

Вестник Череповецкого государственного университета. 2022. № 5 (110). С. 164–174.
Cherepovets State University Bulletin, 2022, no. 5 (110), pp. 164–174.

Научная статья

УДК 8

<https://doi.org/10.23859/1994-0637-2022-5-110-13>

Спортивная лексика в англоязычном предвыборном дискурсе

Андрей Юрьевич Рогозин

Сибирский юридический институт МВД России,
Красноярск, Россия

wildcatwise@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-9395-1363>

Аннотация. В статье рассматривается взаимодействие (в период проведения президентских гонок в США в 2016 и 2020 гг.) спортивного и предвыборного англоязычного дискурсов на прагматическом и стилистическом уровнях, а также в аспекте применения коммуникативных стратегий. Стратегии предвыборного дискурса рассмотрены с точки зрения их влияния на восприятие текста. Автор пришел к выводу, что спортивная лексика придает предвыборным кампаниям образ спортивного состязания, достигая этого с помощью применения автором текста стилистических и прагматических приемов, использованных в русле синтаксических коммуникативных стратегий, которые могут быть представлены стратегией с суперпозицией ремы и стратегией с неингерентной темой.

Ключевые слова: спорт, политика, англоязычный предвыборный дискурс, коммуникативные стратегии

Для цитирования: Рогозин А. Ю. Спортивная лексика в англоязычном предвыборном дискурсе // Вестник Череповецкого государственного университета. 2022. № 5 (110). С. 164–174. <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2022-5-110-13>.

Sports lexis in the English pre-election discourse

Andrey Yu. Rogozin

Siberian Law Institute of MIA of Russia,
Krasnoyarsk, Russia,

wildcatwise@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-9395-1363>

Abstract. The article deals with interaction (in the period of presidential races in the USA in 2016 and 2020) between English sports and pre-election discourses at pragmatic and stylistic levels as well as in the aspect of communicative strategies used. Strategies of pre-election discourse are investigated in terms of their impact on the text perception. The author concludes that sports vocabulary gives the image of a sports competition to pre-election campaigns achieving this by stylistic and pragmatic means that are used in accordance with syntactic communicative strategies, which may be represented by the strategies with a focus on the rheme superposition and non-inherent theme.

Keywords: sport, politics, the English pre-election discourse, communicative strategies

© Рогозин А. Ю., 2022

For citation: Rogozin A. Yu. Sports lexis in the English pre-election discourse. *Cherepovets State University Bulletin*, 2021, no. 5 (110), pp. 164–174. (In Russ.). <https://doi.org/10.23859/1994-0637-2022-5-110-13>.

Введение

Взаимодействие дискурсов, т. е. взаимодействие сознаний, приводит к акту создания конкретного текста. В рамках данного исследования рассматривается взаимодействие англоязычного предвыборного и спортивного дискурсов в периоды проведения избирательных кампаний.

Цель исследования – изучить особенности взаимодействия англоязычного предвыборного и спортивного дискурсов в аспекте применения авторами текстов коммуникативных стратегий.

Задачи:

- рассмотреть использование единиц спортивной лексики в текстах предвыборного дискурса в прагматическом аспекте;
- изучить применение спортивной лексики в предвыборных текстах в стилистическом аспекте;
- исследовать коммуникативные стратегии, в рамках которых используется спортивная лексика в текстах предвыборного дискурса.

Тип осуществляемого исследования обусловил использование как общенаучных методов (наблюдение, индукция/дедукция, анализ/синтез, систематизация, классификация), так и лингвистических методов: метод языкового описания, контент-анализ, когнитивный анализ и интерпретативный анализ.

Теоретической базой исследования послужили публикации российских и иностранных ученых в области взаимодействия предвыборного и спортивного дискурсов.

Практическая значимость определяется выводами, основанными на обобщении и анализе исследованного материала, необходимости исследований в данном направлении. Также в статье отмечается целесообразность дальнейшего изучения коммуникативных стратегий, реализующихся в процессе взаимодействия предвыборного и спортивного дискурсов.

