



Данкова Н. С. Речевое воздействие в политическом дискурсе в контексте пандемии COVID-19 (на примере выступлений Б. Джонсона и Д. Байдена) / Н. С. Данкова, Е. В. Крехтунова // Научный диалог. — 2022. — Т. 11. — № 4. — С. 203—217. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-4-203-217.

Dankova, N. S., Krekhtunova, E. V. (2022). Speech Impact in Political Discourse in Context of COVID-19 Pandemic (Speeches of B. Johnson and D. Biden). *Nauchnyi dialog*, 11(4): 203-217. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-4-203-217. (In Russ.).



Журнал включен в Перечень ВАК

DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-4-203-217

**Речевое воздействие
в политическом дискурсе
в контексте пандемии
COVID-19 (на примере
выступлений
Б. Джонсона и Д. Байдена)**

Данкова Наталья Станиславовна
orcid.org/0000-0003-2485-8047
кандидат филологических наук
кафедра «Английский язык»
n.s.dankova@mail.ru

Крехтунова Елена Викторовна
orcid.org/0000-0003-3369-0055
кандидат филологических наук
кафедра «Английский язык»
mizuori@mail.ru

Пензенский
государственный университет
(Пенза, Россия)

**Speech Impact
in Political Discourse
in Context of COVID-19
Pandemic (Speeches
of B. Johnson and D. Biden)**

Natalia S. Dankova
orcid.org/0000-0003-2485-8047
PhD in Philology
English language Department
n.s.dankova@mail.ru

Elena V. Krekhtunova
orcid.org/0000-0003-3369-0055
PhD in Philology
English language Department
mizuori@mail.ru

Penza State University
(Penza, Russia)

© Данкова Н. С., Крехтунова Е. В., 2022

ОРИГИНАЛЬНЫЕ СТАТЬИ

Аннотация:

Статья посвящена изучению прагмалингвистических средств политического дискурса. Материалом послужили транскрипции выступлений премьер-министра Великобритании Б. Джонсона и президента США Д. Байдена, опубликованные на официальных сайтах правительств Великобритании и США. Авторы ставят перед собой задачу изучить коммуникативные тактики, актуализирующие основные направления политики в отношении COVID-19. Актуальность работы обусловлена конструктивистским подходом к языку. Политический дискурс представляет собой один из способов актуализации власти и контроля в обществе. В ходе анализа выявлены две группы тактик, воздействующих на социальное сознание и поведение: тактики отрицательной репрезентации и тактики положительной репрезентации. Тактики отрицательной репрезентации пандемии включают следующие: акцентирование угрозы, моделирование негативного сценария, привлечение негативного опыта. Положительные репрезентации создаются посредством использования таких тактик, как акцентирование достижений, моделирование положительного сценария, солидаризация, апелляции к долгу, убеждение и призыв. Показано, что языковые средства актуализации выделенных тактик оказывают целенаправленное воздействие на эмоциональную сферу и на сознание граждан, являясь веским аргументом в пользу вакцинации. Проведенный анализ способствует пониманию дискурсивных механизмов воздействия на массовое сознание.

Ключевые слова:

политический дискурс; тактика; воздействие; пандемия.

ORIGINAL ARTICLES

Abstract:

The article is devoted to the study of pragmalinguistic means of political discourse. The material was transcriptions of speeches by British Prime Minister B. Johnson and US President D. Biden, published on the official websites of the governments of Great Britain and the United States. The authors set themselves the task of studying communication tactics that update the main directions of policy regarding COVID-19. The relevance of the work is due to the constructivist approach to the language. Political discourse is one of the ways to actualize power and control in society. The analysis revealed two groups of tactics that affect social consciousness and behavior: tactics of negative representation and tactics of positive representation. The tactics of negative representation of the pandemic include the following: emphasizing the threat, modeling a negative scenario, attracting negative experience. Positive representations are created through the use of tactics such as highlighting achievements, modeling a positive scenario, solidarity, appeals to duty, persuasion and appeal. It is shown that the linguistic means of updating the identified tactics have a targeted impact on the emotional sphere and on the consciousness of citizens, being a strong argument in favor of vaccination. The analysis carried out contributes to the understanding of the discursive mechanisms of influence on the mass consciousness.

Key words:

political discourse; tactics; impact; pandemic.



УДК 811.111'42::[323:616-036.21]

Речевое воздействие в политическом дискурсе в контексте пандемии COVID-19 (на примере выступлений Б. Джонсона и Д. Байдена)

© Данкова Н. С., Крехтунова Е. В., 2022

1. Введение = Introduction

Последние несколько лет внесли значительные изменения в жизнь всех и каждого. Пандемия, вызванная вирусом COVID-19, изменила мир в целом и оказала влияние на разные сферы человеческой деятельности, что не могло не отразиться на языке и дискурсе. Исследователи отмечают значительное влияние пандемии на лексический состав языка [Воскресенская и др., 2021; Радбиль и др., 2021; Радбиль и др., 2022; Чернова и др., 2021]. Политический дискурс не стал исключением.

