

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ ОППОНЕНТОВ В РЕЧИ МЕДИАРИТОРОВ НА FOX NEWS

Е. С. Воронович

Белорусский государственный университет

Минск, Беларусь

e-mail: eug.voronovich2308@gmail.com

В статье раскрывается суть коммуникативной стратегии дискредитации. На основе анализа ряда телевизионных шоу-программ на американском канале Fox News автор выявляет и классифицирует тактики, воплощающие данную стратегию в медиариторике ведущих риториков данного информагентства.

Ключевые слова: стратегия дискредитации; тактики; медиакоммуникация; медиариторика.

IMPLEMENTATION OF THE STRATEGY OF DISCREDITING OPPONENTS IN THE SPEECH OF MEDIA HOSTS ON FOX NEWS

E. S. Voronovich

Belarusian State University

Minsk, Belarus

e-mail: eug.voronovich2308@gmail.com

The article reveals the core idea of the communicative strategy of discrediting. Based on the analysis of a number of television shows on the American Fox News channel, the author identifies and classifies tactics that embody this strategy in the media rhetoric of the leading media hosts of this news agency.

Keywords: discrediting strategy; tactics; media communication; media rhetoric.

Современная медиакоммуникация – это не просто пространство, где распространяется актуальная информация и рождаются новости. Это виртуализированная среда существования современного общества, особый мир, в котором фигурируют свои характерные для него субъекты, генерируются и транслируются оценки, отношения, смыслы; это своего рода игра и пространство манипулирования общественным сознанием и ценностями.

И. М. Богдановская определяет медиакоммуникацию как «процесс, связанный с распространением с помощью технических средств между различными группами и индивидуумами специально подготовленных сообщений, представляющих социальную и личную значимость» [1, с. 78]. В данном определении автор акцентирует такие важные феноменологические черты медиакоммуникации как диссеминование информации среди широких масс и использование для этого технических инструментов. Однако ключевым сегодня на наш взгляд аспектом медиа является информационное воздействие на социальную среду (общество)

и идеологическое коммуницирование. В этой связи О. Ф. Русакова и Е. Г. Гриболов в качестве определяющей черты современного медиапространства отмечают тот факт, что в этой среде «формируются и эффективно работают ненасильственные, “мягкие” механизмы воздействия на политические настроения масс, осуществляется процесс программирования систем ценностных ориентаций широких слоев населения» [2, с. 65]. А поскольку медиакоммуникация в качестве самой сути своего существования предполагает манипулирование общественным мнением и даже сознанием людей, то фокусом внимания современных ученых являются коммуникативные стратегии и средства их реализации в медиариторике.

В лингвистике существует ряд определений коммуникативной стратегии, однако наиболее точное и лаконичное предлагает С. Иссерс: **стратегия** – это «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели» [3, с. 54]. **Коммуникативная тактика** отличается от коммуникативной стратегии тем, что она сопряжена с практическими действиями в реальном процессе взаимодействия при воплощении той или иной стратегии, и соотносится тактика с набором коммуникативных задач и намерений.

Существуют различные классификации коммуникативных стратегий в медиа. Так, Н. Б. Руженцева выделяет три основные коммуникативные стратегии в политическом медиа дискурсе: превозносящую, дискредитирующую и самопрезентационную [4, с. 32]. О. И. Иссерс, в свою очередь, выявляет стратегии семантические (подчинения и дискредитации), прагматические (самопрезентации), диалоговые и риторические [3, с. 140].

Ключевой стратегией современной медиакоммуникации является стратегия **дискредитации оппонента**, что, в первую очередь, вызвано политизацией общества, перемещением политической коммуникации в медиасреду и фактическим слиянием политической коммуникации и медиа. Современная политическая реальность – это медиареальность, «которая включена в символическое поле политики» [2, с. 67].

Стратегия дискредитации заключается в разрушении положительного образа адресата, его авторитета, подрыве доверия к нему, в изменении мнения о лице путем отрицательной оценки его действий, поступков, качеств. Целью нашего исследования являлось выявление тактик воплощения данной стратегии в медиариторике американских СМИ. Объектом нашего исследования выступил американский информационный канал Fox News, придерживающийся прореспубликанской повестки, критикующий инициативы демократов и, соответственно, ак-

тивно демонстрирующий стратегию дискредитации в отношении кабинета действующего президента Джозефа Байдена.

Материалом нашего исследования выступили три шоу-программы ключевых риториков и политических аналитиков канала Fox News, таких как Такер Карлсон, Грег Гатфелд и Лора Ингрэм.

Роль политических журналистов в формировании социальных представлений о политических событиях трудно переоценить. Как замечают О. Ф. Русакова и Е. Г. Грибовод, политический медиаритор не только продуцирует и конструирует контент политического медиадискурса, но «организует его публичную медийную репрезентацию». И именно эта особая авторская журналистская «упаковка» медиаконтента «ранжирует политические факты по определенным шкалам их социальной значимости, предоставляет обществу идеологические, когнитивные и аналитические услуги в виде интерпретаций, комментариев, рационального и эмоционально-образного осмысления политических реалий» [2, с. 67].

