
НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

УДК 81:316.77

Федотова У. А.

Особенности политического дискурса Бориса Джонсона

Fedotova U. A. Features of Boris Johnson's Political Discourse

В статье рассмотрены особенности политического дискурса премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона. Дано понятие «политический дискурс», исследованы речевые стратегии и тактики на материале публичных выступлений, интервью, пресс-конференций Джонсона, а также комментарии и сообщения, опубликованные на информационно-аналитических порталах и в социальных сетях на официальных страницах политика. Проведенный анализ текстов и публичных выступлений позволяет охарактеризовать Бориса Джонсона как харизматическую личность и как одного из самых авторитетных политиков в мировом сообществе.

Ключевые слова: Борис Джонсон, дискурс, политический дискурс, речевые тактики и стратегии, языковая личность политика, самопрезентация в политическом дискурсе.

This article analyzes the features of British Prime Minister Boris Johnson's political discourse. The article describes the concept of «political discourse», reviews tactics and strategies of Johnson's public speeches, interviews, and press conferences, as well as comments and messages published on analytical portals and official social networks. As a result of the analysis of texts and public speeches, Boris Johnson can be characterized as a charismatic personality and as an example of one of the most authoritative politicians in the world community.

Keywords: Boris Johnson, discourse, political discourse, tactics and strategies of linguistic, politician's linguistic personality, self-presentation in political discourse.

Во все времена язык оказывал существенное влияние на общественные процессы, а в условиях стремительно развивающихся цифровых технологий политическая коммуникация становится более доступной и в техническом, и в ментальном аспекте. Изучение персоналий политических деятелей с точки зрения лингвистики позволяет не только определить особенности их текстов, но и выявить разнообразные средства воздействия на аудиторию, охарактеризовать языковые личности и глубже понять происходящие в мире общественно-политические процессы. Актуальность изучения особенностей политического дискурса британского премьер-министра Бориса Джонсона обусловлена высокой медийностью и попу-

Федотова Ульяна Андреевна — магистрант института гуманитарных и социальных наук Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики.

© Федотова У. А., 2021

лярностью политика, что преимущественно связано с его определяющей ролью в процессе выхода Великобритании из состава Европейского союза и активной борьбой с пандемией коронавирусной инфекции COVID-19.

Объектом исследования являются письменные и устные речи Бориса Джонсона в контексте политической обстановки в различных коммуникативных ситуациях. Его портрет, созданный средствами массовой информации (СМИ), характеризует политика как «евроскептика» — активного сторонника выхода Великобритании из Евросоюза, который «не стесняется использовать все свои таланты, чтобы продвигать эту идею. Борис Джонсон не из тех людей, кто лезет за словом в карман, а его колкие заявления порой становятся поводом для скандалов» [1]. При этом особенности политического дискурса и речевая выразительность этого человека приносят ему политические победы.

Согласно позиции Т. Ван Дейка (*T. Van Dijk*), «дискурс — это сложное коммуникативное явление, включающее, кроме текста, еще и экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата), необходимые для понимания текста» [2]. В широком смысле политический дискурс — это речь, любой компонент которой непосредственно связан с политикой. Лингвист Е. Н. Василенко выделяет ряд «наиболее общих функций политического дискурса, связанных с основной функцией политики — борьбой за власть, когда язык используется в качестве инструмента для ее завоевания и удержания» [3].

На основе научных выводов Е. Н. Василенко перечислим функции политического дискурса. К ним относятся такие функции, как идеологическая, информативная, апеллятивная, убеждения, манипулятивная, инспиративная. Е. Н. Василенко пишет: «Преобладание одной или нескольких из них в конкретных случаях объясняется особенностями жанра политического дискурса, а также условиями коммуникации» [3].

По мнению лингвиста Н. Б. Руженцевой, «современный политический дискурс реализует три основных типа стратегий:

- стратегии, дискредитирующие оппонентов;
- стратегии, превозносящие политических союзников;
- стратегии самопрезентации политика.

Речевые стратегии и тактики, в свою очередь, являются компонентами не логической, а коммуникативной организации текста» [4].

При этом Е. Н. Василенко в коммуникативном аспекте политического дискурса выделяет некоторые тактики: «тактику самопрезентации», «тактику обещания», «тактику призыва», «тактику акцентирования», «тактику дистанцирования», «тактику единения» и пр. [3]. На основе универсальных тактических схем, предложенных языковедами, рассмотрим особенности политического дискурса Бориса Джонсона на некоторых примерах.

