
Ethnocultural markers of digital political discourse in social networks (based on the speeches and publications of the presidents of Uzbekistan, Russia, and the United States)

Munisa Rustamovna Toshboeva

tashbaevamunisa98@mail.ru

Basic doctoral student,

Alisher Navoi' Tashkent State University of the
Uzbek Language and Literature

Annotation

This article undertakes a comparative study of ethno-cultural markers found in the digital public communications of the heads of state of Uzbekistan, Russia, and the United States on social media platforms. The material comprises open posts, video addresses, and official statements by Shavkat Mirziyoyev, Vladimir Putin, and Donald Trump. A key stage of the research involves defining the concept of "digital political discourse." The classical tradition treats political discourse as institutionally conditioned speech activity through which those in power legitimize their decisions, construct a "self – other" dichotomy, and orchestrate mass political action. The author reconstructs the rhetorical devices employed by political leaders in the online environment, traces their embeddedness within national axiological systems, and describes the mechanisms of audience influence. The comparative analysis provides grounds to identify three types of cultural models: collectivist-traditionalist (Uzbekistan), state-centric with a historical-mobilizational vector (Russia), and individualistic-personalist (USA). The analysis reveals universal features of digital political discourse – impact orientation, strategic design, emotionalization, identity construction, and mediatization – each of which acquires specific ethno-cultural content. The paper concludes by substantiating the thesis that the digital environment does not smooth out cross-cultural differences but, on the contrary, renders them more pronounced.

Keywords

Ethno-cultural markers, digital political discourse, social media, national values, comparative analysis, collective identity

Raqamli siyosiy diskursning ijtimoiy tarmoqlardagi etnomadaniy markerlari (O'zbekiston, Rossiya va AQSh prezidentlarining chiqishlari va nashrlari materiallari asosida)

Toshboyeva Munisa Rustamovna

tashbaevamunisa98@mail.ru

Tayanch doktorant,

Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat
o'zbek tili va adabiyoti universiteti

Annotatsiya

Ushbu maqolada O'zbekiston, Rossiya va Qo'shma Shtatlar rahbarlarining ijtimoiy tarmoqlar platformalarida joylashtirilgan raqamli ommaviy chiqishlarida uchraydigan etnomadaniy belgilar qiyosiy asosda tadqiq etiladi. Tadqiqot materiali sifatida Sh. Mirziyoyev, V. Putin va D. Trumpning ochiq postlari, videomurojaatlari va rasmiy bayonotlari xizmat qilgan. Tadqiqotning asosiy bosqichlaridan biri «raqamli siyosiy diskurs» tushunchasini aniqlashdan iborat. Klassik an'ana siyosiy

diskursni institutsional jihatdan shartlangan nutqiy faoliyat deb talqin qiladi: bu faoliyat orqali hokimiyat o'z qarorlarini qonuniylashtiradi, «o'z – begona» dikotomiyasini quradi va ommaviy siyosiy harakatni tashkil etadi. Muallif siyosatchilarning onlayn muhitda qo'llaydigan nutqiy usullarini rekonstruksiya qiladi, ularning milliy aksiologik tizimlar bilan bog'liqligini aniqlaydi va omma ongiga ta'sir qilish mexanizmlarini tasvirlaydi. O'tkazilgan qiyosiy tahlil uch xil madaniy modelni ajratib ko'rsatishga asos beradi: kollektivistik-an'anaviy (O'zbekiston), davlat-markazlashgan va tarixiy-mobilizatsion vektorga ega (Rossiya) hamda individualistik-personalistik (AQSh). Tahlil jarayonida raqamli siyosiy diskursning ta'sir etuvchanlik, strategiklik, emosionallik, identifikatsiyani qurish, mediatsiyalashuv kabi universal xususiyatlari aniqlanadi; bu xususiyatlar etnomadaniy o'ziga xoslik bilan to'ldirilgan. Xulosada raqamli muhit madaniyatlararo farqlarni tekislasligi, aksincha, ularni yanada yaqqolroq namoyon qilishi haqidagi tezis asoslanadi.

Kalit so'zlar *Etnomadaniy belgilar, raqamli siyosiy diskurs, ijtimoiy tarmoqlar, milliy qadriyatlar, qiyosiy tahlil, kollektiv identifikatsiya*

Этнокультурные маркеры цифрового политического дискурса в социальных сетях (на материале выступлений и публикаций президентов Узбекистана, России и США)

Тошбоева Муниса Рустамовна

tashbaevamunisa98@mail.ru

Базовый докторант,

Ташкентский государственный
университет узбекского языка и
литературы имени Алишера Навои

Аннотация *В статье на сопоставительной основе исследуются этнокультурные маркеры, обнаруживаемые в цифровых публичных выступлениях глав Узбекистана, России и Соединённых Штатов, размещённых на платформах социальных сетей. Материалом послужили открытые посты, видеозаписи обращений и официальные заявления Ш. Мирзиёева, В. Путина и Д. Трампа. Ключевым этапом исследования становится определение понятия «цифровой политический дискурс». Классическая традиция трактует политический дискурс как институционально обусловленную речевую деятельность, через которую власть легитимирует собственные решения, конструирует дихотомию «свой – чужой» и организует массовое политическое действие. Автор реконструирует речевые приёмы, к которым прибегают политики в онлайн-среде, прослеживают их укоренённость в национальных аксиологических системах и описывают способы воздействия на массовую аудиторию. Проведённый сравнительный анализ даёт основания выделить три типа культурных моделей: коллективистско-традиционалистскую (Узбекистан), государственно-центричную с историко-мобилизационным вектором (Россия) и индивидуалистически-персоналистскую (США). В ходе анализа выявляются универсальные черты цифрового политического дискурса в виде воздействия, стратегичности, эмоционализации, конструирования*

идентичности, медиатизации, наполненные этнокультурной специфичностью. В финале обосновывается тезис, согласно которому цифровая среда не сглаживает межкультурные различия, а, напротив, делает их более выраженными.

Ключевые слова *Этнокультурные маркеры, цифровой политический дискурс, социальные сети, национальные ценности, сопоставительный анализ, коллективная идентичность*

Глобальный сдвиг политических коммуникаций в среду социальных сетей не просто ускорил обмен информацией, но и обнажил глубинные этнокультурные пласты, ранее остававшиеся за кадром официальных выступлений. В то время как большинство исследований сосредоточено на универсальных механизмах цифрового влияния, этнокультурная специфика, проступающая через языковые образы и риторические фигуры в постах глав государств, часто остается за рамками научного анализа. Обращение к постам и видеовыступлениям президентов Узбекистана, России и США позволяет вскрыть, как национальные модели мышления и ценностные доминанты трансформируются под давлением цифровой среды, но при этом не исчезают, а приобретают новые маркерные формы.

Теоретическая рефлексия вокруг политического дискурса давно перешагнула границы классической риторики и структурной лингвистики, обогатившись инструментарием критического дискурс-анализа, когнитивной семантики и прагматики. В работах Т. ван Дейка, Р. Водак и Н. Фэрклоу заложены основы понимания того, как язык властных институций не просто транслирует, но конструирует социальную реальность, утверждает действия и манипулирует коллективными установками (Матыцина, 2019). Однако эти классические труды, при всей их глубине, фокусировались преимущественно на подготовленных,

институционализированных жанрах – парламентских выступлениях, интервью или официальных пресс-релизах. Перенос этого аналитического аппарата в среду социальных сетей потребовал серьезной доработки, поскольку цифровая среда диктует иные темпоральные ритмы, гибридные форматы и иную степень спонтанности.