В настоящей работе мы рассматриваем особенности англоязычного политического дискурса в контексте пандемии COVID-19. Данная статья продолжает серию наших работ, направленных на изучение прагмалингвистических средств политического дискурса.

Актуальность исследования определяется конструктивистским подходом к языку. Политический дискурс представляет собой один из способов актуализации власти и контроля в обществе.

Новизна исследования состоит в выявлении дискурсивного инструментария, направленного на актуализацию политических установок в отношении COVID-19.

Как представляется, в суровых реалиях пандемии политический дискурс, будучи мощным инструментом власти, направлен на борьбу со смертельным заболеванием, захватившим всю планету. Поскольку политический дискурс обладает манипулятивным потенциалом, *цель* настоящего этапа исследования — выявление дискурсивных механизмов воздействия на социальное сознание. Данная цель достигается посредством выявления основных коммуникативных тактик политического дискурса, а также языковых средств их реализации.

Теоретически мы исходим из того, что в своей речи лидеры стран используют определенный набор тактик, актуализирующих основные политические установки в отношении COVID-19. Результаты исследования способствуют пониманию общих закономерностей функционирования политического дискурса.

2. Материал, методы, обзор = **Material, Methods, Review**

Материалом для анализа послужили транскрипции выступлений премьер-министра Великобритании Б. Джонсона и президента США Д. Байдена, опубликованные на официальных сайтах правительства Великобритании [Gov.uk] и правительства США [The White House]. Материал отбирался методом произвольной выборки в период с февраля 2021 года по январь 2022 года. Фактологическую базу исследования составили 25 транскрипций выступлений Б. Джонсона и 25 транскрипций выступлений Д. Байдена.

Методологическую основу исследования образует критический дискурс-анализ, устанавливающий связь между языком и социальной действительностью [Bloor et al., 2007]. Языковые средства, используемые в речи политических лидеров, рассматриваются как дискурсивный инструментарий, оказывающий воздействие на социальное сознание.

Методика обработки материала включает несколько шагов. Сначала был отобран материал для анализа, относящийся к теме исследования. Затем корпус текстов был изучен, в нем были выделены основные коммуникативные тактики, используемые политическими лидерами Великобритании и США для репрезентации пандемии COVID-19. Далее следовал анализ коммуникативных тактик с точки зрения языковых средств их реализации. В заключение сделан вывод о дискурсивных средствах воздействия на социальное сознание и поведение.

Теоретической базой для изучения различных аспектов политического дискурса послужили работы отечественных и зарубежных ученых: О. С. Иссерс, О. Л. Михалевой, О. Н. Паршиной, Е. И. Шейгал, Т. А. ван Дейка и др. [Иссерс, 2008; Михалева, 2009; Паршина, 2005; Шейгал, 2004; van Dijk, 2006].

Политический дискурс привлекает внимание лингвистов с точки зрения его прагматической направленности. Исследователи отмечают, что использование языковых средств в политическом дискурсе обусловлено ментальными установками говорящего и реализует функцию контроля над поведением слушающих [Михалева, 2009]. Одной из основных функций языка политики является функция социального контроля, направленная на унификацию поведения, мыслей, чувств и желаний большого числа людей [Шейгал, 2004].

Политический дискурс обладает набором системообразующих признаков, в число которых входят цель общения, участники, способ общения: избираемые стратегии и тактики [Чинарова, 2009]. Стратегии и тактики, используемые в политической коммуникации, позволяют осуществлять речевое воздействие на реципиента посредством изменения его когнитивной сферы, влияния на его систему ценностей, эмоции и волю [Ощепкова, 2020].

Под *стратегией* лингвисты понимают определенную направленность речевого поведения в интересах достижения цели коммуникации [Паршина, 2005, с. 7]. В качестве основных целей, которые преследует коммуникативная стратегия политического дискурса, выделяют следующие: информирование, изменение мнения, изменение поведения адресата [Каменева и др., 2021, с. 85]. *Тактика*, по определению О. Л. Михалевой, представляет собой «конкретный этап реализации коммуникативной стратегии, определяемый интенцией говорящего, эксплицированной совокупностью приемов, обуславливающих применение языковых средств» [Михалева, 2009, с. 45]. Существует большое разнообразие классификаций стратегий и тактик политического дискурса. Особой популярностью у лингвистов пользуются классификации О. Л. Михалевой, О. Н. Паршиной, Т. А. ван Дейка [Михалева, 2009; Паршина, 2005; van Dijk, 2006].