Основная часть

Предвыборный текст представляет собой сложное дискурсивное образование в единстве его институциональных признаков. Изучением различных аспектов предвыборного дискурса занимаются зарубежные и российские ученые, среди которых хотелось бы выделить таких авторов, как: С. И. Виноградов¹, О. В. Гайкова², Д. А. Ежов³, Abdel Moety¹, K. Garimellia², R. Wodak³ и др.

¹ Виноградов С. И. и др. Выразительные средства в парламентской речи // Культура парламентской речи. Москва: Наука, 1994. С. 66.

² Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград: [б. и.], 2003. 210 с.

³ Ежов Д. А. Проект «Собчак против всех» в российском предвыборном дискурсе // Вестник финансового университета. Гуманитарные науки. 2018. Т. 8, № 4. С. 16–22.

Речевые стратегии и тактики в жанре предвыборной коммуникации изучали, в частности, такие исследователи, как Д.Р. Акопова⁴, В.И. Тармаева⁵ и др.

В статье мы пытаемся ответить на следующие вопросы:

1. Каковы функции спортивной лексики в предвыборных текстах?
2. Через использование каких языковых средств (в частности, прагматических и стилистических) реализуются эти функции?
3. Каковы стратегии использования спортивной лексики в предвыборном дискурсе?

Достоверность результатов исследования может быть подтверждена репрезентативным лингвистическим материалом и использованием традиционных и современных научных методов.

Материалом для исследования послужили предвыборные тексты ведущих качественных англоязычных изданий, посвященных ходу избирательных кампаний в разные годы (с 2012 г. по настоящее время). Были проанализированы публикации следующих СМИ: the Washington Post, the New York Times, the USA Today, The Australian, The Hill Times, The Economist, The Post and Courier, BBC и др.; было проанализировано более 1500 текстов предвыборного англоязычного дискурса и в них обнаружено около 3000 примеров использования спортивной лексики в предвыборных текстах. Анализ отобранных примеров показал, что из спортивной лексики наиболее часто в политических текстах встречаются термины: leadership (200 употреблений), win (больше 150 употреблений), contest (95 употреблений) и race (160) и т.п. Такая частотность применения именно этих слов может быть обусловлена тем, что все эти лексемы имеют позитивную смысловую коннотацию, содержащую в себе идею соревнования, победы и движения к прогрессу. Эти составляющие свойственны спорту и, до некоторой степени, предвыборной политической борьбе.

При сборе данных использовался метод непрерывной выборки. Для написания данной статьи были отобраны примеры из предвыборных текстов, освещающих события президентских гонок в США в 2016 и 2020 гг. Исследование проводится с 2012 года по настоящее время. На первом этапе осуществлялась работа с прагмати-

¹ Abdel-Moety D. M. American Political Discourse as Manifested in Hillary Clinton's Interviews: A Critical Approach // English Linguistics Research. 2015. Vol. 4, no. 1. URL: https://www.researchgate.net/publication/287697988_American_Political_Discourse_as_Manifested_in_Hillary_Clinton's_Interviews_A_Critical_Approach (дата обращения: 07.05.2022).

² Garimella K., De Francisci Morales G., Gionis A., Mathioudakis M. Political Discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship // The Web Conference 2018: Proceedings of The World Wide Web Conference WWW2018 (April 23–27 2018, Lyon, France). URL: <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/3178876.3186139> (дата обращения: 07.05.2022).

³ Wodak R. Crisis communication and crisis management during COVID-19 // Global Discourse. 2021. Vol. 11, no. 3. P. 329–353.

⁴ Акопова Д. Р. Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 6 (1). С. 403–409.

⁵ Тармаева В. И. Герменевтические основы техники понимания вербальных текстов. Москва: ФЛИНТА, 2019. 176 с.; Хрестоматия / Составление К.Ф. Седова. Москва: Лабиринт, 2007. С. 197–236.

ческими средствами применения спортивной лексики в политических текстах, затем анализировались стилистические особенности, а на заключительном этапе исследования рассматривались используемые коммуникативные стратегии.