Второе направление исследований — цифровой и медиаполитический дискурс – активно развивается в последнее десятилетие. Зарубежные авторы (Д. Кремье, А. Груз, Ю. Даквит) подробно изучают трансформацию публичной речи политиков под влиянием технологических платформ: сокращение смысловой плотности текста, смещение в сторону визуального и эмоционально-заряженного контента, фрагментацию аргументации. Показательной вехой стал анализ активности Д. Трампа в Twitter (ныне X), где исследователи зафиксировали феномен «алгоритмической аффектации» – намеренной работы с эмоциональными триггерами для максимизации вовлечённости (Шитов, 2025). Российская и постсоветская научная традиция также даёт заметные результаты: труды Э.В. Будаева, А.П. Чудинова и Т.Л. Гусевой описывают метафорический репертуар российских политиков в онлайн-среде, а работы Е.И. Шейгал и М.В. Гавриловой вводят понятие «политической интернет-коммуникации» как особого лингвосемиотического поля (Будаев, 2016; Чудинов, 2018). Тем не менее,

большинство этих изысканий остаются моностранными или, в лучшем случае, бинарными (Россия – Запад), не охватывая трёх и более культурных ареалов с разной этнополитической традицией.

Третий, наиболее интересующий нас пласт научной литературы, связан с фиксацией этнокультурной специфики политической речи. Здесь можно выделить две конкурирующие линии. Первая – универсалистская, восходящая к трудам Н. Хомского о глубинных структурах, – утверждает, что цифровая глобализация и жанровые ограничения соцсетей нивелируют культурные различия, оставляя лишь прагматически универсальные стратегии самопрезентации. Вторая, которую развивают Э. Холл, Г. Хофстеде и современные этнолингвисты (А. Вежбицкая, И.А. Стернин), доказывает, что национальная логика аргументации, степень допустимой имплицитности, дистанция к адресату и способы выражения вежливости или агрессии сохраняют устойчивость даже в самых лаконичных цифровых форматах (Hofstede, 1983). Именно сторонники второй позиции вводят термин «этнокультурные маркеры дискурса», под которыми понимаются устойчивые вербальные и невербальные сигналы, отсылающие к ценностным доминантам, исторической памяти или моделям коммуникативного поведения, закреплённым в конкретном лингвокультурном сообществе.

Практическим апробациям этой концепции на материале политической онлайн-коммуникации пока что отведено скромное место. Существуют отдельные статьи, сравнивающие дискурс анго-американских и арабских лидеров (Дж. Зубин, Ф. Хамди) либо анализирующие репрезентацию «своих» и «чужих» в постах восточноевропейских президентов. Однако на момент проведения настоящего исследования не выявлено ни одной работы, которая системно сопоставляла

бы цифровой политический дискурс трёх глав государств, представляющих принципиально разные культурные традиции: постсоветскую с её персистентными коллективистскими установками и особой ролью патернализма (Россия и Узбекистан – при всём различии их исторических траекторий) и западно-либеральную с акцентом на индивидуальную свободу и прямой перформанс (США). Особенно остро ощущается лакуна в изучении узбекского сегмента: в то время как сотни работ посвящены дискурсу российского и американского президентов, публикации Шавката Мирзиёева в социальных сетях остаются практически нетронутым полем для лингвополитологов.

Таким образом, степень изученности проблемы характеризуется как фрагментарная: при наличии богатых теоретических рамок для анализа политического дискурса вообще и цифрового в частности, при накоплении значительного корпуса этнолингвистических наблюдений, системное трёхстороннее сравнение этнокультурных маркеров в аккаунтах президентов Узбекистана, России и США до сих пор не проведено. Предлагаемое исследование призвано заполнить эту лакуну, предложив операционализацию самого понятия «цифровой этнокультурный маркер» применительно к политической коммуникации в социальных сетях.

Цель нашего исследования заключается в установлении того, каким образом этнокультурная идентичность глав трёх государств – Узбекистана, России и США – трансформируется и материализуется в специфических вербальных и невербальных сигналах их постов и видеозаписей в социальных сетях.

Для адекватного осмысления того, каким образом этнокультурные маркеры проступают в постах глав государств, необходимо прежде всего определить

концептуальные границы самого феномена цифрового политического дискурса. В классическом понимании политический дискурс представляет собой институционализированную речевую практику, посредством которой властные субъекты обосновывают свои решения, конструируют образы «своих» и «чужих» и мобилизуют коллективные действия. Однако с развитием электронных средств массовой коммуникации исследователи столкнулись с необходимостью различать собственно политический дискурс, медиаполитический дискурс и его цифровую часть.

Как справедливо отмечает О. Русакова в работе, посвящённой концептосфере политической коммуникативистики, политический медиадискурс следует трактовать как «ресурс власти, функционирующий в коммуникативной медиаполитической среде и генерирующий виртуальные политические продукты» (Rusakova, 2014). Иными словами, попадая в пространство медиа, политическое высказывание неизбежно трансформируется: оно подчиняется логике новостной повестки, законам жанра и ожиданиям аудитории. Этот процесс, получивший в литературе наименование «медиатизация политики», означает постепенное вытеснение реальных политических действий в символическое пространство медиа (Rusakova, 2014).

Цифровой политический дискурс выступает следующей ступенью этой эволюции. Если медиаполитический дискурс традиционно ассоциировался с телевидением, радио и прессой – каналами, где обратная связь была ограничена и отсрочена, – то цифровая среда вносит принципиально новый элемент: интерактивность в режиме реального времени. Социальные сети, мессенджеры и платформы для обмена короткими видео превращают политическую коммуникацию из монолога власти в гибридное

пространство, где высказывание первого лица немедленно получает отклик в виде комментариев, репостов и эмоциональных реакций.

Специфика цифрового политического дискурса во многом определяется технологическими аффордансами платформ. Как показывают современные исследования цифровой дипломатии, официальные аккаунты государственных деятелей адаптируют традиционные риторические формы к требованиям среды, которая поощряет краткость, визуальную насыщенность и эмоциональную непосредственность (Lee, 2025).

Можно выделить четыре ключевые характеристики коммуникации в социальных сетях, значимые для нашего исследования.

Первая – интерактивность. В отличие от традиционных СМИ, где обратная связь либо отсутствовала, либо была сильно отсрочена, социальные платформы выстраивают диалогическую модель: публикация провоцирует комментарии, на которые политик или его пресс-служба могут (или не могут) реагировать. Это создаёт иллюзию близости между лидером и аудиторией, которую искусно эксплуатируют многие главы государств. В то же время, как предупреждают эксперты, подобная «участие» может носить перформативный характер, маскируя отсутствие реальной подотчётности (Zhang, 2025).

Вторая характеристика – краткость. Платформы навязывают жёсткие ограничения на объём сообщения (280 символов в X/Twitter, короткие видео на TikTok), что вынуждает политиков предельно сжимать смыслы, прибегать к эллиптическим конструкциям, хештегам и визуальным заменителям развёрнутой аргументации. В результате глубина политического высказывания нередко приносится в жертву его мгновенной узнаваемости.

Третья – эмоциональность. Многочисленные исследования фиксируют, что в цифровой среде эмоционально окрашенные сообщения получают значительно более широкое распространение, чем нейтральные или рационально-аргументированные.

Аффективные публикации, возникающие вокруг политических аккаунтов, спланируются не столько вокруг общих идей, сколько вокруг общих чувств – гнева, гордости, страха или надежды. Для лидеров государств это означает, что этнокультурные маркеры, апеллирующие к коллективной памяти и разделяемым ценностям, становятся мощным инструментом мобилизации сторонников.