Данный этап исследования посвящен изучению стратегии воздействия в политическом дискурсе в контексте пандемии COVID-19. Основанием для изучения данной стратегии послужила работа В. И. Курышевой, рассматривающей стратегию воздействия в политическом дискурсе, а именно ее влияние на выбор электората [Курышева, 2010]. Отмечается, что в политическом дискурсе главными являются убеждение и побуждение адресата к действию, в котором заинтересован сам политик [Ощепкова, 2020].

Исследователи выделяют такие способы воздействия, как рациональное и эмоциональное [Курышева, 2010; Симонян, 2009]. По наблюдениям ученых, стратегическая программа действий ориентирована как на рациональное воздействие, опирающееся на разумное начало, на сознание аудитории, так и на эмоциональное воздействие, предполагающее обращение к чувствам адресата [Симонян, 2009].

Следует отметить, что воздействие рассматривается лингвистами как одна из функций дискурса в целом. Языковые средства, используемые для реализации данной функции, становятся предметом исследования ученых. Так, изучены стилистические средства английского политического дискурса на примере публичного доклада премьер-министра Великобритании Б. Джонсона [Хафизова, 2020]. Отмечен воздействующий потенциал использования лексических средств языка [Ефименко, 2019].

Категории стратегии и тактики политического дискурса, используемые для оказания воздействия на адресата, широко исследуются в современных работах. Описаны наиболее частотные стратегии и тактики речевого воздействия в политическом интернет-дискурсе Д. Трампа на материале постов об иммиграционном кризисе на южной границе США [Гальчук, 2021]. Исследованы стратегии и тактики создания положительного имиджа политического деятеля [Каменева и др., 2021]. Исследования, направленные

на выявление тактик, актуализирующих основные направления политики в отношении COVID-19, нам не встречались.

3. Результаты и обсуждение = Results and Discussion

Наш интерес сосредоточен на изучении тактик речевого воздействия, используемых политическими лидерами в рамках репрезентации пандемии COVID-19. Проведенный анализ позволил выделить две группы тактик: тактики отрицательной репрезентации и тактики положительной репрезентации. Далее перейдем непосредственно к результатам настоящего исследования.

3.1. Тактики отрицательной репрезентации пандемия COVID-19 в речах Б. Джонсона и Д. Байдена

В своих выступлениях политические лидеры Великобритании и США дают оценку сложившейся эпидемиологической ситуации, вызванной пандемией коронавируса.

3.1.1. Основной тактикой репрезентации пандемии является ТАКТИКА АКЦЕНТИРОВАНИЯ УГРОЗЫ, реализующаяся лексическими и грамматическими языковыми средствами, а также стилистическими приемами. Так, следующий пример из речи Д. Байдена подчеркивает серьезность и масштаб угрозы посредством лексических единиц с оценочным компонентом (*complicated challenges / сложных задач*) и превосходной степени прилагательных в (*the biggest and most complicated / самых больших и сложных*):

It's one of the biggest and most complicated challenges in our history (Это одна из самых больших и сложных задач в нашей истории) (здесь и далее перевод наш. — Н. Д., Е. К.) [Biden, August, 23, 2021].

Оба лидера прибегают к использованию образных средств языка для репрезентации пандемии. В связи с этим характерно использование метафорической модели войны, что демонстрируют следующие фрагменты:

We're in the midst of a wartime effort to beat this pandemic (Мы находимся в разгаре военных действий по борьбе с этой пандемией) [Biden, August, 23, 2021].

For month after month our collective fight against Coronavirus was like fighting in the dark against a callous and invisible enemy / (Месяц за месяцем наше всеобщее сражение с вирусом было похоже на сражение в темноте с бездушным и невидимым врагом) [Johnson, March, 23, 2021].

Следующий пример, содержащий стилистический прием противопоставления, усиленный лексическим повтором, подчеркивает смертельную угрозу, вызванную COVID-19:

The virus doesn't care if you're a Democrat or a Republican. This is about life and death. Life and death (Вирусу все равно, демократ Вы или респу-

бликанец. Это вопрос жизни и смерти. Жизни и смерти) [Biden, August, 3, 2021].

Следует отметить, что использование стилистических приемов оказывает эмоциональное воздействие на слушателей, вызывая чувство страха как за собственную жизнь, так и за жизнь и здоровье близких.

