

Ирина Анатольевна Чарыкова

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия, happy462@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8224-6375>

Коммуникативные стратегии и тактики, используемые антипрививочниками для дискредитации вакцины от COVID-19

АННОТАЦИЯ. В статье исследуются коммуникативные тактики, которые используются противниками вакцинации для дискредитации вакцины от COVID-19 в социальной сети. Цель работы — выявить актуальные стратегии и тактики выражения негативной оценки вакцинации и ее последствий при комментировании публикаций о вакцинации. Материалом для анализа послужили четыреста комментариев пользователей социальной сети «Инстаграм», оставленных под публикациями на региональных новостных порталах. В работе использовались такие методы исследования, как метод контент-анализа, семантико-стилистический анализ, метод дискурс-анализа. В рамках статьи были выявлены следующие тактики: теория заговора, зацепка за прецедентный текст, доказательное умаление авторитета, наклеивание ярлыков, создание образа темного будущего.

Анализ коммуникативных тактик позволяет прийти к выводу о том, что в сознании противников вакцинации существует несколько тенденций восприятия вакцины: как препарата, который еще не прошел необходимого цикла проверки; как вещества, доказавшего свою неэффективность в борьбе с вирусом; как средства, благодаря которому возможен эффективный контроль населения, а также как вещества, при использовании которого вероятно возникновение необратимых заболеваний, и, наконец, препарата, вызывающего летальный исход. В отношении властей также выделяется несколько тенденций: люди, насильственно насаждающие вакцинацию и жестоко терзающие противников вакцинации, изображаются как люди, которые пытаются получить максимальную финансовую выгоду в сложившейся ситуации с вакцинацией от COVID-19, и, наконец, как люди, намеренно стремящиеся уничтожить население. Полученные результаты могут быть использованы для формирования PR-стратегии продвижения вакцин и вакцинации от COVID-19.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Интернет, интернет-пространство, интернет-технологии, интернет-коммуникация, интернет-дискурс, интернет-тексты, социальные сети, интернет-комментарии, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики, стратегия дискредитации, вакцины, вакцинация населения, COVID-19, пандемия, коронавирус

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Чарыкова, И. А. Коммуникативные стратегии и тактики, используемые антипрививочниками для дискредитации вакцины от COVID-19 / И. А. Чарыкова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2022. — № 1 (91). — С. 90-96. — DOI: 10.26170/1999-2629_2022_01_09.

Irina A. Charykova

Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia, happy462@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8224-6375>

Communication Strategies and Tactics Used by Anti-vaccinationists to Discredit the COVID-19 Vaccine

ABSTRACT. The article examines the communicative tactics used by anti-vaccinationists to discredit the COVID-19 vaccine on social networking sites. The aim of the study is to reveal urgent strategies and tactics of expression of the negative assessment of vaccination and its consequences while commenting on publications about vaccination. The material for analysis includes four hundred comments of Instagram users, posted under publications on regional news portals. Such research methods as content analysis, semantico-stylistic analysis, and discourse analysis were employed in the work. The following tactics were singled out within the framework of the article: conspiracy theory, reference to a precedent text, evidence-based belittling of authority, labeling, and creating the image of a dark future.

The analysis of communication tactics allows the author to conclude that there are several tendencies in the perception of the vaccine in the minds of vaccination opponents: as a drug that has not yet passed the required test cycle; as a substance that has proven ineffective in the fight against the virus; as a means through which effective control of the population is possible; as a substance that is likely to cause irreversible diseases; and, finally, as a drug that causes death. With regard to the authorities, several trends can be also singled out: as people who forcibly impose vaccinations and brutally torture vaccination opponents; as people who are trying to get the maximum financial benefit in the current situation with vaccination against COVID-19, and, finally, as people who deliberately seek to destroy the population. The results obtained can be used to form a PR strategy for promoting vaccines and vaccination against COVID-19.

KEYWORDS: Internet, Internet space, Internet technologies, Internet communication, Internet discourse, Internet texts, social networks, Internet comments, communicative strategies, communicative tactics, discreditation strategy, vaccines, vaccination of the population, COVID-19, pandemic, coronavirus

FOR CITATION: Charykova I. A. (2022). Communication Strategies and Tactics Used by Anti-vaccinationists to Discredit the COVID-19 Vaccine. In *Political Linguistics*. No 1 (91), pp. 90-96. (In Russ.). DOI: 10.26170/1999-2629_2022_01_09.