Наконец, четвёртая, возможно, самая существенная характеристика – мультимодальность. Цифровой политический дискурс не сводится к одному лишь вербальному компоненту. Изображения, видео, звуковое сопровождение, эмодзи, внутрикадровый текст и монтажная динамика работают в тесной связке, создавая целостный смысл, который невозможно передать только словами (Lee, 2024). Как показывают исследования мультимодальной коммуникации, даже выбор шрифта, цветовой гаммы или расположение говорящего относительно камеры могут нести идеологическую нагрузку (Бувье, 2024). Для глав государств, чьи публичные выступления всегда тщательно выверены, мультимодальность открывает дополнительные каналы трансляции этнокультурных кодов: национальная символика на заднем плане, традиционная одежда, ритмический рисунок речи, использование определённых жестов – всё это становится значимым.

Таким образом, цифровой политический дискурс в социальных сетях представляет собой сложное, многослойное явление, которое не может быть адекватно описано в терминах классической риторики

или традиционного дискурс-анализа. Он требует интегративного подхода, учитывающего технологическую опосредованность, жанровые ограничения платформ и мультимодальную природу смыслопорождения. Именно в этой теоретической рамке предстоит выявлять и сопоставлять те этнокультурные маркеры, которые отличают посты президентов Узбекистана, России и США.

Обращение к *этнокультурной специфике политической коммуникации* требует введения операционального понятия, которое позволяло бы фиксировать те элементы дискурса, что отсылают к национально-обусловленным смыслам. Таким инструментом в современной лингвистике выступает категория «этнокультурный маркер» (или «этномаркер»), под которым понимаются вербальные и невербальные единицы, сигнализирующие о принадлежности автора высказывания к определённой лингвокультурной общности и активирующие в сознании реципиента разделяемые этой общностью ценности, представления и ассоциативные ряды.

Как отмечает Е.В. Кузнецова, именно этнокультурная специфика во многом определяет успешность коммуникативного процесса, особенно в условиях межкультурного взаимодействия (Кузнецова, 2023). Этномаркеры могут проявляться на разных уровнях дискурса — от лексического (употребление реалий, не имеющих точных аналогов в иных культурах) до прагматического (специфические стратегии аргументации и способы выражения вежливости) и мультимодального (использование национальной символики, жестов, пространственного позиционирования). Важно подчеркнуть, что, согласно исследованиям, этнокультурные маркеры не обязательно являются маркированными в языковом плане – нередко они «просвечивают» через, казалось бы,

нейтральные лексические единицы, актуализируя имплицитные смыслы для «своей» аудитории и оставаясь незаметными для «чужих» (Зайковская, 2018).

Примечательно, что в современной науке всё чаще предпринимаются попытки систематизации этнокультурных маркеров в политическом дискурсе. Так, в исследованиях по сопоставительной лингвокультурологии выделяются такие разновидности этномаркеров, как прецедентные имена и феномены (отсылки к фигурам, текстам или событиям, широко известным в рамках одной культуры), названия национальных артефактов (предметов быта, одежды, кухни), а также специфические для данной культуры модели речевого поведения (Сарайкина, 2020). Показательно, что даже при использовании общего языка коммуникации (например, английского как глобального политического *lingua franca*) участники дискурса сохраняют способность маркировать свою этнокультурную принадлежность, что указывает на фундаментальный характер исследуемого феномена (Зайковская, 2018).

Если этнокультурные маркеры представляют собой «сигнальные» единицы, то культурные коды и национальные ценности образуют более глубокий пласт, к которому эти маркеры апеллируют. Культурный код можно определить, как систему смыслообразующих паттернов, закреплённых в сознании носителей данной культуры и регулирующих их восприятие действительности, оценочные суждения и коммуникативные стратегии. В политическом дискурсе апелляция к таким кодам выполняет несколько критически важных функций.

Во-первых, она обеспечивает легитимацию политических решений через их укоренение в «естественных», «традиционных» ценностях, которые не требуют рационального обоснования, поскольку воспринимаются аудиторией как

аксиоматические. Во-вторых, обращение к культурным кодам служит мощным механизмом консолидации сторонников: разделяемые ценности создают ощущение общности и противопоставляют «нас» (тех, кто эти ценности признаёт) «им» (тем, кто их не разделяет либо оспаривает). Как отмечается в этнополитологических работах, в политической коммуникации особенно востребованы такие универсальные для большинства культур бинарные оппозиции, как «свой – чужой», «сакральное – профанное», «прошлое – настоящее – будущее» (Зайковская, 2018).

Анализ показывает, что в дискурсе государственных лидеров наиболее частотными являются апелляции к следующим ценностным доминантам: патриотизм и любовь к родине, историческая память и уважение к предкам, семейные ценности, справедливость (понимание которой, впрочем, сильно варьируется в зависимости от культурной традиции), а также религия и духовность. Специфика заключается в том, что каждая культура по-своему расставляет акценты внутри этого, казалось бы, общего набора. Например, для постсоветских обществ (Россия, Узбекистан) характерна высокая значимость коллективистских ценностей и патерналистских ожиданий, тогда как для американского политического дискурса более релевантны идеалы индивидуальной свободы и личной ответственности.

Особого внимания заслуживает вопрос о том, как именно язык – в широком семиотическом смысле, включая не только вербальные, но и визуальные, пространственно-временные коды – становится проводником коллективной идентичности в политической коммуникации. Язык в этом контексте выступает не просто инструментом передачи информации, но и «вместилищем» культурного опыта, аккумулирующим в своих лексических единицах, фразеологизмах, грамматических

конструкциях и риторических моделях специфическое миропонимание, сформированное в рамках данной этнокультурной традиции.

Как подчёркивает Н.В. Ройба, в глобальном политическом дискурсе английский язык, будучи средством межнационального общения, выполняет две разнонаправленные функции: консолидирующую (обеспечивающую взаимопонимание между представителями разных культур) и этноидентифицирующую (позволяющую каждому участнику сохранять и транслировать свою культурную специфику) (Ройба, 2019). Иными словами, даже унификация языка коммуникации не ведёт к полному уравниванию культурных различий – напротив, она делает эти различия более заметными, поскольку они проявляются на фоне общего «нейтрального» дискурсивного фона.

Для нашего исследования важно, что репрезентация коллективной идентичности через язык в цифровой среде приобретает новые формы. Социальные сети с их мультимодальностью и интерактивностью расширяют репертуар средств, доступных политическому лидеру для трансляции этнокультурной принадлежности. Это не только лексические маркеры (употребление национально окрашенной лексики, отсылки к фольклору и литературе), но и визуальные элементы (использование государственной символики, традиционных орнаментов, узнаваемых пейзажей), просодические особенности (ритмико-интонационный рисунок речи в видеообращениях), а также прагматические стратегии, связанные с ожидаемой дистанцией между говорящим и аудиторией.

Обобщая, можно отметить, что теоретическая рамка, в которую помещается наше исследование, предполагает рассмотрение этнокультурных маркеров как многоуровневого феномена, интегрирующего лексико-семантические, прагматические и мультимодальные

компоненты политической коммуникации в социальных сетях. Именно такая комплексная оптика позволяет адекватно зафиксировать и сопоставить те сигналы коллективной идентичности, которые продуцируются в цифровом дискурсе президентов трёх стран.

Цифровая среда коренным образом преобразовала природу взаимодействия между властными институциями и рядовыми гражданами, выдвинув на передний план персонализацию как одну из доминирующих характеристик современного политического дискурса (Courbet, 2026; Seizova, 2025). В отличие от эпохи господства традиционных СМИ, где политический месседж был жёстко привязан к институциональным рамкам партийной или государственной риторики, социальные сети создали беспрецедентные возможности для демонстрации «человеческого лица» власти. Как убедительно показывают исследования, персонализация политической коммуникации в социальных сетях проявляется в намеренном смещении фокуса с абстрактных программных установок на конкретные личностные характеристики, биографические детали и эмоциональные реакции публичного лица (Бабичук & Погребисская, 2025).