Помимо воздействия на эмоциональную сферу, лидеры стран призывают к сознанию граждан, объясняя причину смертельного исхода — отсутствие вакцинации:

People are dying needlessly because they haven't had their jabs, they haven't had that booster (Люди умирают напрасно, потому что они не сделали прививки или не прошли ревакцинацию) [Johnson, January, 4, 2022].

Almost everyone who has died from COVID-19 in the past many months has been unvaccinated. Unvaccinated (Почти все, кто умер от COVID-19 за последние несколько месяцев, были не привиты. Не привиты) [Biden, December, 12, 2021].

3.1.2. Еще одной тактикой отрицательной репрезентации пандемии является ТАКТИКА МОДЕЛИРОВАНИЯ НЕГАТИВНОГО СЦЕНАРИЯ. В этом случае характерно использование условных предложений. Лидерам стран свойственна репрезентация будущих событий, связанных с распространением коронавирусной инфекции, в частности, речь идет о разрушительных последствиях пандемии и фатальных исходах, которые неизбежны при условии, если граждане не пройдут вакцинацию.

Так, в следующем фрагменте категорично утверждается, что отсутствие вакцинации повлечет за собой множество нелепых смертей:

Many of you will — you know, you'll experience severe illness, in many cases, if you get COVID-19 if you're not vaccinated. Some will die — needlessly die (Многие из вас — вы понимаете, вероятнее всего столкнутся с тяжелым заболеванием, если вы заразитесь COVID-19, если вы не вакцинированы. Некоторые умрут — напрасно умрут) [Biden, January, 4, 2022].

Как представляется, использование местоимения *you* / *вы* в данном контексте неслучайно. Личное местоимение позволяет убедить слушателя, что речь идет именно о его будущем. Подобная репрезентация в совокупности с категоричностью высказывания способна вызывать чувство тревоги у адресата.

Высказывания Б. Джонсона относительно будущих событий, связанных с распространением заболевания, менее категоричны, однако апелляция к эмоциям (*remorseless* / *безжалостная* / *sadly* / *печально*) также оказывает воздействие на чувства и настроение аудитории:

<...> *we know the remorseless logic of exponential growth could lead to a big rise in hospitalisations, and therefore sadly in deaths* (<...> мы знаем,

что безжалостная логика прогрессирующего роста может привести к значительному увеличению числа госпитализаций и, как это ни печально, смертей) [Johnson, December, 8, 2022].

Негативный сценарий в следующем примере конструируется посредством использования метафор разрушения и хаоса (*chaos / хаоса, damage / ударом*), эмоционально окрашенной лексики (*anxiety / беспокойством*), эпитетов (*endless / беспокойством, empty / пустыми*), создается образ бесконечного хаоса и страха:

Without them [vaccinations], we face endless months of chaos in our hospitals, damage to our economy, and anxiety in our schools, and empty restaurants (Без них [прививок] мы столкнемся с бесконечными месяцами хаоса в наших больницах, ударом для нашей экономики, беспокойством в наших школах и пустыми ресторанами) [Biden, October, 7, 2022].

3.1.3. В рамках отрицательной репрезентации пандемии использует также ТАКТИКА ПРИВЛЕЧЕНИЯ НЕГАТИВНОГО ОПЫТА. Лидеры стран призывают прислушаться к мнению безнадежно больных людей, находящихся на грани смерти, которые сожалеют о том, что не сделали вовремя прививку. Создаваемый образ неизбежной кончины в следующем фрагменте в совокупности с лексическим повтором, выражающим сожаление людей, оказывает имплицитное воздействие как на эмоциональную сферу слушателя, вызывая чувство сострадания, так и на сознание граждан, являясь веским аргументом в пользу вакцинации:

Listen to the voices of the unvaccinated Americans who are lying in hospital beds, taking their final breaths, saying — and, literally, we've seen this on television — “If only I had gotten vaccinated. If only. If only” (Послушайте тех непривитых американцев, которые лежат сейчас на больничных койках, делая последний вздох со словами — и мы действительно видели это по телевизору — «Если бы я только сделал прививку. Если бы только. Если бы только») [Biden, September, 24, 2022].

Помимо имплицитного воздействия на аудиторию, политические лидеры открыто призывают поучиться на чужих ошибках, приводя в пример страдания больных людей (*miserable / ужасные, suffering / напрасные*), и примерить их опыт на себя.

And I want to speak directly to all those who have yet to get fully vaccinated. The people who think the disease can't hurt them — look at the people going into hospital now, that could be you. Look at the intensive care units and the miserable, needless suffering of those who did not get their booster, that could be you (И я хочу обратиться непосредственно ко всем тем, кто еще не прошел полную вакцинацию. Люди, которые думают, что болезнь не может причинить им вреда — посмотрите на людей, которые сейчас находятся

в больнице, на их месте можете оказаться Вы. Посмотрите на реанимационные отделения и ужасные, напрасные страдания тех, кто не прошел ревакцинацию, на их месте можете оказаться Вы) [Johnson, December, 31, 2021].

