоятельства своей жизни и превращается в предмет пристального внимания со стороны аудитории [Цветкова 2015: 121].

Данное сообщение является одним из проявлений использования *тактики гармонизации общения с адресатом*, позволяющих успешно реализовывать генеральную стратегию масс-медиа – *стратегию налаживания близости к адресату* [Кормилицына 2011: 353]. Именно коммуникативное сближение с адресатом позволяет успешно воздействовать на него на уровнях диффамации и

позитивной репрезентации (путем репостов, ретвитов и гиперссылок), формируя тем самым особое дискурсивное биполярное пространство в цифровой дипломатии.

Значимую роль в рамках стратегии позитивной репрезентации в цифровой дипломатии играют такие приемы, как применение *комплиментарного дискурса*, стратегии *сопереживания (сочувствия)*, юмора. Лаудитивный комплиментарный дискурс используется преимущественно в рамках персонифицированной дипломатии социальных сетей.

Использование дипломатом такого дискурса одновременно решает две задачи: позитивная репрезентация адресата (дружественной страны) и позитивная самопрезентация. Например, г-н Жерар Аро, уже будучи в должности посла Франции в США, опубликовал следующий твит:

Quand on me demande ce qui me frappe le plus aux US, je répons : la gentillesse, l'énergie et l'esprit positif des Américains (Когда меня спрашивают, что меня больше всего поражает в США, я отвечаю: *доброжелательность, энергия и позитивный настрой американцев*) [[@GerardAraud 8.06. 2015](https://twitter.com/gerardaraud)].

Используя термины с положительной коннотацией, дипломат стремится продемонстрировать свою лояльность внешней политике США, а также способствовать формированию проамериканской позиции у Интернет-общественности.

Аргументативные стратегии в цифровой дипломатии

В сфере масс-медийных дискурсивных практик наряду с уже рассмотренными информационными и оценочными стратегиями выделяют *стратегии аргументации*, являющиеся традиционными для дипломатической практики, т.е. использовавшимися задолго до внедрения информационных технологий в сферу дипломатии. Такие стратегии построены на использовании средств аргументации: стратегии доверия и надежности основаны на цитировании, свидетельствах очевидцев, надежных источниках информации, цифровых доказательствах. Вербализация вышеперечисленных коммуникативных стратегий получает выражение в лингвистических стратегиях – применении языковых средств рационального и эмоционального характера: выборе слов, фразем, метафор, эпитетов [Меграбова 2009: 20].

В качестве примера рассмотрим текст, опубликованный послом США в России Джоном Теффтом на своей официальной странице в Live Journal [<http://amb-tefft.livejournal.com/6157.html>], социальной сети, используемой для ведения онлайн-дневников. Одна из публикаций Джона Теффта, посвященная неразрывной связи Интернет-свобод и демократии, открывается вводным предложением следующего содержания:

Читатели этого блога отлично знают, что интернет – незаменимый инструмент, который позволяет быть в курсе происходящего, изучать широчайший круг вопросов, общаться с друзьями, семьей и коллегами.

В данном случае через апелляцию к адресату (*Читатели этого блога отлично знают...*) дипломат подает свою точку зрения как общеизвестный факт. При этом «наиболее сильным аргументом в процессе доказательства являются факты, истинность которых не подвергается сомнению» [Андреев 1995: 52]. Тем самым закладывается аргументативное основание для последующего развития тезиса. Иными словами, г-н Теффт применяет в качестве стратегии аргумент «к аудитории», т.е. делает попытку опереться на мнения, чувства и настроения аудитории, вместо того чтобы обосновать тезис объективными доводами [Туманова 2015: 160].

Отметим, что, несмотря на очевидные преимущества аргументированного коммуникативного воздействия, в цифровой дипломатии стратегии аргументации применяются крайне редко, в основном в рамках персонифицированной дипломатии социальных сетей. К таким стратегиям на своих открытых коммуникативных площадках прибегает весьма ограниченный круг дипломатов.

Теоретическое осмысление дискурса цифровой дипломатии и его практическое рассмотрение на примере анализа организации коммуникативного пространства и использования специальных коммуникативных стратегий дает возможность дальнейшей разработки проблематики специфических дискурсивных приемов нового коммуникативного пространства. Особый интерес для дальнейшего исследования могут представлять психолингвистические и социолингвистические особенности цифровой дипломатии.

Основные положения диссертации отражены в следующих публикациях.

Издания, включенные в список ВАК РФ:

1. Новиков Н.В. Политизация франкоязычных французских СМИ. Власть политического дискурса [Текст] / Н.В. Новиков // Политическая лингвистика: научный журнал. – 2015. – № 2 (52). – С. 196-204 (0,5 п.л.)
2. Новиков Н.В. Коммуникативные особенности цифровой дипломатии в медийном пространстве [Текст] / Н.В. Новиков // Вестник Московского городского педагогического университета, Серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». – 2016. – № 2 (22) – С. 120-125 (0,3 п.л.)
3. Новиков Н.В. Формирование негативного образа политика в массмедийном дискурсе: предметная сфера *спорт* [Текст] / Л.Г. Викулова, Н.В. Новиков // Вестник Московского городского педагогического университета, серия «Филология. Теория языка. Языковое образование». – 2015. – № 3 (19) – С. 42-50 (0,5 / 0,25 п.л.)
4. Новиков Н.В. Институциональный дискурс цифровой дипломатии: новые коммуникативные практики [Текст] / Л.Г. Викулова, И.В. Макарова, Н.В. Новиков

// Вестник Волгоградского гос. университета. Серия 2 «Языкознание». – 2016. – Том 15. – № 3. – С. 54-56 (0,8 /0,3 п.л.)

В сборниках научных статей и материалах научно-практических конференций:

5. *Новиков Н.В.* Термин «прорусский» как вербально-манипулятивный приём в дискурсе французских СМИ [Текст] / Н.В. Новиков // Языковой дискурс в социальной практике: сб.науч. тр. – Тверь: Твер. гос. ун-т, 2015. – С. 195-200 (0,3 п.л.)

6. *Новиков Н.В.* Прецедентное имя «Путин» в дискурсе французских электронных СМИ. Стратегия демонизации [Текст] / Н.В. Новиков // Восточнославянская филология: сб. науч. тр. / Горловский институт иностранных языков; Донецкий нац. ун-т. / Редкол.: А.Р. Габидуллина и др. – Вып. 27. Языкознание. – Артемовск: ГИИЯ ГВУЗ ДГПУ, 2015. – С. 83-92 (0,4 п.л.)

7. *Новиков Н.В.* Использование языковой игры в дипломатическом дискурсе ООН [Текст] / Н.В. Новиков // Материалы XVII конференции Школы-семинара им Л.М.Скрепиной с международным участием (Москва 16-18 сентября 2015г.). – М.: МГПУ; Языки народов мира; Тезаурус, 2015. – С. 277-282 (0,3 п.л.)

8. *Новиков Н.В.* Цифровая дипломатия – новое коммуникативное пространство в диалоге культур [Текст] / Н.В. Новиков // Диалог культур. Культура диалога: в поисках передовых социогуманитарных практик: материалы международной научно-практической конференции (Москва, 14-16 апреля 2016 г.). – М.: Языки народов мира, 2016. – С. 409-413 (0,3 п.л.)