Пандемия коронавируса COVID-19 оказала влияние на все сферы жизни: личную, политическую, экономическую, культурную, что повлекло за собой и изменения в языке, в первую очередь в его лексическом составе: «...за очень короткий период появившееся огромное количество новых слов и изменившееся употребление слов, уже имеющих в языке, активизировавшиеся словообразовательные модели, те или иные активные формулы языковой игры позволяют запечатлеть момент языкового развития в его очень концентрированной форме» [Словарь русского языка коронавирусной эпохи 2021: 4].

Ставя новые проблемы и задачи перед обществом, пандемия становится причиной актуализации в медийном пространстве обсуждения массовой вакцинации, обострив противостояние между сторонниками и противниками вакцин и самого процесса вакцинации. В связи с чем мы обратили внимание на коммуникативные стратегии и тактики, используемые участниками дискуссии по вопросу вакцинации в пространстве социальных сетей.

В данной статье мы рассмотрим коммуникативные стратегии и тактики противников вакцинации от COVID-19, комментировавших различные публикации по темам вакцинации и коронавирусной инфекции в социальной сети «Инстаграм».

Материалом послужили комментарии обычных пользователей социальной сети к публикациям новостных порталов *info.don* (публикация «На Кубани вся семья умерла после прививки «ЭпиВакКороной»); *rodtopor* (публикация «24-х летний следователь МВД умер после второй прививки от коронавируса»); *rostovnews61* (публикация «В Ростове умер привитый от коронавируса полицейский»); *kuban24.tv* (публикация «В России модифицировали вакцину „Спутник V“ под штамм „дельта“»); *rvs.news* (публикация «В Китае разработали лекарство от вакцин COVID-19», «В Грузии не ввели принудительную вакцинацию учителей из-за их твердого отказа»); *antavissiv* (публикации «Волгоградских медиков крупно поощрят рублём за выполнение планов по вакцинации», «Спайковые белки „сворачивают кровь“»); *Tatiana.minaeva* (публикация «Нет прививки — меня уволят?»); *doctor_baldanov* (публикация «О вакцинации против COVID-19»); *makashenets* (публикация «Почему люди боятся вакцинации»); *vvvorgua* (публикация «Вакцинированные от COVID-19 должны носить маску, поскольку могут инфицировать невакцинированных»). Отметим, что рассмотренные нами публикации были сделаны в локальных аккаунтах,

глобальные аккаунты не затрагивают вопросы вакцинации, поскольку публикации о вакцинации находятся под жесткой модерацией руководства «Инстаграма» и могут быть заблокированы. Наша статья не рассматривает вопросы «реальности» комментариев, но отметим, что нами были отобраны комментарии, оставленные только реальными аккаунтами, имеющими живую (изображает человека) фотографию профиля, подписчиков и подписки, публикации в профиле.

В рамках данной статьи мы рассмотрим коммуникативную стратегию дискредитации. Дискредитация — коммуникативная стратегия в рамках негативного речевого поведения, стратегия дискредитации дает «свою отрицательную оценку совершенных поступков, действий или качеств другого человека, направленную на то, чтобы представить этого человека в неблагоприятном свете и, как результат, подорвать к нему доверие окружающих, умалить его достоинство, авторитет и значимость или снизить его самооценку» [Лисихина 2008: 219]. Стратегия дискредитации направлена на вакцинацию, вакцину от коронавируса, меры по вакцинации населения, правительство.

ТЕОРИЯ ЗАГОВОРА

Пандемия COVID-19 вызвала появление целого ряда конспирологических теорий, затрагивающих причины происхождения вируса и степень его опасности [Мягков, Кубрак, Латынов, Мундриевская 2021: 156]. Конспирологические теории достаточно широко распространены среди населения; так, «в ходе опроса, проведенного в феврале 2021 г., большинство респондентов (64 %) заявили, что коронавирус — новая форма биологического оружия» [Там же].