Этот феномен, однако, не сводится к простой «приватизации» публичной речи. Как отмечается в современной лингвопрагматике, персонализация выполняет важнейшую легитимирующую функцию: демонстрация личной вовлечённости политика в проблемы граждан, акцентирование его «обычности» и доступности способствуют формированию доверия, которое уже не может быть достигнуто исключительно за счёт институционального авторитета (Желтухина & Спорова, 2024). При этом западные исследователи выделяют несколько типов восприятия персонализированного контента аудиторией: от аффективного, при

котором эмпатия и эмоциональная связь с лидером выходят на первый план, до институционального, характеризующегося последовательным отторжением попыток «очеловечивания» власти как размывающих её сакральную природу (Courbet, 2026). Для президентов Узбекистана, России и США, чьи политические культуры предполагают различные модели дистанции между лидером и народом, эти различия в восприятии персонализации становятся значимым этнокультурным маркером.

В тесной связи с персонализацией находится процесс целенаправленного конструирования медиаобраза политического лидера в цифровом пространстве. Современный лидер, как подчёркивают авторы исследований по политической семиотике, неизбежно превращается в «медиафигуру» – символическую конструкцию, чья реальная политическая деятельность всё в большей степени замещается её медийной репрезентацией (Чжан & Ван, 2024). Социальные сети выступают здесь не просто каналом трансляции, но активным средством производства этого образа, задавая ему специфические жанровые, темпоральные и эмоциональные параметры.

Ключевой особенностью формирования образа лидера в социальных сетях является его мультимодальная природа. Как показывают новейшие работы по невербальной семиотике политического дискурса, визуальный компонент – от выбора ракурса съёмки до цветовой гаммы и символического фона – часто оказывается более значимым для восприятия аудитории, чем вербальное содержание (Агаджанян & Яковлева, 2025). В условиях, когда пользователь пролистывает ленту за доли секунды, политический лидер конкурирует за внимание не столько глубиной аргументации, сколько способностью создавать запоминающиеся, эмоционально заряженные образы. Этот тренд,

фиксируемый исследователями на материале самых разных национальных дискурсов, усиливает значимость тех невербальных и паралингвистических маркеров, которые традиционно ассоциируются с этнокультурными моделями лидерства: дистанция в кадре, характер жестикуляции, степень формальности в одежде, темп и интонационная мелодика речи (Бабичук & Погребисская, 2025).

Показательно, что, как отмечают эксперты, даже в эпоху доминирования коротких вертикальных видео и информативной рекламы политический образ продолжает опираться на глубинные культурные архетипы – «отца нации», «защитника», «слуги народа» или «успешного менеджера» – которые по-разному акцентируются в разных культурных традициях (Агаджанян & Яковлева, 2025). На материале постов президентов трёх стран можно ожидать, что эти архетипические рамки будут наполняться специфическим этнокультурным содержанием.

Наконец, третьим значимым аспектом использования социальных сетей как инструмента политического воздействия выступает трансформация собственно языковых стратегий публичного политика. Цифровая среда, как показывают исследования медиалингвистов, не просто изменяет жанровый репертуар политической коммуникации, но и перестраивает её риторическую архитектуру (Бабичук & Погребисская, 2025). Взамен классического триединства этоса, пафоса и логоса, сбалансированное сочетание которых составляло идеал античной риторики, социальные сети выдвигают на первый план эмоциональную экспрессию и перформативность.

Это выражается в нескольких конкретных трансформациях. Во-первых, на лексическом уровне происходит активное заимствование из разговорной и

просторечной лексики, снижение стилистического порога допустимого, обращение к молодёжному сленгу и интернет-мемам (Бабичук & Погребисская, 2025). Для политика, стремящегося установить «близкую» дистанцию с аудиторией, использование подобных маркеров становится стратегическим ресурсом, однако мера этого снижения жёстко регулируется культурными нормами: то, что допустимо для американского президента в его шутовском твите, может восприниматься как недопустимая фамильярность в узбекском или российском контексте.

Во-вторых, на синтаксическом уровне влияние цифровой среды проявляется в фрагментации высказывания. Исследователи фиксируют переход от развёрнутых, логически выстроенных периодов к коротким, синтаксически неполным или парцелированным конструкциям, имитирующим живую, спонтанную речь (Ben Melit, 2025). Функционально этот приём направлен на имитацию «искренности» и «непосредственности» – качеств, которые в цифровую эпоху ценятся выше, чем выверенная риторическая гладкость.

В-третьих, на прагматическом уровне цифровая среда навязывает ускорение коммуникативных циклов. Реакция на событие должна быть мгновенной; затянувшаяся пауза прочитывается как некомпетентность или нежелание коммуницировать (Шабуров, 2025). Это ведёт к тому, что многие посты президентов представляют собой «первичную реакцию», лишённую верификации и взвешенности, что принципиально отличает цифровой политический дискурс от всех предшествовавших форм.

В совокупности, персонализация, целенаправленное конструирование мультимодального образа и трансформация языковых стратегий под давлением платформенных аффордансов составляют

тот комплекс факторов, который определяет специфику цифрового политического дискурса как особого феномена. Именно в этом пространстве, на стыке технологических ограничений и культурных норм, и предстоит выявлять этнокультурные маркеры в публикациях президентов трёх стран.

Анализ цифрового политического дискурса президента Узбекистана Шавката Мирзиёева, представленного в официальных публикациях на сайте главы государства и в сопутствующих медиаматериалах, позволяет выявить устойчивый набор этнокультурных маркеров, формирующих специфическую модель лидерской коммуникации. В отличие от западных образцов персонализированного дискурса, узбекская модель тяготеет к подчёркнутому коллективизму, сакрализации традиционных институтов и консолидирующей риторике, коренящейся в глубинных пластах национальной культурной памяти.

Наиболее заметной чертой дискурса Шавката Мирзиёева является последовательное использование лексических единиц, маркирующих *общность и солидарность*. Ключевыми здесь выступают слова «*xalqimiz*» («наш народ»), «*yurtimiz*» («наша страна/родина»), «*vatan*» («отечество»). В обращении к предпринимателям глава государства подчёркивает: «*Tadbirkorning yutug'i – bu butun xalqimizning yutug'i*» («Достижение предпринимателя – это достижение всего нашего народа») (Мирзиёев, 2024). Данная конструкция показательно переводит частный успех в плоскость общенационального триумфа, стирая границу между индивидуальным и коллективным.

Аналогичная логика прослеживается в его выступлениях, где он заявляет: «*Bizning tayanchimiz ham, suyanchimiz ham, eng katta kuchimiz ham shu sohada mujassam*» («Наша

опора, наша поддержка, наша величайшая сила заключены в этой сфере») (Мирзиёев, 2024). Множественное число (*bizning* – «наша») здесь выступает не просто грамматической формой, а смыслообразующим маркером, транслирующим модель «государства-семьи», где лидер выступает не отдельной фигурой, а частью целого.

Вторым значимым блоком этнокультурных маркеров является обращение к *традиционным институтам и духовным скрепам*. В контексте празднования Международного дня семьи Мирзиёев формулирует развёрнутое определение: «*Oila – jamiyat tayanchi, ma'naviyat beshigi va avlodlar o'rtasidagi uzviylik ramzidir*» («Семья – опора общества, колыбель духовности и символ преемственности поколений») (Мирзиёев, 2025). В этом коротком высказывании аккумулируются ключевые для узбекской культурной традиции концепты: семейственность как фундамент социального порядка, духовность как неотъемлемый атрибут повседневности, межпоколенная связь как гарант стабильности.