3.2. Тактики положительной репрезентации пандемия COVID-19 в речах Б. Джонсона и Д. Байдена

Помимо тактик отрицательной репрезентации пандемии, лидеры стран используют тактики положительной репрезентации.

3.2.1. Одной из таковых является ТАКТИКА АКЦЕНТИРОВАНИЯ ДОСТИЖЕНИЙ, которая реализуется прежде всего лексикой с положительной семантикой (*make progress / добиваться успеха, strong protection / сильную защиту*):

*There is no doubt at all that this country is continuing to **make progress** in the fight against Covid* (Нет никаких сомнений в том, что наша страна продолжает добиваться успеха в борьбе с Covid) [Johnson, April, 20, 2021].

*And fourth, I want to emphasize that the vaccines provide very **strong protection** from severe illness from COVID-19* (И, в-четвертых, я хочу подчеркнуть, что прививки обеспечивают очень сильную защиту от тяжелого течения заболевания COVID-19) [Biden, September, 9, 2021].

Помимо лексических средств, положительные репрезентации создаются грамматическими языковыми средствами, что демонстрирует следующий пример, содержащий прилагательные в сравнительной степени (*brighter and brighter / ярче и ярче*):

*As more Americans get vaccinated, the days grow **brighter and brighter*** (По мере того, как все больше американцев получают вакцину, дни становятся все ярче и ярче) [Biden, May, 28, 2021].

Отметим, что результаты борьбы с распространением коронавирусной инфекции соотносятся с вакцинацией граждан. В следующем фрагменте вакцинация населения представлена метафорически как свет в конце тоннеля. Используемая метафора позволяет создать образ вакцинации как единственного выхода, который спасет жизни людей. Кроме того, Д. Байден эксплицитно указывает на колоссальные достижения в этой области (*achievement / достижением*):

*Every day, **the light at the end of that tunnel** is growing brighter. This vaccination effort has been an historic logistical **achievement** for our nation* (С каждым днем свет в конце тоннеля становится все ярче. Эта работа по вакцинации стала историческим прогрессирующим достижением для нашей страны) [Biden, May, 17, 2021].

3.2.2. В своих выступлениях политические лидеры конструируют репрезентации победы над вирусом COVID-19 посредством ТАКТИКИ МО-

ДЕЛИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО СЦЕНАРИЯ. Использование будущего времени, а также модального глагола *can / можем*, выражающего уверенность говорящего, придает категоричность утверждению и выражает уверенность говорящего, которая потенциально передается слушателю и позволяет убедить его в положительном исходе борьбы над вирусом:

It's humanity against the virus — we are in this together, and together we will prevail (Это человечество против вируса — мы участвуем в этом вместе, и вместе мы одержим победу [Johnson, May, 20, 2021]).

If we raise our vaccination rate, protect ourselves and others with masking and expanded testing, and identify people who are infected, we can and we will turn the tide on COVID-19 (Если мы повысим уровень вакцинации, защитим себя и других с помощью маски, увеличим количество тестирований и выявим инфицированных людей, мы сможем переломить ситуацию с COVID-19, и мы сделаем это) [Biden, September, 9, 2021].

3.2.3. Тактика моделирования положительного сценария часто пересекается с ТАКТИКОЙ СОЛИДАРИЗАЦИИ, подчеркивающей необходимость объединиться для борьбы с врагом-коронавирусом. Лидеры стран подчеркивают, что только вместе возможно одержать победу над смертельно опасным вирусом. В связи с этим характерно использование наречия *together / вместе*, а также средств конструирования национальной идентичности (*the United States of America / Соединенные Штаты Америки, the whole country / вся страна*), что демонстрируют следующие примеры:

Look, we're the United States of America. There's nothing — not a single thing — we're unable to do if we do it together. So let's stay together (Послушайте, мы Соединенные Штаты Америки. Нет ничего, ни единой вещи, которую мы не смогли бы сделать, если будем делать это вместе. Так давайте объединимся) [Biden, September, 9, 2021].

<...> *we have the tools to combat the virus, if we can come together as a country and use those tools* (<...> у нас есть инструменты для борьбы с вирусом, если мы сможем объединиться как страна и использовать эти инструменты) [Biden, September, 9, 2021].

<...> *the whole country can take another step on a long and hard road back to normality* (<...> вся страна может ступить на долгий и сложный путь возвращения к обычной жизни) [Johnson, February, 10, 2021].