Активная фаза всеобщей вакцинации также вызвала волну конспирологических теорий, что позволило в собранном материале выделить тактику, которую мы обозначили понятием «теория заговора». Коммуникативная тактика «теория заговора» — утверждение в рамках гипотезы, объясняющей скрытые причины событий как результат сговора группы лиц, которые преследуют корыстные цели. Теория заговора строится по канону политического мифа: «Теория заговора не „расхваливает“ носителя мифа (впрочем, скрытая похвала тоже имеет место — ведь не каждому по силам вникнуть в планы „врага“), а критикует носителя другого мифа» [Иванова, Садуов 2008: 54]. Такие домыслы состоят из нескольких компонентов: трактовки действия, его причины и указания на лицо или группу лиц, в чьих интересах происходит событие. Комментарии,

отражающие тактику теории заговора, появляются вследствие недоверия властям и экспертам, а также такие высказывания порождают недоверие к этим лицам.

Проиллюстрируем примером: «Вы чего люди сами себя убиваете, какая вакцина?? Нас убивают этой вакциной, а до многих никак не доходит чем меньше народу на Земле тем правителям лучше» (здесь и далее примеры приводятся с сохранением авторской орфографии и пунктуации). Определим компоненты высказывания: трактовка действия (в нашем случае вакцинации) — *убийство*, причина — *меньшим количеством населения легче управлять*, группа заинтересованных лиц — *правители*. Комментарий отражает наиболее распространенную среди пользователей социальной сети трактовку действия всеобщей вакцинации — намерение уничтожить население государства, что, по мнению комментатора, осуществляется в интересах правительства. В качестве причины комментаторами называется и другая — денежная нажива: «Возникал и возникает огромный вопрос — нахрена нужна такая вакцина?? Отмыть деньги на её производстве, транспортировке и хранении??...». В этом примере и причина, и группа лиц называются прямо, но также встречаются комментарии, где названные компоненты описываются имплицитно: «А я думаю что все эти прививки не просто так, всё-таки думаю что они задумали что-то и рано или поздно осуществят свой коварный план. Я однозначно против, медики говорят от них смертность уже больше чем от самого вируса». В этом примере все компоненты домысла сформулированы нечетко и выражаются местоимениями с неопределенным значением, субъект — «они», трактовка действия — «что-то», описание причины действия также не отличается детализацией и ограничивается лишь общим определением — «коварный план».

Другая тенденция восприятия вакцинации опирается на конспирологическую теорию пастора-баптиста Адама Феннина о чипировании населения Биллом Гейтсом посредством введения вакцины: «Люди которые защищают вакцину, я вас поздравляю вы чипированы. Это не касается вакцины это натуральный чип. Это не то чтобы убить, как вы говорите, если бы они захотели давно убили бы, это чтоб контролировать расход людей, включите Bluetooth там выходит код ваш. Почему мы должны жить как роботы?». В такого рода комментариях вакцинация представляется как чипирование населения для контроля разума, контроля уровня смертности. Что касается ссылки на заинте-

ресованное лицо, в нашем материале мы не встретили указаний на Билла Гейтса как организатора процесса чипирования — в качестве субъекта, как и в примерах, приведенных выше, комментаторы называют неизвестную группу людей, используя местоимение «они».

СОЗДАНИЕ ОБРАЗА ТЕМНОГО БУДУЩЕГО

Комментаторами активно используется тактика создания образа темного будущего для дискредитации вакцины от COVID-19. Высказывания, отражающие тактику создания образа темного будущего, построены в форме предупреждения и «не позволяют адресату вычлнить иные возможные варианты выхода из создавшегося положения... Угроза, как и предупреждение, ориентирована и на создание „темного будущего“» [Миронова 2003: 14].

Обратимся к примерам: «Люди, вы о чем? Информации выше крыши, это вакцина разрушает ДНК, те, кто выжил сейчас, через два — три года будут иметь онко, и привет». Комментарий реализует интенцию запугивания негативными последствиями вакцинации — изменением химической структуры ДНК и онкологическими заболеваниями. Другие комментарии такого типа апеллируют к страху перед неизвестностью («Что будет через пять лет после этого укола не известно»), разрушением иммунной системы («мой иммунитет просто разленится»), смертью («Кто не сдохнет от вирусов, додохнет от вакцинации позже») и т. д. Обратим внимание на временную реализацию предрекаемых последствий: «два — три года», «что будет через пять лет после этого укола», «что будет со всеми вакцинированными через 10 лет» — последствия в такого рода комментариях имеют отложенное время исполнения.