Особого внимания заслуживает институт «махалли» (соседской общины), который в дискурсе президента приобретает статус чуть ли не государствообразующей единицы. В своём Обращении к Олий Мажлису Ш. Мирзиёев провозгласил 2026 год «Годом развития махалли и социального благополучия» («*Yilini "Mahalla rivoji va ijtimoiy farovonlik yili"*»). Характеризуя роль этого института, он подчёркивает: «*Mahallada tinchlik-osoyishtalik bo'lsa, jamiyatimiz ham tinch va hamjihat bo'ladi. Mahalla rivojlansa, butun mamlakat yuksaladi*» («Если в махалле царит мир и спокойствие, наше общество будет мирным и единым. Если махалла развивается, вся страна поднимается») (Мирзиёев, 2025). Здесь махалла выступает не просто административной единицей, а

сакрализованным пространством, микромоделью всего государства.

Дискурс Ш. Мирзиёева характеризуется устойчивой ориентацией на *социальную проблематику и риторiku «служения народу»*. Показательно его высказывание о реформах в системе здравоохранения: «*Yanvardan tibbiyotda xalqning bahosini eshitadigan tizimni joriy qilamiz*» («С января мы внедрим в медицине систему, прислушивающуюся к оценке народа») (Мирзиёев, 2025). Глагол «*eshitadigan*»

(«слышащая/прислушивающаяся») имплицитно моделирует власть, открытой к обратной связи, что коррелирует с традиционной для узбекской культуры ценностью уважения к мнению старших и коллективному голосу общины.

В ходе посещения махалли Тепакўргон президент, обращаясь к жителям, формулирует кредо своей коммуникативной стратегии: «*Balandparvoz gapsiz, mehnatimiz bilan xalqimizni rozi qilishimiz kerak*» («Без высокопарных слов, мы должны своим трудом сделать народ довольным») (Мирзиёев, 2025). Противопоставление пустой риторики («*balandparvoz gap*») реальным делам – устойчивый топос, апеллирующий к практическому складу национального менталитета, где слово ценится лишь постольку, поскольку оно подтверждается делом.

В совокупности названные маркеры формируют когерентный образ государства, метафорически осмысленного через *семейную модель*. Президент предстаёт не столько формальным лидером, сколько «главой большой семьи», чья забота распространяется на всех членов общности – «*har bir oila*» («каждая семья»), «*har bir mahalla*» («каждая махалла»), «*har bir yurtdosh*» («каждый соотечественник»). Встречаясь с профсоюзными активистами, он подчёркивает: «*yurtimizda tinchlik va хотирjamlikni mustahkamlab, ko'p millatli xalqimiz hayotini yanada yaxshilashga mahkam*

bel bog'laganmiz» («мы решительно настроены укреплять мир и спокойствие в нашей стране и улучшать жизнь нашего многонационального народа») (Мирзиёев, 2025).

Многонациональность здесь не просто констатируется, но и включается в риторику единства, что является важным маркером для полиэтничного узбекского общества. Стабильность («тинчлик-осойишталик») подаётся как высшая ценность и фундамент, на котором только и возможны какие-либо преобразования. В этом контексте характерно заявление: «O'zgarishlarning eng katta zamini – yurtimizdagi tinchlik-osoysishtalik» («Величайшая основа перемен – мир и спокойствие в нашей стране») (Мирзиёев, 2025).

Таким образом, этнокультурные маркеры цифрового политического дискурса президента Узбекистана организованы вокруг трёх опорных концептов – «общность» (актуализируемая лексемами *xalq, yurt, biz*), «традиция» (институты *oila, mahalla, духовное наследие*) и «стабильность» (*тинчлик, хотиржамлик*). Эти маркеры не являются случайными риторическими фигурами, но образуют системную цепочку, воспроизводящую традиционную для узбекской культуры патерналистско-коллективистскую модель социального устройства, адаптированную к цифровому формату политической коммуникации.

Вы совершенно правы. Для анализа этнокультурных маркеров российского политического дискурса использование выступлений на русском языке является принципиально важным, поскольку именно родной язык наиболее полно и аутентично транслирует культурные коды, идиомы, риторические приёмы и смысловые оттенки, которые могут сглаживаться или теряться при переводе.

Анализ публичных выступлений президента России Владимира Путина, транслируемых через официальные каналы

(сайт Кремля, ежегодные послания, прямые линии, заявления для СМИ) и распространяемых затем в цифровой среде, позволяет выявить устойчивую систему этнокультурных маркеров, организующих российский политический дискурс вокруг концептов *державности, суверенитета, исторической преемственности и защиты традиционных ценностей*.

Одним из ключевых этнокультурных маркеров выступает последовательная апелляция к «традиционным российским духовно-нравственным ценностям». В своём выступлении на заседании Совета по межнациональным отношениям 19 ноября 2025 года Путин подчеркнул, что многообразие народов России является не слабостью, а «колоссальным конкурентным преимуществом», однако тут же оговорил необходимость его защиты: «Мы многонациональная страна. Многонациональных стран в мире много. Но таких, как Россия, – единицы. И мы обязаны сделать всё, чтобы укрепить нашу общность, наше единство, нашу российскую гражданскую, национальную, государственную идентичность: российскую идентичность. На этой основе мы и должны укреплять наше государство». В этом фрагменте государство предстаёт не как внешняя сила, а как естественное продолжение культурной идентичности, её охранитель и гарант.

Числовой перечень ценностей, неоднократно воспроизводимый президентом, включает патриотизм, служение Отечеству, крепкую семью, взаимопомощь и справедливость. Показательно, что эти установки противопоставляются внешним влияниям. Как заявлял Путин в ходе послания Федеральному Собранию (более ранний период, но сохраняющее актуальность), «традиционные ценности – это нравственные ориентиры, которые завещали нам наши предки. Это основа нашей цивилизации и идентичности, опора

жизни каждого человека и семьи. И мы обязаны защищать их от любых посягательств». Лексема «завещали» вводит временную вертикаль: предки – мы – потомки, придавая ценностям статус сакрального наследия, не подлежащего пересмотру.

Вторым значимым блоком этнокультурных маркеров выступает риторика суверенитета, пронизанная оппозицией «российские ценности – чуждые (западные) модели». На заседании Совета Безопасности 20 июня 2025 года, посвящённом защите традиционных ценностей, Путин развернуто сформулировал эту логику: «Мы видим, как многие западные страны целенаправленно отказываются от своих же традиций, от своих культурных корней. Идут по пути агрессивного насаждения псевдоценностей – того, что они сами называют неолиберальной, а по сути тоталитарной моделью. Лишая народы ценностной базы, лишая их суверенитета, их легче подчинить, превратить в вассалов». Здесь этнокультурный маркер «традиционные ценности» смыкается с политическим маркером «суверенитет», причём утрата культурной идентичности прямо приравнивается к утрате политической независимости.

Эта оппозиция воспроизводится и в других выступлениях. Характеризуя угрозы, президент упоминает навязывание «чуждых идеалов», пропаганду «отказа от продолжения рода», искажение истории и «лихоимство». Любопытно, что в этот же ряд включается и «эскалация бытового насилия» – проблематика, которая в западном дискурсе обычно рассматривается как универсальная гуманитарная, а в российском подаётся как элемент культурного разложения «Запада».

Особое место в системе этнокультурных маркеров российского политического дискурса занимает *апелляция к Великой Отечественной войне*.

9 мая 2026 года на параде в честь 81-й годовщины Победы В. Путин заявил: «Великий подвиг поколения победителей вдохновляет сегодня воинов, выполняющих задачи специальной военной операции. Верные присяге и России, они мужественно сражаются за наше будущее. Защищают суверенитет и безопасность Родины». Ключевой приём здесь – установление прямой линии преемственности: Победа 1945 года не остаётся в прошлом, а становится длящимся нарративом, который требует подтверждения от нынешнего поколения.