Проанализируем стратегию самопрезентации в официальных выступлениях Б. Джонсона, поскольку в них политик излагает основные тезисы политических намерений, планы на будущее, а также формулирует цель — сделать свою страну лучше для каждого гражданина. По Т. Ван Дейку, «стратегии самопрезентации необходимы говорящему, чтобы вызвать или поддержать положительную реакцию (на себя) у слушающего» [2]. Обратим внимание на такое предложение: “I am today building a great team of men and women, I will take personal responsibility for the change I want to see” [5]. В переводе на русский язык это означает следующее: «Сегодня я создаю великолепную команду мужчин и женщин, я возьму на себя личную ответственность за те перемены, которые я хочу видеть».

Е. Н. Василенко утверждает: «Использование местоимения 1-го лица единственного числа является одним из основных средств реализации тактики самопрезентации. В роли подлежащего местоимение «я» говорит о позиционировании

говорящим себя над аудиторией, демонстрации более высокого социального статуса, присвоении себе права отдавать приказы и навязывать свои оценки» [3].

Основной целью деятельности политика служит умение убеждать избирателей и политических сторонников. Посредством различных стратегий и тактик Б. Джонсон оказывает влияние на аудиторию. Приведем пример манипулятивных тактик, которые он использует в речи для манипулирования членами Парламента: «With part of our hearts, with half our hearts, we feel something else, a sense of love and respect for European culture and civilization of which we are a part; a desire to cooperate with our friends and partners in everything» [5]. В переводе на русский язык это означает следующее: «С частичкой наших сердец, с половиной наших сердец, мы чувствуем нечто большее, любовь и уважение к европейской культуре и цивилизации, частью которой мы являемся; желание сотрудничать с нашими друзьями и партнерами во всем».

Е. Н. Василенко пишет: «Местоимение 1-го л. мн. ч. обладает наибольшим прагматическим потенциалом благодаря своей семантической многозначности. Наиболее частотное употребление «мы» в инклузивном значении служит целям психологического сближения говорящего с аудиторией и создания атмосферы сотрудничества и доверия» [3].

Рассмотрим другой пример воздействия на аудиторию: «So those who agree, like me that Brexit must be delivered and who — like me — prefer to avoid a no deal outcome, must abandon the delusion that this House (Houses of Parliament) can delay again» [6]. При переводе на русский язык это означает: «Таким образом, те, кто согласен, как и я, с тем, что Брексит должен состояться, и кто, как и я, предпочитает избежать безрезультатной сделки, должны отказаться от заблуждения о том, что Парламент снова затянет с этим».

Воздействие на аудиторию реализуется за счет употребления модальных глаголов “must” и “need”, выражают их тактику призыва, а повторяющееся “like me” способствует сближению оратора с аудиторией, выполняя коммуникативную функцию тактики кооперации. Отдельно отметим чаще всего употребляющееся в речи политика выражение “Get Brexit Done!” («Сделать Брексит!»), являющееся не только элементом тактики самопрезентации, но и яркой иллюстрацией лозунговой, призывающей тактики. Н. Б. Руженцева отмечает: «Лозунги всегда служили для того, чтобы в краткой и афористической форме реализовать действующий на эмоции эффект» [4].

Данную фразу — лозунг предвыборной кампании Консервативной партии Великобритании — можно было видеть и слышать в политической рекламе. Но выражение “Let’s get Brexit done!” часто встречается сегодня и в речах Б. Джонсона. Неологизм «Брексит» образован путем сложения начальных частей слов “British exit”. В соответствии с Кембриджским словарем английского языка “Brexit — an exit (= act of leaving) by the United Kingdom from the European Union” [7].

В тексте победной речи Б. Джонсон говорит: “...Let’s get Brexit done! But first, my friends, let’s get breakfast done” [8], то есть «...Сделаем Брексит! Но сначала, друзья, давайте позавтракаем!». Игра слов “let’s get Brexit done — let’s get breakfast done” и императивная конструкция “let’s” являются распространенным, типичным средством реализации персуазивной стратегии. Перечисленные языковые средства «служат средством привлечения внимания адресата, создания броского, запоминающегося, неординарного образа, и поэтому они, безусловно, участвуют в управлении вниманием и пониманием сообщения» [9]. Аналогичные конструкции Джонсон часто использует в коротких сообщениях в социальных сетях — *Twitter* и *Instagram*: “The deal is done” (имея в виду подписание соглашения о выходе Великобритании из Евросоюза) или “Let’s get the jab done” (призываая на вакцинацию от COVID-19).