Отметим, что в большинстве случаев комментарии содержат маркеры безоговорочности утверждаемой позиции, например: «После любой вакцинации гарантированно будешь болеть! Это только идиоту неизвестно», «Даже собаки знают что можно а что нельзя употреблять...», «Информации выше крыши», что усугубляет безальтернативность темного постковидного будущего.

ТАКТИКА ЗАЦЕПКИ ЗА ПРЕЦЕДЕНТНЫЙ ТЕКСТ

Н. Б. Руженцева описывает тактику зацепки за прецедентный текст как «сопоставление современной политической ситуации с фактами истории, отдельными событиями прошлого, ситуациями, описанными в притчах, фольклоре, мифах, Священном Писа-

нии и т. д.» [Руженцева 2004: 217], в нашем же случае сопоставление будет касаться не политической, а общественно-социальной ситуации. В трактовке понятия «прецедентный текст» мы следуем за Ю. Н. Карауловым: «...тексты, значимые для той или иной личности в познавательном и эмоциональном отношениях, имеющие сверхличностный характер, т. е. хорошо известные и окружению данной личности, включая и предшественников, и современников, и, наконец, такие, обращение к которым возобновляется неоднократно в дискурсе данной языковой личности» [Караулов 1987: 216].

«Селянка, колхоз — дело добровольное. Хочешь — вступай, не хочешь — корову заберём», — зацепкой является анекдот 30-х гг. XX в., высмеивающий коллективизацию, которая была объявлена добровольной, но в действительности же приняла принудительный характер. Используя этот советский анекдот, комментатор проводит аналогию между вакцинацией и коллективизацией на почве их добровольно-принудительного характера. Такое сопоставление позволяет сказать, что, по мнению комментатора, при проведении массовой вакцинации допущены перегибы, как и при коллективизации, к которой отсылает автор комментария, например: «Людей поделили уже на привитых и непривитых (разорвать друг друга готовы)», «Перекрывают кислород людям. Я выбрала отстранение от работы» и т. д.

«Правильно, предсказывала Ванга, „Придёт время все люди будут стоять в очереди за смертью“» — в этом комментарии в качестве зацепки выступает фраза, приписываемая пророчеству болгарской провидицы Ванги. Автор комментария предлагает трактовать это изречение как сбывшееся предсказание о вакцинации, таким образом приравнивая вакцинацию к смерти, на которую люди идут добровольно. Отношение к вакцинации как к своеобразному способу самоубийства мы можем найти и в других комментариях, например: «Мы не самоубийцы, не собираемся прививаться».

«Всем, малым и великим, богатым и нищим, свободным и рабам, положено будет начертание на правую руку их или на чело их, и что никому нельзя будет ни покупать, ни продавать, кроме того, кто имеет это начертание! Скоро сбудится?» — комментарий содержит цитату из Откровения Иоанна Богослова — пророчество о пришествии антихриста. Используя эту зацепку, комментатор сопоставляет практику использования QR-кодов о вакцинации или перенесенном заболевании и события, предвещающие скорый конец света, описанные в Библии.