3.2.4. С целью вызвать чувство ответственности за собственное здоровье и здоровье близких, а также взывая к чувству патриотизма, политические лидеры прибегают к ТАКТИКЕ АПЕЛЛЯЦИИ К ДОЛГУ, реализующейся лексическими единицами с семантикой долженствования (*duty / долг, must / должны*), которые позволяют убедить граждан страны в необходимости вакцинации:

*Get vaccinated now. It's free. It's convenient. I promise you, it saves lives. And I, honest to God, believe it's your patriotic **duty*** (Сделайте прививку прямо сейчас. Это бесплатно. Это удобно. Я обещаю Вам, это спасает жизни. И я, положив руку на сердце, считаю, что это Ваш патриотический долг) [Biden, December, 12, 2021].

*But I need to speak to you this evening, because I am afraid we are now facing an emergency in our battle with the new variant, Omicron, and we **must** urgently reinforce our wall of vaccine protection to keep our friends and loved ones safe* (Но я вынужден обратиться к вам сегодня вечером, потому что боюсь, что сейчас мы стоим перед лицом чрезвычайной ситуации в нашей битве с новым вариантом, Омикроном, и мы должны срочно укрепить нашу оборону вакциной, чтобы обезопасить наших друзей и близких) [Johnson, December, 12, 2021].

3.2.5. Лидеры Великобритании и США прямо призывают граждан вакцинироваться, используя в обращениях ТАКТИКИ УБЕЖДЕНИЯ И ПРИЗЫВА, которые часто пересекаются и дополняют друг друга. Тактика убеждения, сопровождающаяся призывом, реализуется в следующем примере как средствами рациональной аргументации, которые подчеркивают положительные стороны вакцинации, так и экспрессивными средствами языка, воздействующими на эмоциональную сферу слушателей:

*Vaccination is **free**. It's **easy**, it's **safe**, and it's **effective**. And it's **convenient**.... So, please, get your shot today. There's no time to waste* (Вакцинация бесплатная. Это просто, безопасно и эффективно. И это удобно... Так что, пожалуйста, сделайте прививку сегодня. Не стоит терять время) [Biden, August, 23, 2021].

Тактика убеждения в следующем примере актуализируется использованием лексики с положительной семантикой (*protect / защитить, care / дорожи*), а также форм превосходной степени прилагательного и наречия (*the best / лучшее, the most / больше всего*):

*The **best** thing you can do to **protect** yourself and your family and the people you **care** about **the most** is get vaccinated* (Лучшее, что вы можете сделать, чтобы защитить себя, свою семью и людей, которые вам больше всего дороги, — это сделать прививку) [Biden, July, 6, 2021].

Тактика призыва актуализируется использованием повелительного наклонения глагола, что показано в следующих примерах:

*It's time for another Great British Vaccination Effort. We've done it before, we're going to do it again, and **let's not give** the virus a second chance* (Настало время для еще одной кампании по всеобщей вакцинации в Британии. Мы делали это раньше, мы собираемся сделать это снова, и давайте не оставим вирусу второго шанса) [Johnson, November, 30, 2021].



Get vaccinated. Get boosted (Сделайте прививку. Пройдите ревакцинацию) [Biden, January, 4, 2022].

4. Заключение = Conclusions

Итак, в ходе настоящего этапа исследования изучены коммуникативные тактики, актуализирующие основные политические установки в отношении COVID-19. Проведенный анализ позволил выделить две группы тактик, воздействующих на социальное сознание и поведение: тактики отрицательной репрезентации и тактики положительной репрезентации.

Тактики отрицательной репрезентации пандемии включают следующие: акцентирование угрозы, моделирование негативного сценария, привлечение негативного опыта. Тактики данной группы способны вызывать беспокойство и чувство тревоги за жизнь и здоровье, с одной стороны, и оказывать персуазивное воздействие, стимулирующее принятие решения о вакцинации, с другой стороны. Положительные репрезентации создаются посредством использования таких тактик, как акцентирование достижений, моделирование положительного сценария, солидаризация, апелляции к долгу, убеждение и призыв. Тактики положительной репрезентации пандемии используются в рамках конструктивистского подхода к языку. Коммуникативные тактики, используемые лидерами стран, призваны убедить граждан пройти вакцинацию и направлены на конструирование реальности, которая характеризуется всеобщей вакцинацией и победой над коронавирусом.

Языковые средства актуализации выделенных тактик оказывают целенаправленное воздействие на эмоциональную сферу и сознание граждан, являясь веским аргументом в пользу вакцинации. Проведенный анализ способствует пониманию дискурсивных механизмов воздействия на массовое сознание. Дальнейшее изучение материала видится нам перспективным направлением исследования.