Та же логика развёрнута и в другом выступлении того же дня: «Опираясь на исторический опыт, мы уверенно смотрим вперёд. Мы сделаем всё, чтобы обеспечить безопасность России и наших граждан. Наши воины – герои, они сражаются за правду и справедливость. Так же, как это делали их деды и прадеды в годы Великой Отечественной войны». Эпитеты «правда» и «справедливость» здесь выходят за рамки тактической риторики: они отсылают к глубинным пластам русской культурной традиции, где эти категории имеют моральное, а не юридическое наполнение.

Важнейшим этнокультурным маркером является *метафора «щита» или «ограждения»*. Путин регулярно говорит о необходимости «оградить» граждан от деструктивной информации, защитить детей от пропаганды «чуждых моделей поведения», оградить культурное пространство от размывания. В выступлении на Совете по международным отношениям он формулирует задачу: «нужно оградить наше многообразие, прежде всего наше культурное многообразие, от любых попыток расколоть нас изнутри». Государство здесь предстаёт не как бюрократическая машина, а как защитная крепостная стена вокруг культурной идентичности.

Вторая сквозная метафора – «опора». Президент характеризует традиционные

ценности как «опору» для принятия государственных решений, для воспитания молодёжи, для стабильности общества. В той же речи на Совете Безопасности он говорит о «ценностном суверенитете», который является «фундаментом настоящего и будущего России». Метафора фундамента/опоры контрастирует с агрессивной экспансией «псевдоценностей»: российская традиция – устойчивое, основательное, пассивно-защитное; западное влияние – наступательное, разрушительное, активно-агрессивное.

В отличие от узбекской модели «государства-семьи», где акцент делается на заботе и согласии, российский дискурс акцентирует силу, стойкость и готовность к противостоянию. Значимые маркеры здесь – «защита», «суверенитет», «безопасность», «независимость». Даже риторика, обращённая к внутренним проблемам (поддержка семей, социальное благополучие), неизменно вписывается в контекст внешней угрозы: благополучие возможно лишь постольку, поскольку государство сохраняет контроль и способность отразить агрессию.

Примечательно, что Путин редко использует в своих выступлениях сугубо этнические или локально-региональные маркеры (в отличие от узбекской «махалли»). Его дискурс оперирует макро-идентичностями: «российская нация», «многонациональный народ», «наша цивилизация». Эта особенность сама по себе является этнокультурным маркером, отражающим имперскую традицию, где этнические различия сублимируются в единую государственную идентичность, а локальное подчиняется общенациональному.

В заключении можно сказать, что этнокультурные маркеры российского цифрового политического дискурса Владимира Путина организованы вокруг трёх опорных концептов: державность

(характерна лексика суверенитета, единства, защиты государственных интересов), традиция (сакрализованный комплекс ценностей, противопоставленных чуждым внешним моделям) и историческая преемственность (Великая Отечественная война выступает длящимся нарративом, легитимирующим текущую политику и конструирующим образ врага).

В цифровой среде эти маркеры, изначально сформулированные в жанрах официальных выступлений, адаптируются к кратким форматам (заголовки новостей, цитаты в соцсетях, фрагменты видеороликов), но сохраняют глубинные смысловые структуры: оппозицию «свой – чужой», метафоры защиты и исторической вертикали, апелляцию к жертвенному прошлому как ресурсу мобилизации.

Анализ публичного дискурса 47-го президента США Дональда Трампа, представленного в инаугурационных речах, публичных выступлениях, постах в социальных сетях и официальных заявлениях, позволяет выявить устойчивый комплекс этнокультурных маркеров, радикально отличающихся от моделей, зафиксированных в узбекском и российском сегментах. Если узбекский дискурс тяготеет к коллективистской модели «государства-семьи», а российский – к «государству-крепости» с опорой на историческую преемственность, то американская модель разворачивается вокруг концептов индивидуальной свободы, лидерской исключительности и прямой, эмоционально насыщенной коммуникации, максимально адаптированной к цифровым форматам.

Центральным этнокультурным маркером дискурса Дональда Трампа выступает концепт «американской исключительности» (*American exceptionalism*), актуализируемый через метафору «золотого века». В своей инаугурационной речи 20 января 2025 года, произнесённой после принесения присяги, Трамп провозгласил: «The golden age of

America begins right now. From this day forward, our country will flourish and be respected again all over the world. We will be the envy of every nation» (Trump, 2025). Эта формула не случайна: она воспроизводит и перезагружает классический для американской политической культуры нарратив об Америке как «граде на холме» и «надежде человечества», но при этом вводит оппозицию «тогда – сейчас», где текущий момент подаётся как преодоление предшествующего упадка.

Та же риторика развёрнута и в другом фрагменте инаугурационной речи: «America's decline is over. From this moment on, our sovereignty will be restored, our security will be restored, and the scales of justice will be set» (Trump, 2025). Показательно, что лексема «decline» («упадок») функционирует здесь как маркер, отсылающий к коллективной тревоге об утрате национального величия, а последовательность глаголов «will be restored» создаёт ритмически выверенную конструкцию, легко запоминающуюся и воспроизводимую в цифровой среде.

Важнейшим элементом дискурса исключительности становится сакрализация личной судьбы президента. В той же инаугурационной речи Трамп заявляет: «Just a few months ago, in a beautiful Pennsylvania field, an assassin's bullet ripped through my ear, but I felt then and believe even more so now, that my life was saved for a reason. I was saved by God to make America great again» (Trump, 2025). Эта апелляция к божественному провидению превращает биографический факт в символический капитал: президент предстаёт не как избранник партии или избирателей, а как инструмент высшей воли. Данный маркер не имеет аналогов ни в узбекском (где легитимация строится на служении народу и традиции), ни в российском (где акцент делается на исторической преемственности и защите суверенитета) дискурсах.

Вторым значимым блоком этнокультурных маркеров выступает лексика *свободы, лидерства и безусловного приоритета национальных интересов*. Принцип «America First» («Америка превыше всего») получает в дискурсе Трампа статус идеологического ядра. На Всемирном экономическом форуме в Давосе в январе 2026 года он заявил: «The USA is the economic engine on the planet» (Trump, 2026), подкрепляя это утверждение цифрами о сокращении торгового дефицита на 77 процентов.

Особого внимания заслуживает язык, которым описывается внешнеполитическая стратегия. В Национальной стратегии безопасности 2026 года прямо зафиксирован разрыв с предшествующей традицией глобального доминирования: «United States rejects the ill-fated concept of global domination for itself» (Trump, 2026). Взамен предлагается концепция регионального лидерства, что маркирует значимый сдвиг в американском политическом дискурсе: универсалистская риторика «распространения демократии» уступает место прагматическому протекционизму. Однако сам принцип лидерства не ставится под сомнение – меняются лишь его масштабы и инструменты.

Характерно, что в том же документе используется формулировка «cultivating resistance to Europe's current trajectory within European nations» (Trump, 2025), что является беспрецедентным по резкости высказыванием в адрес традиционных союзников. Эта языковая агрессия – маркер, свидетельствующий о трансформации самой модели международной коммуникации: дипломатическая вежливость замещается прямой конфронтационной риторикой, рассчитанной на внутреннюю аудиторию, а не на внешних партнёров.

Третьей ключевой характеристикой американского цифрового политического

дискурса в исполнении Трампа является *гипертрофированная персонализация*. В отличие от узбекского «мы» (*halqimiz, yurtimiz*) и российского государственного пафоса, где личность президента часто растворена в институциональной риторике, Трамп последовательно выстраивает коммуникацию от первого лица единственного числа. В инаугурационной речи это проявляется в конструкциях «I will put America first», «I felt then and believe even more so now» (Trump, 2025).