В контексте борьбы с пандемией Джонсон применяет коммуникативные речевые тактики в публичных выступлениях, а также моделирует образ «врага». При этом «враг» общий — пандемия COVID-19. Во время пресс-конференций, посвященных коронавирусу, он неоднократно обращается к общественности, призывая к борьбе и объединению нации перед лицом опасности. Вместе с тем в представленных фрагментах речи премьер-министра прослеживаются мотивы военной риторики:

1. “We must act like any wartime government and do whatever it takes to support our economy” [10] — «Мы вынуждены действовать как любое военное правительство и делать все возможное, чтобы поддержать нашу экономику».
2. “Yes this enemy can be deadly, but it is also beatable — and we know how to beat it and we know that if as a country we follow the scientific advice that is now being given we know that we will beat it. And however tough the months ahead we have the resolve and the resources to win the fight” [10] — «Да, этот враг бывает смертельным, но его можно одолеть — и мы знаем, как это сделать. Если мы будем следовать рекомендациям ученых, то мы победим. И какими бы трудными ни были предстоящие месяцы, у нас есть решимость и ресурсы, чтобы одержать победу в этой борьбе».
3. “We can all build our own individual defences against Covid” [11] — «Все мы сможем создать свою собственную персональную защиту от ковида».
4. “We need to build our defences against that wave when it comes” [11] — «Нам необходимо построить свою защиту против волны, когда это случится».

Выше приведен пример целенаправленного использования слов и выражений для создания образа врага “enemy” (враг) в сочетании с образом защитника “government” (правительство), который готов “do whatever it takes” (сделать все возможное), “to beat it” (победить), “to build defences against” (построить защиту/оборону), “win the fight” (одержать победу в битве) во имя будущего страны.

Особенный интерес представляет изучение идиом и метафор политика в лингвоперсонологическом аспекте. Например, в контексте борьбы с коронавирусом Б. Джонсон пишет твит-сообщение: “We must take action now because a stitch in time saves nine” [8] — «Мы должны действовать сейчас, потому что один стежок, сделанный вовремя, стоит девяти». В общем смысле идиома “a stitch in time saves nine” означает, что лучше сразу решить проблему, чтобы она не стала намного больше. По мнению Джонсона, требование закрыть бары и рестораны как можно раньше («стежок») означает возможность избежать огромной волны заболеваний и более жесткий локдаун («девять стежков»).

Еще один пример употребления идиомы и тактический прием дистанцирования, противопоставление «мы — они», приведем из первой официальной речи Б. Джонсона в должности премьер-министра: “The people who bet against Britain are going to lose their shirts, because we are going to restore trust in our democracy” [6] — «Все, кто сделал ставки против Британии, проиграют, потому что мы восстановим доверие к нашей демократии».

Используя идиому “to lose their shirts”, означающую «потерять много денег в результате ставок», Джонсон дает экспрессивную характеристику оппонентам. В целом сообщение легко запоминается, что позволяет более эффективно влиять на сознание адресата. Тем самым реализуется тактика акцентирования, которая «выражает намерение говорящего подчеркнуть, выделить определенный момент своей речи» [3].

Британские политики осторожно применяют юмор, чтобы не спровоцировать оппонентов и несогласных на насмешливое использование или переворачивание их высказываний. В англоязычном дискурсе отмечается более высокий процент

гармонизирующей функции комического ввиду склонности к насмешке над самими собой [12]. Например, Б. Джонсон рассуждает о своем политическом будущем: “My chances of being PM are about as good as the chances of finding Elvis on Mars, or my being reincarnated as an olive” [13] — «Мои шансы стать премьер-министром примерно равны шансам встретить Элвиса на Марсе или превратиться в следующей жизни в оливку». В данном случае правильно реализованная тактика самоkritики работает на саморекламу, осуществляется стратегия самопрезентации, а иронически окрашенный текст способствует поддержанию коммуникативного контакта.

В определенных коммуникативных ситуациях, в том числе в неформальной политической коммуникации, политик резко реагирует на негативные оценочные высказывания: “My speaking style was criticised by no less an authority than Arnold Schwarzenegger. It was a low moment, my friends, to have my rhetorical skills denounced by a monosyllabic Austrian cyborg” [13] — «Мой ораторский стиль раскритиковал не кто иной, как Арнольд Шварценеггер. Это тяжелый момент, друзья, когда мое риторическое мастерство критикует односложный австрийский киборг».