Анализ актуальных программ ключевых политических медиариторов канала Fox News позволил нам выявить и классифицировать следующие тактики реализации стратегии дискредитации: тактика стигматизации, тактика демагогии, тактика сарказма, тактика конспирологии, тактика негативной оценки, тактика инкриминирования и тактика прямой инвективы.

Тактика **стигматизации** – это «риторический прием навешивания ярлыков, клеймения, “брендирования” или “лэйбирования” субъекта, объекта критики с использованием негативных, критических, уничижительных и даже оскорбительных выражений» [5, с. 187]:

T. Carlson: *In fact, and the American media never says this, but it's absolutely true – **China is a militarized ethno-state**.*

Тактика стигматизации призвана «дискредитировать идеи, планы, личности, вызвать чувство предубеждения, страха, ненависти, не прибегая к объективной оценке или анализу» [6, с. 42].

Особой популярностью в медиариторике отмечена следующая тактика, названная нами **демагогией**. Тактика **демагогии** (*популизма, риторства*) – это намеренное использование ритором различных ораторских и риторических приемов, пафосных фраз, конструкций:

G. Gutfeld: *And he says they had to do it this way because, well, he never did say why. Just that they had to do it this way because they had to do it that way;*

L. Ingraham: *When America's number one, the left [democrats] is miserable. **When** we had energy independence and cheap gas, **they** were*

*furious. **When** there was no inflation with rising wages, **they** were depressed. **When** people stand for and sing the National Anthem, **they**'re offended.*

Также весьма активно используемой тактикой дискредитации оппонента видится использование сарказма. Тактика **сарказма** – это насмешка, которая имеет явно негативный окрас и призвана изобличить различные недостатки человека, объекта или явления:

T. Carlson: *So, when Nancy Pelosi took off for Taiwan today aboard a U.S. military jet, the Chinese government **did not issue a statement applauding her remarkable display of spunky girl power**;*

G. Gutfeld: *And the press were so quiet on CNN, you can hear Stelter's stomach growling.*

Конспирологическая тактика заключается в дезинформировании аудитории и обвинении оппонента посредством генерирования теорий заговора:

T. Carlson (about China): *It's **run along traditional fascist lines for the benefit of a specific ethnic group: the Han Chinese**;*

T. Carlson: *We've already sent too many of our surface-to-air missiles, for example, to Ukraine, **where our oligarch friends are busy selling them to various dark actors on the international arms market**.*

Тактика **инкриминирования** – это предъявление политическому лицу обвинений в принятых им ранее политических решениях и совершенных действиях, которые могут быть расценены, как деструктивные или даже преступные:

G. Gutfeld (в адрес М. Гарланда – генерального прокурора США): *Some nut tried to murder Brett Kavanaugh. **Where was Garland? Dozens of crisis pregnancy centers are attacked and Garland has no leads. Ruth Bader Ginsburg did more than Garland, and she's dead**;*

L. Ingraham: *But now **under Biden's policies, look at where we are. We've fallen from number one under Trump to number four under Biden. France and Italy beat us in 2021. That is pathetic**.*

Менее репрезентативны выявленные нами тактики негативной оценки и прямой инвективы.

Тактика **негативной оценки** – это высказывание о каких-либо действиях оппонента с разовым вкраплением лексем с отрицательной оценочностью:

T. Carlson: *The official line in Washington, as always, **is totally implausible**, is that Pelosi's trip was designed to "reaffirm Taiwan's status as a U.S. ally."*

Тактика **прямой инвективы** – использование уничижительной и даже бранной лексики, выражений низкого регистра:

G. Gutfeld (в адрес Джо Скарборо – политического обозревателя): *Joe Scarborough actually said that legal channels must be used to go after angry people on cable news. Is he so **stupid** that he forgets he's on cable news and corners the market in anger? Yeah, he is that **stupid**? At least Biden has dementia, what's his excuse?*

Таким образом, мы можем заключить, что стратегия дискредитации активно используется в англоязычной медиакommunikации с целью нанесения урона положительному лицу оппонента, подрыва доверия к нему и изменения мнения о нем. Замечено, что одними из самых распространенных тактик дискредитации являются демагогия, использование сарказма и прямое обвинение лица в должностных просчетах.

Библиографические ссылки

1. Богдановская И. М. Медиа-коммуникация // Universum: Вестник Герценовского университета. 2011. № 8. С. 77–80.
2. Русакова О. Ф., Грибовод Е. Г. Политический медиадискурс и медиатизация политики как концепты политической коммуникативистики // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения РАН. 2014. Т. 14. Вып. 4. С. 65–77.
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛЕНАНД, 2017. 288 с.
4. Руженцева Н. Б. Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе. Екатеринбург: УГПУ, 2004. 294 с.
5. Уланович О. И. Направления декодификации современной медиариторики // Информация – Коммуникация – Документ (ИКД-2021): Сб. ст. Пенза: ПГУ, 2021. С. 182–192.
6. Булгакова Н. Е. Словесные ярлыки как лексико-семантическое и лингвоэкологическое понятие // Мир русского слова. 2012. № 2. С. 42–47.