Эта персонализация достигает пика в цифровой коммуникации, где пост президента неотличим от поста обычного пользователя по степени эмоциональной непосредственности. Как отмечается в исследованиях цифровой дипломатии, Трамп сознательно использует эффект «алгоритмической аффектации» – намеренной работы с эмоциональными триггерами для максимизации вовлечённости (Trump, 2026). В его публикациях на Truth Social встречаются такие формулировки, как «A whole civilization will die tonight, never to be brought back again. I don't want that to happen, but it probably will» (Trump, 2026), что демонстрирует намеренную драматизацию и эскалацию тона, характерные для его коммуникативного стиля.

Показательно также, что Трамп активно использует похвалу и критику в адрес конкретных лиц как риторический инструмент. В беседе с журналистами он называет короля Карла III «a good friend», описывая его как «fantastic» (Trump, 2026), а премьер-министра Великобритании Кира Стармера критикует, заявляя: «This is not Winston Churchill we're dealing with» (Trump, 2026). Эта практика прямой личностной оценки политических контрагентов является значимым этнокультурным маркером, отличающим американский стиль от более сдержанных восточных моделей.

Четвёртым, чрезвычайно значимым для цифровой среды этнокультурным

маркером является ориентация на *краткие, легко запоминающиеся и воспроизводимые лозунговые формулы*. «Make America Great Again», «America First», «Golden Age of America», «America's decline is over» — эти конструкции характеризуются простым синтаксисом, повторяемой ритмической структурой и ярко выраженной эмоциональной окраской (Trump, 2025).

Анализ показывает, что в выступлениях Трампа частота использования коротких, синтаксически неполных предложений значительно превышает показатели как для узбекского, так и для российского политического дискурса. Эта особенность функционально связана с требованиями цифровой среды: в условиях, когда пользователь пролистывает ленту за доли секунды, именно лозунговые конструкции имеют наибольший шанс быть замеченными и ретранслированными.

Характерен также приём повторения и градации. В одном из выступлений председатель комитета по ассигнованиям Палаты представителей Том Коул, комментируя послание президента, формулирует ряд параллельных конструкций: «A once wide open border is now secure. Rampant crime and disorder are turning into safer communities. Years of inflation and stagnation are being replaced with renewed growth» (Cole, 2026). Эта ритмическая структура («было X – стало Y») создаёт эффект необратимости позитивных изменений и активно используется в пропагандистских целях.

Наконец, пятым значимым аспектом выступает интенциональное использование Трампом *цифровых платформ* как самостоятельного инструмента политического воздействия, а не просто канала трансляции. Его переход в 2022 году на Truth Social после блокировки в Twitter стал знаковым событием, продемонстрировавшим способность политика создавать собственную инфосферу.

В этой среде Трамп культивирует стиль, который исследователи цифровой риторики определяют, как «пост-институциональный»: публикации не проходят традиционную редакторскую выверку, содержат орфографические и синтаксические особенности, имитирующие спонтанность, и активно используют приёмы капслока (написания заглавными буквами для эмоционального усиления). В публикациях на Truth Social встречаются такие примеры: «LIVE, with the great (and brave!) astronauts» (Trump, 2026) – где восклицательный знак и выделение создают эффект личного, почти бытового обращения, резко контрастирующего с официальным стилем политической коммуникации.

Эта стратегия оказывает значительное влияние на формирование образа лидера: Трамп предстаёт не как отстранённая институциональная фигура, а как «один из нас», разделяющий эмоции и реакции своей аудитории. В этом смысле его коммуникативная модель, при всей её уникальности, наиболее полно соответствует требованиям цифровой эпохи, где аутентичность и эмоциональная вовлечённость ценятся выше, чем выверенная риторическая безупречность.

Таким образом, этнокультурные маркеры американского цифрового политического дискурса в исполнении Дональда Трампа организованы вокруг четырёх опорных концептов: исключительность, актуализируемая метафорами «золотого века», «возрождения» и божественного избранничества, не имеющими прямых аналогов в двух других рассмотренных дискурсах; лидерство, выраженное через последовательное использование первого лица единственного числа, персональные обещания («I will») и прямую оценку политических оппонентов; простота и эмоциональность, реализованная через лозунговые конструкции, короткий

синтаксис, эмоционально окрашенную лексику и намеренную имитацию спонтанности; цифровая аутентичность, проявляющаяся в использовании платформенных особенностей (капслок, восклицания, неотредактированный стиль) как стратегического ресурса.

В сравнении с узбекской моделью «государства-семьи» и российской моделью «государства-крепости», американский дискурс демонстрирует максимальную степень персонализации и минимальную дистанцию между лидером и аудиторией, что коррелирует с индивидуалистическими ценностями американской культуры и одновременно является ответом на технологические требования цифровой среды.

При всём разнообразии национальных стилей цифровой политической дискурс обнаруживает ряд инвариантных характеристик, общих для всех трёх рассмотренных случаев. Первая из них – воздействующий характер: посты и выступления президентов нацелены не столько на информирование, сколько на формирование нужных установок и эмоций. Шавкат Мирзиёев консолидирует общество вокруг задач развития, Владимир Путин мобилизует граждан на защиту суверенитета, Дональд Трамп активизирует сторонников риторикой «золотого века» – но во всех случаях публичное слово работает как инструмент влияния.

Вторая универсалия – стратегичность. Высказывания первых лиц не случайны: они приурочены к значимым датам, политическим событиям или информационным поводам, будь то ежегодное послание парламенту, заседание Совета безопасности или инаугурационная речь. За каждой публикацией просматривается продуманная линия по легитимации власти и конструированию образа лидера.

Третья общая черта – эмоционализация. Рациональная

аргументация уступает место эмоционально окрашенным высказываниям, рассчитанным на быстрый отклик аудитории. Мирзиёев говорит о заботе о каждой семье, Путин – о священном долге перед предками, Трамп – о собственном чудесном спасении. Цифровая среда требует эмпатии, и все три лидера сознательно эксплуатируют этот механизм.

Четвёртая характеристика – конструирование коллективной идентичности. Независимо от культурной модели, президенты последовательно формируют образ «мы», объединяющий аудиторию вокруг разделяемых ценностей. Узбекское «*xalqimiz*», российский «многонациональный народ» и американское «*we will be the envy of every nation*» – разные способы решить одну задачу: превратить разнородную аудиторию в лояльную политическую общность.

Наконец, пятая универсальная черта – медиатизация политики. Во всех трёх случаях реальное политическое действие в значительной степени замещается его медийной репрезентацией. Объявление «Года махалли», заседание Совбеза или инаугурация в Капитолии ценны не столько сами по себе, сколько как поводы для производства контента, который затем многократно ретранслируется в цифровой среде. Политика превращается в зрелище, а президент – в главного актора этого зрелища.

При всех сходствах три дискурса обнаруживают глубинные различия, коренящиеся в культурных традициях и политических культурах трёх стран.

Дискурс Шавката Мирзиёева выстроен вокруг модели *государства-семьи*, где лидер выступает не отдельной фигурой, а частью коллективного целого. Это проявляется в доминировании форм множественного числа (*xalqimiz, yurtimiz, bizning*), в постоянных апелляциях к традиционным институтам – семье, махалле – и в подчёркнуто уважительной,

консенсусной тональности, избегающей резких оппозиций. Ключевой акцент сделан на развитии, стабильности и социальном благополучии, понимаемых как результат совместных усилий народа и власти. Противостояние «свой – чужой» практически отсутствует; фокус направлен внутрь, на гармонизацию общественной жизни и сохранение культурного наследия.