ДОКАЗАТЕЛЬНОЕ УМАЛЕНИЕ АВТОРИТЕТА

Для дискредитации вакцины и действий властей по вакцинации населения используется тактика доказательного умаления авторитета. Суть данной тактики заключается в том, что «основной или развивающий тезис (негативно-оценочное суждение) обосновывается доводами, примерами и подкрепляется соответствующим выводом» [Руженцева 2004: 100–101]. Проиллюстрируем примером: «Не все так безоблачно с уколами, как все вы тут описываете. Я общаюсь как с привитыми, так и с теми кто против. Так вот из моих знакомых двое из привитых уже стали инвалидами, у одной обе ноги отнялись, у другой одна рука и мало того она ещё и память потеряла, не понимает, где находится дома или на даче и не узнает близких ... Другая клиентка вчера была только, в апреле была привита, 10 дней болела, еле оклевалась, перезаражала своих внуков и привитых дочь с зятем, те тоже сейчас тяжело болеют. А те, кто не уколот, либо не болели, либо перенесли в легкой форме. Лично я категорически против внедрения в собственную иммунную систему каких-либо вакцин. Уверена, что это смертельно опасно». В этом комментарии тезис о небезопасности вакцины от коронавируса обосновывается примерами личного характера — историями знакомых и близких, этот комментарий показателен, так как отражает аргументы, к которым чаще всего прибегают комментаторы. Первый аргумент — вакцина содержит некий компонент, способный нанести непоправимый ущерб здоровью или жизни, второй аргумент — о неэффективности вакцины (люди, прошедшие вакцинацию, не защищены от заражения) и, наконец, третий аргумент — вакцинированные также способны распространять заболевание. Вывод подкрепляется выражением, обозначающим отсутствие сомнений, безоговорочность утверждаемого.

Тезис может обосновываться и публичной информацией, а аргументы могут быть представлены не только в форме утверждения, но и в вопросительной форме: «Зачем прививка, если вакцина, согласно Инфо от воз и исходя из статистики не спасает от вируса? Исходя из Информации ВОЗ вакцинированные также могут заразить как и не вакцинированные?! Ради сертификата на 180 дней?». К подобного рода аргументам прибегают люди, настроенные против вакцинации как явления, комментаторы, дискредитирующие именно вакцину от COVID-19, используют в качестве довода информацию о длительности тестирования вакцин для применения на

людях: «...эта вакцина ещё не прошла испытания до конца, на это нужно не один год, чтобы выявить все последствия влияния вакцины на организм. В данной ситуации все кто привился является подопытными. А в детстве нас кололи проверенными испытанными вакцинами, поэтому люди были спокойны за здоровье своих детей. Тот же полиомиелит, вакцину изобрели советские учёные, многие испытывает её на себе, так эта вакцина спасла жизни миллионов детей по всему миру ...». Отметим также, что встречаются комментарии, в которых тезис может быть выражен имплицитно, например: «У нас на работе сотрудница возрасте привилась первым компонентом, а на следующий день — инсульт, затем второй инсульт. Умерла, царствие небесное. Не всем поголовно нужно делать вакцину! Но никто разбираться не хочет».

НАКЛЕИВАНИЕ ЯРЛЫКОВ

Коммуникативная тактика наклеивания ярлыков является одним из способов бездоказательного умаления авторитета. Тактика наклеивания ярлыков подразумевает использование слов и выражений с негативной коннотацией с целью «вызвать чувство предубеждения, страха, ненависти, не прибегая к объективной оценке или анализу» [Булгакова 2012: 42]. Тактика оказывает сильное воздействие на читателя, поскольку она основывается на обращении к предрассудкам и стереотипам: «Негативная номинация — это и есть публицистический ярлык, „конденсирующий“ в себе отрицательный эмоциональный заряд, оказывающий мощное воздействие на восприятие читателя» [Клушина 2008: 140].

Бездоказательное умаление авторитета вакцин от коронавируса и вакцинации разворачивается в нескольких вариантах. В соответствии с первым вариантом транслируется отношение к вакцине как к препарату, приводящему человека к летальному исходу; в этом случае комментаторы используют следующие негативно характеризующие выражения: *яд*, *геноцид*, *плановое убийство*, *массовое истребление*, *этаназия*, *жатва*, *забой* и др. Приведем пример такого рода комментария: «Идёт банальная зачистка, утилизация населения каждые 100 лет». Здесь навешиваются ярлыки «зачистка» и «утилизация», которые транслируют отношение комментатора к процессу вакцинации как к мерам по уничтожению излишнего, не представляющего важности, «мусорного» населения.

В соответствии со вторым вариантом вакцинация воспринимается как опасное

действие с труднопредсказуемым исходом, при этом комментаторами навешиваются следующие ярлыки: *опыты*, *русская рулетка*, *лотерея*, *эксперименты* и др. Проиллюстрируем примером: «Русская рулетка. Раунд два. Я хочу дождаться последнюю версию».