Источники

GOV.UK [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.gov.uk> (accessed 10.12.2021).

The White House [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.whitehouse.gov> (accessed 10.12.2021).

Литература

1. *Воскресенская Н. А.* К вопросу о перспективах выживания covid-неологизмов в современном английском языке / Н. А. Воскресенская, О. О. Гулик // Научный диалог. — 2021. — № 11. — С. 50—62. — DOI: 10.24224/2227-1295-2021-11-50-62.

2. *Гальчук Д. С.* Стратегии и тактики речевого воздействия Д. Трампа (на материале постов об иммиграционном кризисе на южной границе США) / Д. С. Гальчук //



Политическая лингвистика. — 2021. — № 4 (88). — С. 29—34. — DOI: 10.26170/1999-2629_2021_04_03.

3. *Ефименко Т. Н.* Реализация функции воздействия в общественно-политическом дискурсе / Т. Н. Ефименко // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2019. — Т. 12, № 12. — С. 321—325. — DOI: 10.30853/filnauki.2019.12.65.

4. *Иссерс О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — Изд. 5-е. — Москва : Издательство ЛКИ, 2008. — 284 с. — ISBN 978-5-382-00698-7.

5. *Каменева В. А.* Стратегия самопрезентации политика (на материале личного и официального блогов в Twitter вице-президента США Камалы Харрис) / В. А. Каменева, Н. В. Потапова // Научный диалог. — 2021. — № 11. — С. 82—105. — DOI: 10.24224/2227-1295-2021-11-82-105.

6. *Курьшева В. И.* Коммуникативная стратегия воздействия в американском предвыборном дискурсе (на материале политических речей Б. Обамы 2008 г.) / В. И. Курьшева // Вестник Вятского государственного университета. — 2010. — № 1—2. — С. 70—72.

7. *Михалева О. Л.* Политический дискурс : специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалева. — Москва : Книжный дом ЛИБРОКОМ, 2009. — 256 с. — ISBN 978-5-397-00227-1.

8. *Ощепкова Н. А.* Реализация механизмов речевого воздействия в политическом дискурсе / Н. А. Ощепкова // Гуманитарные и социальные науки. — 2020. — № 3. — С. 121—132. — DOI: 10.18522/2070-1403-2020-80-3-121-132.

9. *Паршина О. Н.* Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : автореферат диссертации ... доктора филологических наук / О. Н. Паршина. — Саратов, 2005. — 48 с.

10. *Радбиль Т. Б.* Активные процессы в лексике и словообразовании русского языка эпохи коронавируса: лингвокогнитивный аспект / Т. Б. Радбиль, Л. В. Рацбургская, И. В. Палощи // Научный диалог. — 2021. — № 1. — С. 63—79. — DOI: 10.24224/2227-1295-2021-1-63-79.

11. *Радбиль Т. Б.* Лингвопрагматический потенциал активных процессов в русском неологическом словообразовании новейшего периода / Т. Б. Радбиль, Л. Ясаи, И. Палощи // Научный диалог. — 2022. — Т. 11, № 1. — С. 101—121. — DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-1-101-121.

12. *Симонян А. А.* Оценочность с точки зрения коммуникативных стратегий (на материале сенатских слушаний США / А. А. Симонян // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2009. — № 1. — С. 114—123.

13. *Хафизова А. А.* Особенности речевого воздействия английского политического дискурса (на примере речи Бориса Джонсона, произнесенной на 74-й Генеральной Ассамблее ООН) / А. А. Хафизова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. — 2020. — Т. 13, № 6. — С. 210—216. — DOI: 10.30853/filnauki.2020.6.39.

14. *Чернова О. Е.* «Мир никогда не будет прежним»: актуальные фразеологизмы в период пандемии коронавируса / О. Е. Чернова, А. А. Осипова, Н. В. Позднякова // Научный диалог. — 2021. — № 5. — С. 140—153. — DOI: 10.24224/2227-1295-2021-5-140-153.

15. *Чинарова Е. С.* Тактика манипулятивного воздействия на адресата в политическом дискурсе / Е. С. Чинарова // Вестник Челябинского государственного университета. — 2009. — № 43 (181). — С. 150—152.



16. Шейгал Е. И. Семантика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — Москва : Гнозис, 2004. — 326 с. — ISBN 5-7333-0144-9.
17. Bloor M. The Practice of Critical Discourse Analysis: An Introduction / M. Bloor, Th. Bloor. — London : Hodder Arnold, 2007. — 207 p. — ISBN 9780340912379.
18. Van Dijk T. A. Politics, ideology and discourse / T. A. van Dijk // Elsevier Encyclopedia of Language and Linguistics. Volume on Politics and Language / edited by R. Wodak. — 2006. — P. 728—740.

Material resources

GOV.UK — Available at: <https://www.gov.uk> (accessed 10.12.2021).
The White House — Available at: <https://www.whitehouse.gov> (accessed 10.12.2021).

References

- Bloor, M., Bloor, Th. (2007). *The Practice of Critical Discourse Analysis: An Introduction*. London: Hodder Arnold. 207 p. ISBN 9780340912379.
- Chernova, O. E., Osipova, A. A., Pozdnyakova, N. V. (2021). «World will never be same»: phraseologisms during coronavirus pandemic. *Nauchnyy dialog*, 5: 140—153. DOI: 10.24224/2227-1295-2021-5-140-153. (In Russ.).
- Chinarova, E. S. (2009). Tactics of manipulative influence on the addressee in political discourse. *Bulletin of Chelyabinsk state university*, 43 (181): 150—152. (In Russ.).
- Efimenko, T. N. (2019). Realization of influencing function in socio-political discourse. *Philology. Theory & practice*, 12 (12): 321—325. DOI: 10.30853/filnauki.2019.12.65. (In Russ.).
- Gal'chuk, D. S. (2021). Strategies and tactics of verbal manipulation employed by D. Trump (on the topic of the US immigration crisis on the Southern border). *Political linguistics*, 4 (88): 29—34. DOI: 10.26170/1999-2629_2021_04_03. (In Russ.).
- Issers, O. S. (2008). *Communication strategies and tactics of Russian speech*. (5th ed.). Moscow: Publishing house LKI. 284 p. ISBN 978-5-382-00698-7. (In Russ.).
- Khafizova, A. A. (2020). Specificity of speech influence in the English political discourse (by the example of Boris Johnson's speech at the 74th session of the UN general assembly). *Philology. Theory & practice*, 13 (6): 210—216. DOI: 10.30853/filnauki.2020.6.39. (In Russ.).
- Kameneva, V. A., Potapova, N. V. (2021). Strategy of self-presentation of a politician (personal and official blogs on Twitter of US vice president Kamala Harris). *Nauchnyi dialog*, 11: 82—105. DOI: 10.24224/2227-1295-2021-11-82-105. (In Russ.).
- Kuryшева, V. I. (2010). Communicative strategy in American electoral discourse (on the basis of Obama's political election speeches). *Herald of Iyotka State University*, 1—2: 70—72. (In Russ.).
- Mikhaleva, O. L. (2009). Political discourse: the specifics of manipulative influence. Moscow: Knizhnyy dom LIBROKOM. 256 p. ISBN 978-5-397-00227-1. (In Russ.).
- Oshchepkova, N. A. (2020). Implementation of speech influence mechanism in political discourse. *The humanities and social-economic sciences*, 3: 121—132. DOI: 10.18522/2070-1403-2020-80-3-121-132. (In Russ.).
- Parshina, O. N. (2005). *Strategies and tactics of speech behavior of the modern political elite of Russia: author's abstract of Doct. Diss.* Saratov. 48 p. (In Russ.).
- Radbil, T. B., Ratsiburskaya, L. V., Paloshi, I. V. (2021). Active processes in the vocabulary and word formation of the russian language in the era of coronavirus: linguo-cogni-



- tive aspect. *Nauchnyi dialog*, 1: 63—79. DOI: 10.24224/2227-1295-2021-1-63-79. (In Russ.).
- Radbil, T. B., Jaszay, L., Palosi, I. (2022). Linguopragmatic potential of active processes in russian neological word formation of latest period. *Nauchnyi dialog*, 11 (1): 101—121. DOI: 10.24224/2227-1295-2022-11-1-101-121. (In Russ.).
- Simonyan, A. A. (2009). Evaluation in terms of communication strategies (based on the Senate hearings in the USA). *Moscow State university bulletin. Series 19. Linguistics and intercultural communication*, 1: 114—123. (In Russ.).
- Sheygal, E. I. (2004). *Semiotics of political discourse*. Moscow: Gnozis. 326 p. ISBN 5-7333-0144-9. (In Russ.).
- Van Dijk, T. A. (2006). Politics, ideology and discourse. In: Wodak, R. (ed.). *Elsevier Encyclopedia of Language and Linguistics. Volume on Politics and Language*. 728—740. (In Russ.).
- Vokresenskaya, N. A., Gulik, O. O. (2021). Prospects for Survival of Covid Neologisms in Modern English. *Nauchnyi dialog*, 11: 50—62. DOI: 10.24224/2227-1295-2021-11-50-62.

*Статья поступила в редакцию 11.02.2022,
одобрена после рецензирования 21.04.2022,
подготовлена к публикации 08.05.2022.*