Называя оппонента “monosyllabic cyborg”, Б. Джонсон дискредитирует критикующего его ораторские навыки А. Шварценеггера. При этом используется тактика акцентирования на то, что “Austrian cyborg” не является носителем (в англ. яз. “native speaker”) английского языка. Несвойственная политическому дискурсу художественная выразительность речи Б. Джонсона с использованием идиом, метафор, сравнений, игры слов и иронии делает выступления политика яркими и запоминающимися.

Рассмотрев языковой портрет премьер-министра Великобритании Бориса Джонсона, можно сделать вывод о том, что его политический дискурс отличается индивидуальным стилем и экспрессивностью, как по содержанию, так и по манере подачи. В речах политик часто обращается к чувствам гражданского единства и патриотизма, в том числе говоря о воле британского народа сделать Brexit или в контексте борьбы с пандемией. Характерная черта политического дискурса Джонсона — выразительность и эмоциональность. Тексты политика нередко наполнены юмором и иронией. Он выработал уникальный стиль, состоящий из разнообразных лексических средств, четко выверенных речевых тактик и стратегий, которые с успехом применяет в различных коммуникативных ситуациях.

Политическая среда изменчива, вследствие этого по-разному формируются риторические методы политиков. Данная вариативность, в свою очередь, отражает изменения в обществе. Поэтому для нас важно уметь понимать многообразие языковых приемов, посредством которых язык способен влиять на наше сознание и общество, изменять его.

Литература

1. «Британский Трамп»: как Борис Джонсон заработал свою скандальную репутацию [Электронный ресурс] // РИА Новости. 2016. 10 июня. URL: <https://ria.ru/20160610/1445598304.html> (дата обращения: 20.04.2021).
2. Ван Дейк Т. А. *ван Язык. Познание. Коммуникация*. Благовещенск: БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. 308 с.
3. Василенко Е. Н. *Языковые средства убеждения в политическом дискурсе*. Могилев: Могилевский государственный университет имени А. А. Кулешова, 2018. 164 с.
4. Руженцева Н. Б. *Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе*. Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2004. 294 с.

5. The Conservative Party. 2019 [Электронный ресурс] // URL: <https://www.conservatives.com/news/this-is-what-boris-johnson-said-about-his-brexit-deal-in-parliament> (дата обращения: 20.04.2021).
6. Johnson B. Boris Johnson: First speech as PM in full [Электронный ресурс] // The BBC. 2019. 24 July. URL: <https://www.bbc.com/news/uk-politics-49102495> (дата обращения: 20.04.2021).
7. Meaning of Brexit in English // Cambridge Dictionary. 2021. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/brexit> (дата обращения: 20.04.2021).
8. “Let’s get Brexit done, but first let’s get breakfast done” [Электронный ресурс]: Johnson says he’s humbled by resounding win // TheJournal.ie. 2019. 13 Dec. URL: <https://www.thejournal.ie/boris-johnson-election-speech-4931638-Dec2019/> (дата обращения: 20.04.2021).
9. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса. Проблемы речевого воздействия. М.: Флинта, 2006. 136 с.
10. Rawlinson K. “This enemy can be deadly: Boris Johnson invokes wartime language“ [Электронный ресурс] // The Guardian. 2020. 17 March. URL: <https://www.theguardian.com/world/2020/mar/17/enemy-deadly-boris-johnson-invokes-wartime-language-coronavirus> (дата обращения: 20.04.2021).
11. Johnson B. PM statement at coronavirus press conference [Электронный ресурс] // Gov.uk. 2021. 29 March. URL: <https://www.gov.uk/government/speeches/pm-statement-at-coronavirus-press-conference-29-march-2021> (дата обращения: 21.04.2021).
12. Середа П. В. Особенности политического юмора Великобритании // Кубанский государственный аграрный университет имени И. Т. Трубилина. 2016. № 121. С. 719–728. DOI: 10.21515/1990-4665-121-039
13. Johnson B. Top 10 undiplomatic quotes from Britain’s new top diplomat [Электронный ресурс] // Mediacorp.sg. 2016. 14 June. URL: <https://www.todayonline.com/world/europe/top-10-undiplomatic-quotes-britains-new-top-diplomat> (дата обращения: 21.04.2021).

Контактные данные:

Федотова У. А.: 190103, Санкт-Петербург, Лермонтовский пр., д. 44а;
e-mail: ulyana@inbox.ru.

Contacts:

Fedotova U. A.: 44A Lermontovskiy Ave., St. Petersburg 190103, Russia;
e-mail: ulyana@inbox.ru.