И, наконец, вакцина изображается как смесь сомнительного или низкого качества; нам встретились такие негативно характеризующие выражения, как *бормотуха*, *шмурдяк*, *факцина*, *зелье*, *фуфлоцын* и др. Приведем пример такого рода комментария: «Как же надоело вранье! Люди мрут как мухи от вашей жижи!! Пора признать, что жижа опасна! А за эксперимент над гражданами России пора сажать чиновников!!» — здесь употребляется наиболее часто встречающийся ярлык для вакцины — *жижа* (обозначает вязкую густоватую жидкость, слово *жижа* имеет негативную окраску вследствие частотной сочетаемости со словами вроде «грязная», «мутная», «зловонная» и т. д.). В комментарии: «Скорее всего нам скажут правду типа сам виноват, болел факцина тут вообще не причём! Это единственный экспериментальный препарат, у которого нет противопоказаний и негативных последствий!! После не значит вследствие» — навешивается ярлык «факцина», образованный при сложении начальной согласной в слове «фиктивный» и слова «вакцина», что в итоге формирует значение «фальшивый, поддельный препарат».

Также отметим, что бездоказательному умалению авторитета подвергается еще и правительство, на которое навешивается мощный ярлык, связывающий с фашизмом. Приведем пример: «У нас на работе пришел приказ, но никто его не видел, обещают за вакцину 2000 баллов на корпоративную карту. Но по мне лучше отстранение чем вколоть в себя и близких яд. Этот геноцид против русских, что не удалось фашистам то удастся нашему правительству. Может у кого-то в родне были из гитлеровцев» — комментарий насыщен ярлыками: это и «яд», и «геноцид», характеризующие вакцину и вакцинацию, а также «фашист» и «гитлеровец», характеризующие руководство страны, принимающее решения относительно мер по борьбе с вирусом.

Таким образом, мы проанализировали стратегии и тактики, которые используются людьми, негативно относящимся к вакцинации при обсуждении вакцин и вакцинации от COVID-19. Поскольку нами были выбраны комментарии, выражающие негативную позицию относительно вакцинации, в центре внимания статьи находится коммуникативная стратегия дискредитации. В рамках ста-

ты были рассмотрены следующие тактики: теория заговора, зацепка за прецедентный текст, доказательное умаление авторитета, наклеивание ярлыков, создание образа темного будущего. Данные тактики были использованы для создания отрицательного имиджа вакцины, вакцинации и властей, принимающих меры для проведения массовой вакцинации. Исследование перечисленных выше тактик позволяет прийти к выводу о том, что противники вакцинации представляют вакцину в нескольких вариантах: как препарат, который еще не прошел необходимого цикла проверки; как вещество, доказавшее свою неэффективность в борьбе с вирусом, как средство, благодаря которому возможен эффективный контроль населения, а также как вещество, при использовании которого вероятно возникновение необратимых заболеваний, и, наконец, препарат, вызывающего летальный исход. В комментариях власти представлены как люди, насильственно насаждающие вакцинацию и жестоко терзающие противников вакцинации, как люди, которые пытаются получить максимальную финансовую выгоду в сложившейся ситуации с вакцинацией от COVID-19, и, наконец, как люди, намеренно стремящиеся уничтожить население.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Балашова, Л. В. Артефактная метафора в речи В. В. Путина как способ репрезентации образа России в условиях первой волны пандемии COVID-19 / Л. В. Балашова. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2021. — № 2 (86). — С. 12–24.
2. Булгакова, Н. Е. Словесные ярлыки как лексико-семантическое и лингвоэкологическое понятие / Н. Е. Булгакова. — Текст : непосредственный // Мир русского слова. — 2012. — № 2. — С. 42–47.
3. Гриценко, Л. М. Коммуникативные стратегии и тактики, репрезентируемые прецедентными текстами (на материале чат-коммуникации) / Л. М. Гриценко. — Текст : непосредственный // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2013. — № 1 (21). — С. 15–21.
4. Иванова, С. В. Политическая коммуникация как образец речевого манипулирования / С. В. Иванова, Р. Т. Садуов. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2008. — № 2 (25). — С. 52–59.
5. Ильясова, С. В. Нековидно о COVID'e: к вопросу о языковой игре с актуальной / С. В. Ильясова. — Текст : непосредственный // Медиа в современном мире. 59-е Петербургские чтения : сборник материалов Международного научного форума / Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета ; под ред. В. В. Васильевой. — Санкт-Петербург : Медиапир, 2020. — С. 120–122.
6. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : моногр. / О. С. Иссерс. — Изд. 5-е. — Москва : ЛКИ, 2008. — 284 с. — ISBN 978-5-382-00698-7. — Текст : непосредственный.
7. Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность : моногр. / Ю. Н. Караулов. — Москва : УРСС, 2004. — 261 с. — ISBN 5-354-00768-2 : 600. — Текст : непосредственный.
8. Клушина, Н. И. Стилистика публицистического текста : моногр. / Н. И. Клушина. — Москва : Медиа-Мир : Фак журналистики МГУ, 2008. — 242 с. — ISBN 978-5-91177-030-3. — Текст : непосредственный.