Термин «прагматика» достаточно разработан в филологической науке, что нашло отражение в многочисленных исследованиях, например, в работах Томаса Берта¹, Рут Маргарет Кемпсон², Дж. Остин³ и другие ученые. Но для нашего исследования удобно рассматривать прагматику как отношение говорящего к содержанию сообщения или его адресату, зафиксированное в языковой единице (лексеме, синтаксической структуре и т. д.). Так как в процессе общения участникам коммуникативного процесса удается сказать меньше, чем изначально ими запланировано, коммуниканты вынуждены использовать прагматические средства языка для кодирования своего сообщения и донесения его скрытого содержания до адресата. Маркерами регулятивных действий коммуникантов в процессе общения в языковом пространстве дискурса являются многоуровневые языковые средства: оценочная лексика, перформативы, местоимения, обобщенные формы абстрактных существительных, изъяснительные ассертивы, вводные элементы и определители, безагентный пассив, различные виды перечисления, а также намеки различного характера.

Например:

– “Elizabeth Warren, 70, Senator from Massachusetts; former Harvard professor dropped out of the race following a steady decline in support and a poor showing on Super Tuesday. [https://www.nytimes.com/interactive/2019/us/politics/2020-presidential-candidates.html]. В данном примере присутствует рекуррентная конструкция, ситуативно связанная с событием. Словосочетание “drop out of the race” указывает на взаимодействие предвыборного и спортивного дискурса: политика взяла из мира спорта природу соревновательного момента.

– Biden said he and his team have a lot of work ahead of them in repairing fractured agencies as well as ties with foreign allies. [https://www.usnews.com/news/elections/articles/2020-12-18/the-trump-policies-biden-can-undo-by-executive-order].

В тексте этого примера задействован определитель – притяжательное местоимение и пример распределения смысловой информации между основным и производным значениями слова – слово “team” использовано в неспортивном значении.

– Although Democrat Raphael Warnock was the top vote-getter in the other race, Loeffler and GOP Congressman Doug Collins together won over 60,000 votes more than Warnock [https://www.cbsnews.com/news/georgia-senate-election-runoff-early-voting-starts/].

¹ Bearth Thomas <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199609895.001.0001/oxfordhb-9780199609895-e-6> (дата обращения: 07.05.2022).

² Kempson R. M. Pragmatics: Language and Communication // The Handbook of Linguistics / edited by M. Aronoff, J. Rees-Miller. Chichester, West Sussex, UK: John Wiley & Sons, 2020. P. 417–444.

³ Остин Дж. Л. Истина. Как совершать действия при помощи слов, Смысл и сенсibiliи, Чужое сознание // Остин Дж. Л. Избранное. Москва: Идея-Пресс; Дом интеллектуальной книги, 1999. 332 с.

В этом предложении вновь используется распределение семантической информации между основным и производным значением слова “race”.

– “Mr Biden, who holds a steady lead in national polls, campaigned in Pennsylvania, another key state”. [BBC <https://www.bbc.com/news/election-us-2020-54678821> US election 2020].

В примере словосочетание hold a steady lead использовано в переносном значении, вновь имеет место перераспределение смысловой информации между основным и производным значениями слова. Благодаря этому читателю передается уверенность автора в победе Джо Байдена. Словосочетание “hold a steady lead” может быть расценено как рекуррентная конструкция.

Таким образом, для оказания убеждающего воздействия на читателя авторы текстов, относящихся к сфере предвыборного дискурса, используют такие прагматические средства, как: ассертивы глаголов в изъявительном наклонении, перформативы глаголов (в частности, обещания, предсказания, оценки), различные варианты подسказки, сдвиги смыслового значения слова и др.

Стилистические приемы также используются для усиления убеждающего эффекта предвыборного текста. Спортивная лексика представляет собой, в том числе, и интертекстуальный элемент, включенный в предвыборный текст. О включении внутритекстовых элементов в тексты в одной из своих работ рассуждает Н. В. Колесова¹. Предвыборный дискурс представляет собой вид политического дискурса, имеющий отношение к конкретной избирательной кампании; вместе с тем, предвыборный дискурс является сложным, неоднородным и быстро развивающимся языковым и социальным явлением. Предвыборный дискурс оказывает влияние на формирование определенного общественного мнения о ходе и участниках избирательной кампании. А использование спортивной лексики при написании предвыборного текста является действенным приемом, призванным повысить степень выразительности текста².