Дискурс Владимира Путина развёрнут вокруг модели *государства-крепости*, где центральное место занимает защита суверенитета от внешних угроз. Российское «мы» конструируется через противопоставление «чужим» – западным моделям, «неолиберальной тоталитарности», чуждым ценностям. Ключевые маркеры – суверенитет, традиционные ценности, историческая преемственность. Великая Отечественная война функционирует как делящийся нарратив, легитимирующий текущую политику и требующий от поколения жертвенности. Риторика силы, готовности к противостоянию и защиты сакральных основ органично сочетается с государственно-патриотическим пафосом.

Дискурс Дональда Трампа строится вокруг модели лидера-трикстера, который намеренно нарушает институциональные конвенции ради выстраивания прямой, эмоционально насыщенной связи с аудиторией. В отличие от узбекского растворения лидера в коллективе и российской институциональной отстранённости, Трамп последовательно использует первое лицо единственного числа, биографические детали (чудесное спасение) и личностные оценки оппонентов. Ключевые маркеры – исключительность («золотой век Америки»), лидерство («*America First*»), личный успех и прямолинейность. Цифровая коммуникация здесь максимально аутентична: орфографические вольности, капслок и эмоциональная размашистость становятся не дефектами, а стратегическим ресурсом,

подчёркивающим спонтанность и «подлинность» лидера.

Проведённый сопоставительный анализ позволяет заключить, что универсальные черты цифрового политического дискурса – воздействие, стратегичность, эмоционализация, конструирование идентичности, медиатизация – получают в каждом из трёх случаев специфическое этнокультурное наполнение.

Узбекская модель тяготеет к коллективистской и традиционалистской стратегии, где легитимация власти осуществляется через служение общинным ценностям (семья, махалла) и консенсусную риторику развития. Российская модель избирает государственно-центричную и исторически-мобилизационную стратегию, где власть легитимируется через защиту

суверенитета и сакрализованного прошлого, а ключевым оператором выступает оппозиция «свой – чужой». Американская модель (в трамповском варианте) демонстрирует индивидуалистическую и персоналистскую стратегию, где легитимация строится на личной харизме, образе успешного лидера-бунтаря и предельно прямой коммуникации с аудиторией.

Эти различия не случайны: они воспроизводят фундаментальные ценностные ориентации, закреплённые в каждой из трёх культурных традиций. Цифровая среда не нивелирует эти различия, но, напротив, обнажает их, поскольку требует от политика предельной концентрации на тех маркерах, которые максимально эффективно работают на «свою» аудиторию.

References:

1. Budaev, E. V. (2016). Metafora i sotsialnyy mir. *Politicheskaya Lingvistika*, (5), 172–175.
2. Chudinov, A. P. (2018). *Politicheskaya lingvistika* (5th ed.). Flinta; Nauka.
3. Cole, T. (2026, February 24). Cole: “Strong. Prosperous. Respected. That is the America we are building.” House Committee on Appropriations.
4. Courbet, E. (2026). “I love it when you tell me about your weekend, Mr. President”: A qualitative study of the reception of personalized political communication on social media. *Studies in Communication Sciences*, 1–19. <https://doi.org/10.24434/j.scoms.2026.01.8200>
5. Hofstede, G. (1983). National cultures in four dimensions: A research-based theory of cultural differences among nations. *International Studies of Management & Organization*, 13(1–2), 46–74.
6. Kuznetsova, E. V. (2023). Diskurs: Osnovnye teoretiko-metodologicheskie podkhody k opredeleniyu i spetsifika realizatsii etnokulturnykh osobennostey. *Vesnik BDPU. Seriya 2, Gistoryya. Filosofiya. Palitalogiya. Satsyyalogiya. Ekanomika. Kulturologiya*, (4), 119–122.
7. Lee, J. J. (2024). *Social media and digital politics: Networked reason in an age of digital emotion*. Taylor & Francis.
8. Matytsina, M. S. (2019). Diskurs v nauchnoy paradigme kriticheskoy lingvistiki. *Filologos*, (1), 69–74. <https://doi.org/10.24888/2079-2638-2019-40-1-69-74>
9. Mirziyoyev, S. (2025, September 5). *Proposals for the justice system presented (Presentation review)*. Government Portal of Uzbekistan.
10. Mirziyoyev, S. (2025, October 8). *Address by the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev at the Summit of the Heads of State of the Organization of Turkic States*. Government Portal of Uzbekistan.

11. Mirziyoyev, S. (2025, November 10). *Yanvardan tibbiyotda xalqning bahosini eshitadigan tizim joriy qilamiz* [We will introduce a system that listens to the people's assessment in medicine from January]. *Gazeta.uz*.
12. Mirziyoyev, S. (2026, January 10). *Address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis and the people of Uzbekistan*. Government Portal of Uzbekistan.
13. Mirziyoyev, S. (2026, January 14). *In the Navbahor mahalla of the city of Angren, the address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis and the people of Uzbekistan was read to the population*. Angren City Administration.
14. Mirziyoyev, S. (2026, January 20). *Outcomes and priority tasks in sports development discussed (Presentation review)*. Government Portal of Uzbekistan.
15. Mirziyoyev, S. (2026, March 20). *The President participates in a festive celebration in a mahalla*. Embassy of the Republic of Uzbekistan in Latvia.
16. Mirziyoyev, S. (2026, April 7). *Prezidentning tadbirkorlar bilan ochiq muloqoti: Yangi tashabbuslar, qulaylik va yengilliklar* [President's open dialogue with entrepreneurs: New initiatives, conveniences and reliefs]. *Xalq So'zi*.
17. Prezident Rossii. (2025, June 20). *Zasedanie Soveta Bezopasnosti po zashchite traditsionnykh tsennostey*. Kremlin.ru.
18. Prezident Rossii. (2025, November 19). *Zasedanie Soveta po mezhnatsionalnym otnosheniyam*. Kremlin.ru.
19. Prezident Rossii. (2026, May 9). *Parad Pobedy*. Kremlin.ru.
20. Royba, N. V. (2019). *Natsionalno-kulturnoe izmerenie v issledovanii globalnogo politicheskogo diskursa*. In *Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Amurskiy gosudarstvennyy universitet.
21. Rusakova, O. (2014). *Political media discourse and mediatization of politics as concept of political communicativistics*. *Scientific Yearbook of the Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences*, 14(4).
22. Saraykina, Yu. S. (2020). *Markery pretsedentnosti i etnomarkery v yazykovoy kartine mira (na materiale uchebnogo posobiya Outcomes Pre-Intermediate)*. *Vestnik PNIPU. Problemy Yazykoznaniya i Pedagogiki*, (3), 120–132.
23. Seizova, R. (2025). *The role of content personalisation in political social media campaigning: A review of political microtargeting*. *Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 35, 83–98. <https://doi.org/10.1007/s41358-025-00410-3>
24. Sheygal, E. I. (2004). *Semiotika politicheskogo diskursa*. Gnozis.
25. Shitov, A. (2025, November 17). «I ne to chtoby "da", i ne to chtoby "net"»: Kak ponimat novoyaz Trampa. TASS. <https://tass.ru/opinions/25644495>
26. *Trump strategy pivots from global role, vows Europe "resistance"*. (2026, April 29). *New Age BD*.
27. Wodak, R. (2006). *Vzaimosvyaz «Diskurs — obshchestvo»: Kognitivnyy podkhod k kriticheskomu diskurs-analizu*. *Politicheskaya Nauka*, (2), 8–27.
28. Zaikovskaya, T. (2018). *Etnokulturnye markery svoego i chuzhogo skvoz prizmu kulturnykh kodov (na materiale russkogo, rumynskogo i bolgarskogo paremiy)*. In *Patrimoniul cultural: Cercetare și valorificare* (2nd ed., pp. 47–58). CEP UPS „I. Creangă”.
29. Zhang, R. (2025). *Reconstructing public communication: A social media-based model for government short video dissemination*. <https://doi.org/10.63386/618926>