9. Лесняк, М. В. Тактика «Создание светлого будущего» в политической коммуникации / М. В. Лесняк. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2013. — № 4. — С. 110–116.
10. Лисихина, М. А. Опыт типологии макро-речевых актов дискредитации / М. А. Лисихина. — Текст : непосредственный // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. — 2008. — № 8. — С. 219–225.
11. Миронова, П. О. Стратегия редукционизма в современном политическом дискурсе: когнитивно-прагматический аспект : 10.02.01 : автореф. дис. ... канд. филол. наук / Миронова Полина Олеговна ; Уральский государственный педагогический университет. — Екатеринбург, 2003. — 23 с. — Текст : непосредственный.
12. Пандемия COVID-19 и конспирологические убеждения: психологические предпосылки, последствия, возможности коррекции / М. Г. Мягков, Т. А. Кубрак, В. В. Латынов [и др.]. — Текст : непосредственный // Вестник Том. гос. ун-та. — 2021. — № 467. — С. 156–163.
13. Полищук, А. И. Извлечение частотной лексики с использованием инструментов корпусной лингвистики (на примере текстов о коронавирусе) / А. И. Полищук, В. О. Коликов. — Текст : непосредственный // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. — 2021. — № 5 (847). — С. 161–169.
14. Руженцева, Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе : моногр. / Н. Б. Руженцева ; Урал. гос. пед. ун-т. — Екатеринбург : [б. и.], 2004. — 294 с. — ISBN 5-7186-0032-5. — Текст : непосредственный.
15. Словарь русского языка коронавирусной эпохи / Е. С. Громенко, А. Ю. Кожевников, Н. В. Козловская [и др.]. — Санкт-Петербург : Институт лингвистических исследований РАН, 2021. — 550 с. — ISBN: 978-5-6044839-0-9. — Текст : непосредственный.

REFERENCES

1. Balashova, L. V. (2021). Artefaktная metafora v rechi V. V. Putina kak sposob reprezentatsii obraza Rossii v usloviyakh pervoy volny pandemii KOVID-19 [Artifact metaphor in Vladimir Putin's speech as a way of representing the image of Russia in the first wave of the COVID-19 pandemic]. *Political linguistics*, 2(86), 12–24. (In Russ.)
2. Bulgakova, N. E. (2012). Slovesnyye yarlyki kak leksiko-semanticheskoye i lingvoekologicheskoye ponyatiye [Verbal labels as a lexico-semantic and linguo-ecological concept]. *World of the Russian word*, 2, 42–47. (In Russ.)
3. Gritsenko, L. M. (2013). Kommunikativnyye strategii i taktiki, reprezentiruemye pretsedentnymi tekstami (na materiale chat-kommunikatsii) [Communication strategies and tactics, represented by precedent texts (based on chat communication)]. *Bulletin of the Tomsk State University. Philology*, 1(21), 15–21. (In Russ.)
4. Ivanova, S. V., & Saduov, R. T. (2008). Politicheskaya kommunikatsiya kak obrazets rechevogo manipirovaniya [Political communication as an example of speech manipulation]. *Political linguistics*, 2(25), 52–59. (In Russ.)
5. Ilyasova, S. V. (2020). Nekovidno o COVID'e: k voprosu o yazykovoy igre s aktualemoy [In un-COVID way about COVID: on the problem of the language game with the actual]. In V. V. Vasileva (Ed.), *Media in the modern world. 59th St. Petersburg Readings* [Collection of Materials of the International Scientific Forum] (pp. 120–122). Saint Petersburg : LLC "Mediaapir". (In Russ.)
6. Issers, O. S. (2008). *Kommunikativnyye strategii i taktiki russkoy rechi* [Communicative strategies and tactics of Russian speech] (monograph, ed. 5th). Moscow: LKI, 284 p. ISBN 978-5-382-00698-7. (In Russ.)
7. Karaulov, Yu. N. (2004). *Russkiy yazyk i yazykovaya lichnost'* [Russian language and language personality] (monograph). Moscow: URSS, 261 p. ISBN 5-354-00768-2: 600. (In Russ.)
8. Klushina, N. I. (2008). *Stilistika publitsisticheskogo teksta* [Stylistics of publicistic text] (monograph). Moscow: Media-Mir, Fac. of Journalism of Moscow State University, 242 p. ISBN 978-5-91177-030-3. (In Russ.)