Как может показаться на первый взгляд, предвыборный текст должен в основном совпадать с неким установившимся шаблоном. В этом случае его смысл максимально быстро дойдет до адресата, и текст будет эффективен в доведении своего скрытого содержания до читателя. Но в то же время предвыборный текст, ставящий задачу убедить избирателя, не должен быть скучным. «Политическое» употребление спортивной лексики в предвыборном тексте является примером контраста, который улавливается сознанием интерпретатора, благодаря чему повышается запоминаемость текста. На наш взгляд, использование спортивной лексики в предвыборном тексте имеет творческий потенциал, который реализуется, в том числе, благодаря стилистическим приемам. Так, авторы статей продуктивно используют метафору в своих текстах: – In the days that followed – as Biden’s lead widened – the president and his legal team escalated claims of wrongdoing, alleging things such as that poll workers

¹ Колесова Н. В. Способы включения интертекстуальных элементов в художественный текст // Язык в пространстве современной культуры. Краснодар, 2012. С. 81–88.

² Рогозин А. Ю. Спортивная лексика в политическом дискурсе англоязычных СМИ / А. Ю. Рогозин // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2013. №1. С. 196–198.

weren't given adequate access to observe ballot counting. [<https://www.theguardian.com/us-news/2021/jan/01/trump-attacks-vote-by-mail-voting-rights>].

В этом примере, помимо метафоры "Biden's lead widened", которая является стилистическим приемом, задействованы и прагматические средства достижения персуазивного воздействия: применяется вводный элемент «в последующие дни».

– "But the transition has also been historically choppy, with some agencies under the administration of President Donald Trump being uncooperative with incoming Biden teams (redistribution of a semantic information) and Trump himself claiming – despite dozens of lost court challenges – that there are still ways for him to remain in office after losing the election by more than 7 million votes and by 74 Electoral College votes". [<https://www.usnews.com/news/elections/articles/2020-12-18/the-trump-policies-biden-can-undo-by-executive-order>]. В этом примере задействованы эпитет "Biden teams" и метафора "losing the election".

Пример использования развернутой метафоры:

– With the long count of absentee ballots barely underway in some states, Trump still leads in Michigan, Pennsylvania and Georgia, while Biden clings to a precarious lead in Wisconsin, Arizona and Nevada". [<https://www.france24.com/en/americas/20210101-us-election-week-anxieties-in-the-world-s-most-powerful-democracy>].

Пример использования эпитетов:

– Both underdogs in the polls until now, Ossoff and Warnock are competing neck-and-neck in runoff races against incumbent Republican senators David Perdue and Kelly Loeffler that have gripped national attention in the US." [<https://www.aljazeera.com/news/2021/1/5/biden-stumps-in-georgia-to-turnout-democrats-us-senate-races>].

Этот пример демонстрирует не только использование эпитета "runoff races", но и спортивную метафору "neck-and-neck", призванную подчеркнуть равные шансы участников кампании.

Из стилистических приемов, призванных повысить степень выразительности предвыборного текста, авторы наиболее эффективно используют различные метафоры, эпитеты (в том числе составные), гиперболы, метонимию, различные варианты оценочной лексики и яркие запоминающиеся сравнения. Все тропы выбраны автором осознанно, цель их использования – усиление иллюкативной функции высказывания.

На наш взгляд, язык спорта практически избавлен от военной, по своей функциональной направленности, лексики, обозначающей открытую неприязнь к противнику.

Спортивная лексика оказывает влияние на предвыборный дискурс, заменяя агрессивные речевые агрессивные высказывания или милитаристскую лексику. Использование спортивных лексических единиц в текстах предвыборного дискурса придает текстам последнего творческий характер. Например:

– Biden told voters that "we need you to vote again in record numbers" [<https://www.nbcnews.com/politics/2020-election/eve-georgia-senate-vote-biden-says-races-will-chart-course-n1252785>].

Спортивная лексика в предвыборных текстах используется для привлечения внимания читателя с помощью нарушения шаблона написания предвыборных текстов. Влияние использования спортивной лексики в текстах предвыборного дискурса на общественное мнение происходит благодаря актуализации коммуникативных стратегий, в русле которых используется спортивная лексика.

Стратегии и тактики политического дискурса и история их изучения рассмотрены в ряде исследований (Кевин Харрисон и Тони Бойд¹). Авторы отмечают, что для проведения дискурсивных исследований особую роль играют понятия коммуникативной стратегии и коммуникативной тактики. Важность понятия «коммуникативная стратегия» для нашей работы объясняется несколькими факторами. Его появление и широкое использование в языкознании напрямую связано с утверждением антропоцентрической парадигмы в науке о языке, где это понятие разрабатывается в рамках коммуникативного, когнитивного и лингво-культурологического подходов.

Несмотря на значительное количество работ, посвященных стратегиям и тактикам политического и медийного дискурсов² и др., построение классификации стратегий, относящихся к конкретному типу дискурса, представляет трудности. Однако есть ряд стратегий и тактик, которые выделяются наиболее часто. Например, О. С. Иссерс³ строит свою классификацию коммуникативных стратегий, опираясь прежде всего на их функциональные характеристики. С этой точки зрения выделяются основные и вспомогательные стратегии. В. И. Тармаева⁴ выделяет стратегии оптимизации и позиционирования.

Как представляется, спортивная лексика используется в предвыборных текстах с целью реализации тех или иных речевых стратегий, ввиду чего коммуникативные стратегии, используемые в предвыборном тексте, целесообразно разделить на два уровня: первый уровень можно назвать синтаксическим, а второй — семантическим. В данной статье акцент сделан на синтаксическом уровне коммуникативных стратегий. Стратегии этого уровня реализуются через тематико-рематические отношения внутри предложения, в котором они задействованы (так как тема и / или рема являются обязательным условием существования грамматически правильного предложения).

Как отмечает Т. Е. Янко в одной из своих работ⁵, для русскоязычных предложений, в которых возможно выделить тему и рему, реализуются 4 стратегии: стратегия

¹ Harrison Kevin and Boyd Tony The role of ideology in politics and society in Understanding political ideas and movements Chapter DOI: <https://doi.org/10.7765/9781526137951.00011> Online Publication Date: 30 Jul 2018.

² Кобец Е. В. Коммуникативно-прагматическая специфика политического дискурса (на материале речей А. И. Лебеда): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Абакан: [б. и.], 2012. 26 с.

³ Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва: ЛЕНАНД, 2017. 308 с.

⁴ Тармаева В. И. Герменевтические основы техники понимания вербальных текстов. Москва: Флинт, 2019. 173 с.; Хрестоматия / Составление К.Ф. Седова. Москва: Лабиринт. 2007. С. 197–236.

⁵ Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи. Москва: Языки славянской культуры, 2001. 386 с.

суперпозиции ремы, стратегия тематизации вводимого предмета, стратегия с рецессией темы и стратегия с неингерентной темой. Для нашего исследования актуальны две стратегии: суперпозиция ремы, так как именно она применима в текстах предвыборного дискурса, ввиду того, что с ее помощью достигается необходимая выразительность, и стратегия с неингерентной темой, которая используется в новостных репортажах, где последующее предложение высказывания служит объяснением предыдущего утверждения. Две эти стратегии названы нами синтаксическими. Несколько примеров их реализации в текстах предвыборного дискурса:

1. Making it unlikely (рема 1) that Americans would know the winner of the presidential race (рема 2). [<https://www.theguardian.com/us-news/2021/jan/01/trump-attacks-vote-by-mail-voting-rights>]. Первая рема ввела предмет в рассмотрение, вторая придала дополнительную характеристику, в том числе и с помощью спортивно-политического словосочетания winner of the race.

2. “Tom Steyer, 62 Billionaire former hedge fund executive; climate change and impeachment activist (тема) exited the race after a disappointing finish in South Carolina (рема 1), a state where he had spent considerable resources and pinned the hopes of his campaign (рема 2)” [<https://www.nytimes.com/interactive/2019/us/politics/2020-presidential-candidates.html>]. Первая рема вводила в повествование причину выхода из гонки, вторая рема продолжила раскрывать детали.

3. “Jeremy Hunt shows the depressing state of the Conservative Party”: To achieve this record (рема 1) – revealing another steely glint (тема) – was a notable success for a Tory politician (рема 2) [<https://www.washingtonpost.com/opinions/2019/07/17/jeremy-hunt-shows-depressing-state-conservative-party/>].

Читая это предложение, адресат может предположить, что оно уточняет предыдущее утверждение. Аналогичная реализация данной коммуникативной стратегии наблюдается и в следующем примере:

4. November will reveal if his unconventional brand will win him a second term. [<https://www.usnews.com/elections/donald-trump/>].

Так как исследователями выявлено значительное количество коммуникативных стратегий, представляется целесообразным дальнейшее изучение вопроса их использования в текстах. В частности, и в текстах англоязычного предвыборного дискурса.

Выводы

Таким образом, по результатам исследования сформулированы следующие выводы:

Объективное изучение предвыборного дискурса возможно при комплексном подходе к его изучению, сочетающем элементы разных подходов. В нашей работе рассматривались прагматические и стилистические особенности взаимодействия предвыборного и спортивного дискурсов. При предлагаемом подходе исследователь акцентирует внимание, в том числе и на стратегиях использования спортивной лексики в предвыборном дискурсе. Несмотря на обилие работ, посвященных различным аспектам политической коммуникации, электоральных технологий и избирательных кампаний, детальное изучение предвыборного текста с позиций взаимодействия в

нем предвыборного и спортивного дискурсов в условиях реализации коммуникативных стратегий еще не проводилось.

Спортивная лексика, используемая в предвыборном нарративе, придает политической борьбе образ спортивного соревнования, которое проводится по правилам и носит открытый характер. В этом случае текст заинтересовывает избирателей в политике. Также спортивная лексика вытесняет из предвыборного дискурса агрессивную и оскорбительную лексику, по крайней мере, в аспекте предвыборных кампаний, и обогащает предвыборный дискурс, поскольку для спортивной терминологии характерно использование понятий, обозначающих яркость, скорость, движение к победе.

Данные особенности использования спортивной лексики проявляются в текстах англоязычного предвыборного нарратива благодаря прагматическим и стилистическим средствам, которые, в свою очередь, задействуются автором в русле применения синтаксических коммуникативных стратегий.

Список источников

- Акопова Д. Р. Стратегии и тактики политического дискурса // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2013. № 6 (1). С. 403–409.
- Виноградов С. И. и др. Выразительные средства в парламентской речи // Культура парламентской речи. Москва: Наука, 1994. С. 66–77.
- Гайкова О. В. Предвыборный дискурс как жанр политической коммуникации (на материале английского языка): дис. ... канд. филол. наук. Волгоград: [б. и.], 2003. 210 с.
- Голубева Т. М. Языковая манипуляция в предвыборном дискурсе (на материале американского варианта английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород: [б. и.], 2009. 22 с.
- Ежов Д. А. Проект «Собчак против всех» в российском предвыборном дискурсе // Вестник Финансового университета. Гуманитарные науки. 2018. Т. 8, № 4. С. 16–22.
- Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва: ЛЕНАНД, 2017. 308 с.
- Кобец Е. В. Коммуникативно-прагматическая специфика политического дискурса (на материале речей А. И. Лебеда): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Абакан: [б. и.], 2012. 26 с.
- Колесова Н. В. Способы включения интертекстуальных элементов в художественный текст // Язык в пространстве современной культуры: материалы V Международной научно-практической конференции. Краснодар: Краснодарский государственный институт культуры, 2012. С. 81–88.
- Остин Дж. Л. Избранное. Москва: Идея-Пресс; Дом интеллектуальной книги, 1999. 332 с.
- Рогозин А. Ю. Спортивная лексика в политическом дискурсе англоязычных СМИ // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2013. № 1. С. 196–198.
- Социальная психолингвистика / составитель К. Ф. Седов. Москва: Лабиринт, 2007. 334 с.
- Тармаева В. И. Герменевтические основы техники понимания вербальных текстов. Москва: ФЛИНТА, 2019. 176 с.
- Янко Т. Е. Коммуникативные стратегии русской речи. Москва: Языки славянской культуры, 2001. 384 с.
- Abdel-Moety D. M. American Political Discourse as Manifested in Hillary Clinton's Interviews:

A Critical Approach // *English Linguistics Research*. 2015. Vol. 4, no. 1. URL: https://www.researchgate.net/publication/287697988_American_Political_Discourse_as_Manifestation_in_Hillary_Clinton's_Interviews_A_Critical_Approach (дата обращения: 07.05.2022).

Bearth T. *Pragmatics and Communication* // *The Oxford Handbook of African Languages* / edited by R. Vossen, G. J. Dimmendaal. New York: Oxford University Press, 2020. P. 938–948. URL: <https://academic.oup.com/edited-volume/38608/chapter-abstract/334731033?redirectedFrom=fulltext> (дата обращения: 07.05.2022).

Garimella K., De Francisci Morales G., Gionis A., Mathioudakis M. Political Discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship // *The Web Conference 2018: Proceedings of The World Wide Web Conference WWW2018* (April 23–27 2018, Lyon, France). URL: <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/3178876.3186139> (дата обращения: 07.05.2022).

Harrison K., Boyd T. The role of ideology in politics and society // Harrison K., Boyd T. *Understanding political ideas and movements*. Manchester, UK: New York Manchester University Press, 2003. P. 135–153. URL: <https://www.manchesteropenhive.com/view/9781526137951/9781526137951.00011.xml> (дата обращения: 07.05.2022).

Kempson R. M. *Pragmatics: Language and Communication* // *The Handbook of Linguistics* / edited by M. Aronoff, J. Rees-Miller. Chichester, West Sussex, UK: John Wiley & Sons, 2020. P. 417–444.

Wodak R. Crisis communication and crisis management during COVID-19 // *Global Discourse*. 2021. Vol. 11, no. 3. P. 329–353.

References

Akopova D. R. Strategii i taktiki politicheskogo diskursa [Strategies and tactics of a political discourse]. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo* [Vestnik of Lobachevsky University of Nizhni Novgorod], 2013, no. 6 (1), pp. 403–409.

Vinogradov S. I. et al. Vyrzitel'nye sredstva v parlamentskoi rechi [Expressive means in parliamentary speech]. *Kul'tura parlamentskoi rechi* [Culture of parliamentary speech]. Moscow: Nauka, 1994, pp. 66–77.

Gaikova O. V. *Predvybornyi diskurs kak zhanr politicheskoi kommunikatsii (na materiale angliiskogo iazyka)* [Pre-election discourse as a genre of political communication (by the material of the English language): Cand. thesis in Philological Sciences]. Volgograd, 2003. 210 p.

Golubeva T. M. *Iazykovaia manipuliatsiia v predvybornom diskurse (na materiale amerikanskogo varianta angliiskogo iazyka)* [Language manipulation in pre-election discourse (by the material of the American variant of the English language): Abstract Cand. thesis in Philological Sciences]. Nizhnii Novgorod, 2009. 22 p.

Ezhov D. A. Proekt “Sobchak protiv vseh” v rossiiskom predvybornom diskurse [The project “Sobchak against all” in the Russian electoral debates]. *Gumanitarnye nauki. Vestnik Finansovogo universiteta* [Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University], 2018, vol. 8, no. 4, pp. 16–22.

Issers O. S. *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech]. Moscow: LENAND, 2017. 308 p.

Kobets E. V. *Kommunikativno-pragmaticheskaia spetsifika politicheskogo diskursa (na materiale rechei A. I. Lebedia)* [Communicative and pragmatic specifics of political discourse (based on the speeches by A. I. Lebed): Abstract Cand. thesis in Philological Sciences]. Abakan, 2012. 26 p.

Kolesova N. V. Sposoby vklucheniia intertekstual'nykh elementov v khudozhestvennyi tekst [Ways of including intertextual elements in the fictional text]. *Iazyk v prostranstve sovremennoi kul'tury: materialy V Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii* [Language in the space of modern culture: Proceedings of the V International research and practice conference]. Krasnodar: Krasnodarskii gosudarstvennyi institut kul'tury, 2012, pp. 81–88.

- Ostin Dzh. L. *Izbrannoe* [Selected writings]. Moscow: Ideia-Press; Dom intellektual'noi knigi, 1999. 332 p.
- Rogozin A. Iu. Sportivnaia leksika v politicheskom diskurse angloiazychnykh SMI [Sports vocabulary in the political discourse of English-language media]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [Vestnik VSU. Series: Philology. Journalism], 2013, no. 1, pp. 196–198.
- Sotsial'naiia psikholingvistika: khrestomatiia* [Social psycholinguistics: reading book; compiled by K. F. Sedov]. Moscow: Labirint, 2007. 334 p.
- Tarmaeva V. I. *Germenevticheskie osnovy tekhniki ponimaniia verbal'nykh tekstov* [Hermeneutical foundations of the technique for verbal text understanding]. Moscow: FLINTA, 2019. 176 p.
- Ianko T. E. *Kommunikativnye strategii russkoi rechi* [Communicative strategies of Russian speech]. Moscow: Iazyki slavianskoi kul'tury, 2001. 384 p.
- Abdel-Moety D. M. American Political Discourse as Manifested in Hillary Clinton's Interviews: A Critical Approach. *English Linguistics Research*, 2015, vol. 4, no. 1. Available at: https://www.researchgate.net/publication/287697988_American_Political_Discourse_as_Manifested_in_Hillary_Clinton's_Interviews_A_Critical_Approach (accessed: 07. 05. 2022).
- Bearth T. Pragmatics and Communication. *The Oxford Handbook of African Languages*; ed. by R. Vossen, G. J. Dimmendaal. New York: Oxford University Press, 2020, pp. 938–948. Available at: <https://academic.oup.com/edited-volume/38608/chapter-abstract/334731033?redirectedFrom=fulltext> (accessed: 07. 05. 2022).
- Garimella K., De Francisci Morales G., Gionis A., Mathioudakis M. Political Discourse on Social Media: Echo Chambers, Gatekeepers, and the Price of Bipartisanship. *The Web Conference 2018: Proceedings of The World Wide Web Conference WWW2018 (April 23–27 2018, Lyon, France)*. Available at: <https://dl.acm.org/doi/fullHtml/10.1145/3178876.3186139> (accessed: 07.05.2022).
- Harrison K., Boyd T. The role of ideology in politics and society. Harrison K., Boyd T. *Understanding political ideas and movements*. Manchester, UK: New York Manchester University Press, 2003, pp. 135–153. Available at: <https://www.manchesteropenhive.com/view/9781526137951/9781526137951.00011.xml> (accessed: 07. 05. 2022).
- Kempson R. M. Pragmatics: Language and Communication. *The Handbook of Linguistics*; ed. by M. Aronoff, J. Rees-Miller. Chichester, West Sussex, UK: John Wiley & Sons, 2020, pp. 417–444.
- Wodak R. Crisis communication and crisis management during COVID-19. *Global Discourse*, 2021, vol. 11, no. 3, pp. 329–353.

Сведения об авторах

Андрей Юрьевич Рогозин – старший преподаватель; <https://orcid.org/0000-0001-9395-1363>, wildcatwise@gmail.com, Сибирский юридический институт МВД России (д. 20, ул. Рокоссовского, 660131 г. Красноярск, Россия); **Andrey Yu. Rogozin** – Senior Lecturer; <https://orcid.org/0000-0001-9395-1363>, wildcatwise@gmail.com, Siberian Law Institute of MIA of Russia (20, ul. Rokossovskogo, 660131 Krasnoyarsk, Russia).

Статья поступила в редакцию 08.06.2022; одобрена после рецензирования 11.07.2022; принята к публикации 19.07.2022.

The article was submitted 08.06.2022; Approved after reviewing 11.07.2022; Accepted for publication 19.07.2022.