9. Lesnyak, M. V. (2013). Taktika «Sozdaniye svetlogo budushchego» v politicheskoy kommunikatsii [Tactics “Creation of a bright future” in political communication]. *Political linguistics*, 4, 110–116. (In Russ.).

10. Lisikhina, M. A. (2008). Opyt tipologii makro-rechevykh aktov diskreditatsii [Experience of typology of macro-speech acts of discrediting]. *Bulletin of the Russian State Pedagogical University n.a. A. I. Herzen*, 8, 219–225. (In Russ.).

11. Mironova, P. O. (2003). *Strategiya reduksionizma v sovremennom politicheskom diskurse: kognitivno-pragmaticheskiy aspekt* [Strategy of reductionism in modern political discourse: cognitive-pragmatic aspect] [Abstract of the thesis for the degree of candidate of philological sciences]. Yekaterinburg, 23 p. (In Russ.)

12. Myagkov, M. G., Kubrak, T. A., & Latynov, V. V., [and others]. (2021). Pandemiya COVID-19 i konspirologicheskiye ubezhdeniya: psikhologicheskiye predposylki, posledstviya, vozmozhnosti korrektsii [Pandemic COVID-19 and conspiracy beliefs: psychological prerequisites, consequences, opportunities

for correction]. *Bulletin of Tomsk State Univ.*, 467, 156–163. (In Russ.).

13. Polishchuk, A. I., & Koklikov, V. O. (2021). Izvlechenie chastotnoy leksiki s ispol'zovaniem instrumentov korpusnoy lingvistiki (na primere tekstov o koronavirusе) [Extraction of frequency vocabulary using corpus linguistics tools (on the example of texts about coronavirus)]. *Bulletin of the Moscow State Linguistic University. Humanitarian sciences*, 5(847), 161–169. (In Russ.).

14. Ruzhentseva, N. B. (2004). *Diskreditiruyushchiye taktiki i priyemy v rossiyskom politicheskom diskurse* [Discrediting tactics and techniques in Russian political discourse] (monograph). — Yekaterinburg: Ural State Pedagogical University, 294 p. ISBN 5-7186-0032-5. (In Russ.).

15. Gromenko, E. S., Kozhevnikov, A. Yu., & Kozlovskaya, N. V., [and others]. (2021). *Slovar' russkogo yazyka koronavirusnoy epokhi* [Dictionary of the Russian language of the coronavirus era]. St. Petersburg: Institute of Linguistic Research RAS, 550 p. ISBN: 978-5-6044839-0-9. (In Russ.).

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ: Чарыкова Ирина Анатольевна — преподаватель кафедры русского языка для иностранных учащихся, Институт филологии, журналистики и межкультурной коммуникации, Южный федеральный университет; 344006, Россия, Ростов-на-Дону, пер. Университетский, 93; e-mail: happy462@mail.ru.

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR: Charykova Irina Anatol'evna — Senior Lecturer of Department of Russian Language for Foreign Students, Institute of Philology, Journalism and Intercultural Communication, Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia.