



ЖУРНАЛИСТИКА

УДК 070(47+57)|1960/1979|

Некоторые особенности реализации стратегии дискредитации в советском медиадискурсе (на материале газетных текстов 1960–1979 годов)

И. С. Лисюткина

Лисюткина Ирина Сергеевна, ассистент кафедры романо-германской филологии и перевода, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского, serial@bk.ru

Статья посвящена тактике навешивания (наклеивания) ярлыков. Анализируются примеры из советской прессы 1960–1970-х гг. (газеты «Правда», «Известия», «Красная звезда» и «Вечерняя Москва»). В результате исследования были выделены семантические группы ярлыков, проанализированы способы взаимодействия ярлыков с другими дискредитирующими средствами.

Ключевые слова: медиадискурс, стратегия дискредитации, навешивание ярлыков, оценка.

Some Aspects of the Discrediting Strategy in Soviet Media Discourse (Based on Newspaper Articles of the 1960–1979)

I. S. Lisiutkina

Irina S. Lisiutkina, <https://orcid.org/0000-0001-6047-7431>, Saratov State University, 83 Astrakhanskaya St., Saratov 410012, Russia, serial@bk.ru

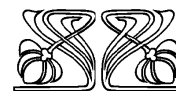
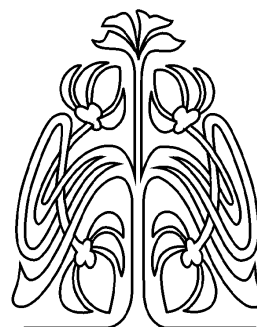
The article is devoted to one of the forms of implementation of the discrediting strategy in the Soviet political media discourse – the tactics of labeling. Examples from the Soviet press of the 1960–1970s (*Pravda*, *Izvestia*, *Krasnaya zvezda* and *Vecherniaia Moskva*) are analyzed. As a result of the study, semantic groups of labels are identified; their ways of interacting with other means of discrediting are analyzed.

Keywords: media discourse, discrediting strategy, labeling, evaluation.

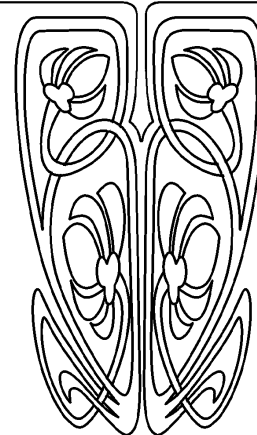
DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-2-237-241>

Политические новости всегда были неотъемлемой частью жизни социума, но в последние годы их воздействие на человека становится все более значительным. Даже тем, кто не интересуется политикой, сложно избежать того потока информации, который буквально обрушивают на нас СМИ, вовлекая в политический процесс¹. В связи с этим необходимо вспомнить, что цель политического дискурса (помимо завоевания и удержания власти) состоит в том, чтобы внушить электорату необходимость действий или бездействия, а также оценок, верных с точки зрения той или иной идеологии. Другими словами, политический дискурс призван не описать действительность, а скорее, сконструировать ее, воздействуя при этом на адресата, формируя его мировоззрение. Для выполнения данной цели авторы газетных текстов активно используют стратегию дискредитации.

В нашем исследовании под политическим медиадискурсом понимается сложное коммуникативное явление, цель которого – борьба за власть, осуществляющаяся с помощью формирования общественного мнения. Составными элементами политического медиадискурса являются текст как вербализованный результат речи, различные типы



НАУЧНЫЙ
ОТДЕЛ





контекста (ситуативный, социокультурный и прагматический), а также специальные языковые средства, которые будут соответствовать целям и задачам дискурса².

Вслед за М. В. Коноваловой отметим, что главной отличительной чертой медиадискурса (как части гибридного политического медиадискурса) является его способность трансформировать фатическую, субъективную, а также оценочную информацию в некий медиатекст, который будет доступен и, что не менее важно, понятен большому количеству читателей, принадлежащих к различным социальным, возрастным, политическим группам населения, владеющим различными языковыми кодами³.

Традиционно медиадискурс делится на жанры: информационный, аналитический и художественно-публицистический. В свою очередь эти жанры делятся еще на несколько групп:

1) новостные тексты (информационный жанр), ядро которых – новость, т. е. сообщение, содержащее новую для аудитории информацию;

2) исследовательско-новостные тексты (аналитический жанр), отличием которых является то, что главным становится интерпретация новости, а не просто информирование. Журналист стремится сохранить ядро новости, но в то же время наделять ее собственной оценкой;

3) исследовательские тексты (собственно художественно-публицистический жанр), ярким примером которых могут стать авторские колонки. В их основе лежит не просто авторская оценка, но и глубокий анализ фактов⁴.

Таким образом, мы можем заключить, что автор любого медиатекста, информируя аудиторию об объективной действительности, в то же время интерпретирует ее. Стоит подчеркнуть, что аналоговая действительность не равна объективной реальности. Таким образом, интерпретативная реальность существует параллельно объективной реальности, однако общество находится под влиянием именно субъективной реальности, которая формируется СМИ.

В ходе данного исследования были проанализированы тексты, которые относятся ко второй и третьей группе, так как именно в подобного рода медиaproдуктах выявлена особая концентрация суггестивных средств.

Изучение функционирования стратегии дискредитации и ее модификаций в зависимости от правящей идеологии, задач действующего правительства позволяет выявить способы укрепления дихотомии «свой» – «чужой» в массовом сознании, а также подчеркнуть ключевую роль СМИ в процессе становления и эффективной работы политических режимов.

Предметом данного исследования является лишь одна из многочисленных форм реализации стратегии дискредитации – тактика навешивания (наклеивания) ярлыков. Ярлык, будучи отрицательной номинацией, позволяет человеку,

во-первых, структурировать и упрощать реальность, а во-вторых, иметь готовое негативное отношение к денотату, что позволяет эффективнее манипулировать массовым сознанием. По мнению Т. В. Матвеевой, ярлык – это краткая отрицательно-оценочная характеристика человека или явления, характеризующаяся устойчивостью, целью которой – дискредитация данной личности или явления в массовом сознании⁵. Л. С. Навасартян отмечает, что часто ярлыки не имеют под собой объективных оснований, т. е. представляют собой неаргументированную оценку⁶. В связи со строгой стилевой регламентированностью институционального дискурса некоторые ученые полагают, что ярлык есть не что иное, как замаскированная форма речевой агрессии или даже инвектива (Ю. Яковлева⁷, Н. Булгакова⁸).

Ярлыки неразрывно связаны с процессом идеологизации общества: с помощью ярлыков обозначаются те, кто не разделяет позицию говорящего и, следовательно, является ее врагом. Так, Р. Г. Апресян понимает ярлык как средство обозначения социокультурных различий и как нетерпимость к любому проявлению «чужого»⁹.

А. П. Сквородников и Э. А. Королькова выделяют политические ярлыки, которые они понимает как языковые единицы тематической группы «общественная лексика»¹⁰. Вслед за Н. Е. Булгаковой авторы отмечают высокую степень оценочности данных единиц и преобладание коннотативного значения над денотативным¹¹. Таким образом, можно сделать вывод о том, что ярлыком языковую единицу делает идеологическая установка, которая стремится максимально доступно поделить реальность по принципу «свой» – «чужой».

В ходе данного исследования были проанализированы тексты советской прессы 1960–1979 гг. из газет «Правда», «Известия», «Красная звезда» и «Вечерняя Москва». Общее количество исследованного материала – 42 текста объемом 14 500 словоупотреблений. При знакомстве с материалом было выявлено, что стратегия дискредитации может быть направлена либо на внешнеполитических оппонентов, либо на отдельных граждан СССР. Поскольку первое направление является наиболее широко представленным, исследование проводилось методом сплошной выборки в рубриках, посвященных мировой политике. К исследованию был применен междисциплинарный подход, так как для анализа политического дискурса необходимо обладать знанием различных факторов (политических, исторических, социальных).

Отметим, что прагматическая интенция дискредитации реализуется с помощью целого комплекса тактик, поэтому в данном исследовании также будет уделено внимание взаимодействию тактики навешивания ярлыков и других средств дискредитации.

В результате исследования было выявлено частотное использование тактики навешивания



ярлыков, что объясняется характерным для советской риторики идеологическим примитивизмом и его отдельным проявлением – семантическим примитивизмом. Семантический примитивизм подразумевает активное функционирование оппозиций в тексте. Семантика советского языка СМИ отражает не социальную реальность, а совокупность идеологем, поэтому описываются не объективные процессы и явления, а коммунистические взгляды в их наложении на действительность. Таким образом, авторы делят реальность исключительно на «черное» и «белое», при этом негативно маркированный член оппозиции выражен ярлыком.

В ходе анализа материала среди ярлыков были выделены два типа: нейтральные номинации, получившие негативное наполнение в рамках процесса идеологизации советского общества, и изначально пейоративные номинации. К лексическим единицам первого типа относятся: *империалист, колонист, монополист, аристократ*. Например: *Со всех концов страны в редакцию «Правды» поступают письма, авторы которых – рабочие, колхозники, интеллигенция – клеймят позором бельгийских империалистов, поддерживаемых США и другими западными державами, которые пытаются задушить молодую Республику Конго* (Правда, 12.08.1960).

Интересным представляется история того, как менялось коннотативное наполнение лексемы *империализм*. В середине XVIII в. данное понятие не существовало, а *империя* трактовалась нейтрально: «Государство, управляемое императором»¹². В начале XX в. до Октябрьской революции *империя* маркируется также нейтрально, однако империализм объясняется через понятие деспотизма. В «Словаре иностранных слов» 1949 г. обе лексемы окрашены крайне негативно: «...для империи характерны захватническая политика, угнетение и эксплуатация подчинённых и зависимых народов» и «реакционер, ведущий политику империализма»¹³.

В вышеприведенном примере ярлык *империалист* приобретает негативное значение за счет противопоставления его другим группам населения: рабочим, колхозникам и интеллигенции, которые являлись основными классами советского общества. Бельгийское правительство, упоминаемое в примере выше, с помощью криминальной метафоры «задушить» уподобляется автором убийце, чье преступление усугубляется тем, что жертва молода.

В следующем примере номинация *глашатай* является положительной (вспомним Н. Некрасова: «...глашатай истин вековых»), однако, так как она относится к книжному стилю, ее употребление в данном контексте приводит к саркастическому эффекту: *Глашатаям нового средства массового уничтожения все труднее придумать доводы в защиту этого варварского оружия* (Красная звезда, 16.04.1978).

Наличие большого количества экспрессивных лексических единиц является отличительной чертой реализации стратегии дискредитации исследуемого периода вообще и тактики навешивания ярлыков в частности. Прежде всего, это отражается в глаголах: авторы не просто осуждают политику третьих стран, они «клеят ее позором». В процессе анализа газетных текстов нам встретились следующие экспрессивные глаголы: *негодовать, призывать, протестовать, добиваться*.

В ходе анализа было зафиксировано большое количество лексем с семой «звук» в сочетании с положительно окрашенным эпитетом: так, партийного лидера толпа приветствует «могучим эхом», после доклада следуют «громовые аплодисменты»: *Диссонансом среди горячих, восторженных поздравлений простых англичан, ученых и общественных деятелей прозвучал брюзгливый голос английского министра по вопросам науки лорда Хэйлшема, который, выступая в Бирмингеме, заявил, что, хотя русские и достигли «кое-чего эффектного», он не считает, что «следует слишком увлекаться драматичностью и романтичностью полета первого человека в космос»* (Вечерняя Москва, 14.04.1961).

Однако глагол *кричать* в дискредитирующих контекстах приобретает негативную окраску. Крик понимается как последний аргумент противника, который фактически является признанием в неспособности убеждать с помощью логических аргументов: *Поэтому он истошно кричит: не надо давать коммунизму мира, нужно идти войной на коммунистические страны* (Правда, 12.07.1960). На первый план в значении данной лексемы выходит не громкость и эмоциональность, а способность оказывать психологическое давление.

Несмотря на исключение в виде глагола *кричать*, эмоциональность и энергичность рассматриваются как положительные качества, в то время как им противопоставляются молчание, скрытность, медлительность противника: *Представители Пентагона хранят зловещее молчание по поводу новых данных о провокационном шпионском полете, полностью разоблачающих его истинные цели* (Правда, 08.05.1960).

Молчание приравнивается к виновности, так как правильная позиция должна высказываться незамедлительно: *Английские вечерние газеты и радио публикуют обширные выдержки из выступления Н. С. Хрущева на сессии Верховного Совета. Они еще не комментируют его. Молчат и источники официальных комментариев. Но и без комментариев все понятно* (Правда, 07.05.1960). Автор газетной статьи считает, что отсутствие комментариев уже является своеобразной характеристикой ситуации, поэтому запоздалые заявления не смогут пролить свет на события.

Вторую группу ярлыков составляют лексемы с пейоративной коннотацией. Под пейоративной коннотацией в данном исследовании понимается



негативная оценка чего-либо, неодобрение, ирония или даже презрение¹⁴.

Первую подгруппу ярлыков с пейоративной коннотацией составляют лексемы семантического поля «военные действия»: *О том же самом свидетельствует и другая наглая попытка американской военщины – с помощью самолета-шпиона «РБ-47» сунуть свой нос в наше воздушное пространство* (Правда, 12.08.1960). В данном примере американское правительство обвиняется в нарушении воздушного пространства СССР с недружественными целями. Лексема *военщина* является негативно окрашенной за счет суффикса *-щин*, который, согласно «Толковому словарю словообразовательных единиц русского языка» под редакцией Т. Ф. Ефремовой, при добавлении к основе придает деривату оттенок неодобрительности¹⁵.

Особый исследовательский интерес представляет словосочетание *другая наглая попытка*, сочетающее в себе сразу несколько персуазивных элементов. Во-первых, автор навязывает читателю пресуппозицию, за счет лексемы *другая* говоря о том, что это попытка не является единичной. Во-вторых, эпитет *наглый* несет в себе негативный прагматический заряд. В-третьих, дополнительный смысловой контекст актуализируется при использовании фразеологизма *совать нос*, который маркирован в словарях как просторечный и презрительный. *Сунуть нос* – это вмешиваться во что-либо без достаточных знаний, оснований, полномочий. Таким образом, действия противника признаются не только наглыми, но и нелегитимными.

Во время налета авиации в полях находились десятки крестьян. Только по счастливой случайности упражнения в стрельбе натовских вояк не привели к человеческим жертвам (Красная звезда, 16.04.1978). Номинация *вояка* содержит негативную и весьма экспрессивную оценку, с ее помощью создается образ непрофессиональных военных из лагеря политического противника: *Участие греческой хунты в заговоре против Кипра не ограничивается только этим* (Правда, 2.07.1971). Изначально термин *хунта* возник в Испании и до XVI в. обозначал совещательный орган, состоявший из местной феодальной знати. Затем семантика слова подверглась трансформации, и *хунтой* стали именовать союз политических деятелей (преимущественно – военных), объединенных идеей захвата власти путем военных переворотов¹⁶. В советское время было популярно юмористическое четверостишие: «Просыпаюсь утром рано – нет Луиса Корвалана. Вот она, вот она, хунта поработала»¹⁷. И если имя чилийского коммуниста в СССР знал каждый, то значение слова *хунта* могли прокомментировать немногие, однако всем был понятен негативный прагматический потенциал данной единицы. Таким образом, ярлык *хунта* присваивался советской прессой революционным правительствам, не разделя-

ющим коммунистическую идеологию, с целью подчеркнуть нелегитимность подобной власти.

Вторую подгруппу ярлыков с пейоративной коннотацией составляют лексемы семантического поля «криминал»: *Газеты не столько возмущены раскрывшейся перед всем миром бездной лицемерия и политического гангстеризма, сколько сожалеют, что «неприятные факты» стали достоянием гласности* (Правда, 30.06.1970). В данном примере ключевым элементом является сравнение действий противника с деятельностью преступной группировки. Особую роль в дискредитации чужих действий играет употребление лексемы *гангстеризм*, которая является языковой реалией. Под языковой реалией, вслед за С. Влаховым и С. Флориным, понимаются «... слова (и словосочетания) народного языка, представляющие собой наименования предметов, понятий, явлений, характерных для географической среды, культуры, материального быта или общественно-исторических особенностей народа, нации, страны, племени и являющиеся, таким образом, носителями национального <...> колорита»¹⁸. Использование данной реалии способствует четкому делению компонентов ситуации на «свое» и «чужое», таким образом, политика США маркируется негативно.

Идея лицемерия в вышеприведенном примере получает двойную актуализацию, во-первых, за счет лексического уровня – метафоры *бездна лицемерия*, а, во-вторых, за счет синтаксического уровня – двойного союза *не столько..., сколько*, противопоставляющего две части сложноподчиненного предложения. Автор статьи таким образом стремится подчеркнуть, что иностранная пресса была расстроена не самим содержанием сведений, а фактом их огласки. Идея о замалчивании врагом правды коррелирует с вышеизложенным тезисом о персуазивной маркированности семантических полей «речь» – «молчание» в советской прессе: *Но зверства агрессоров не помогут им удержаться на чужой земле. Демократическая Республика Вьетнам располагает всем необходимым для того, чтобы дать отпор зарвавшимся пиратам* (Вечерняя Москва, 14.04.1961). В данном примере выделяются сразу два ярлыка. Единица *пират* относится к криминальной лексике и также является реалией, которая подчеркивает, что иностранные государства – «чужаки» и их политика априори считается неверной.

В ходе исследования было отмечено частотное использование лексем *агрессивный*, *агрессия* и *агрессор*, которые имеют абстрактное значение. Это значит, что широкая предметная отнесенность значения позволяет любые действия политических противников СССР, от заявлений до боевых маневров, маркировать как агрессивные.

Третью подгруппу ярлыков с пейоративной коннотацией составляют лексемы семантического поля «игра»: *Там же [в документах] говорится, что проводниками неокolonизма, помимо*



непосредственных представителей империалистических держав, являются также местные марионетки, наиболее рьяно проявляющие себя в Конго (Известия, 15.04.1961). В исследованном материале было отмечено использование игровой метафоры, которая вызывает отрицательные ассоциации, так как связана, прежде всего, с нечестной игрой, фокусами и жульничеством и часто используется как средство реализации стратегии дискредитации. С помощью лексемы *марионетка* автор статьи фокусирует внимание на беспомощности местных властей, неспособных вести самостоятельную политику.

Таким образом, в ходе исследования нами были выявлены две группы ярлыков, функционирующих в рамках стратегии дискредитации в советской прессе 1960–1970 гг. Первую группу представляют изначально нейтральные номинации, получившие негативный прагматический потенциал в процессе идеологизации общества. Ко второй группе ярлыков относятся лексические единицы с изначально пейоративным значением. Данную группу представляется возможным разделить на подгруппы в соответствии с ключевой семой ярлыка: «военные действия» и «криминал», «игра». Все используемые для дискредитации противника номинации помещаются автором в семантическое поле «чуждости» и актуализируются за счет контекста, богатого негативно-оценочной лексикой.

Примечания

- 1 См.: Демьянков В. Политический дискурс как предмет политологической филологии // Политическая наука. Политический дискурс : история и современные исследования. 2002. № 3. С. 32–43.
- 2 См.: Никитина К. Технологии речевой манипуляции в политическом дискурсе СМИ (на материале газет США) : дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2006.
- 3 См.: Коновалова М. Медиадискурс и подходы к его изучению // Вестн. Челяб. гос. ун-та. 2015. № 27 (382). Филологические науки. Вып. 98. С. 101–108.
- 4 См.: Матвеева Т. Учебный словарь : русский язык, культура речи, стилистика, риторика. М., 2003.
- 5 См.: Никитина К. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием // Управление общественными и экономическими системами. 2006. № 2. С. 1–7.
- 6 См.: Навасартян Л. «Наклеивание ярлыков» как один из приемов манипуляции информацией в СМИ // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2016. Т. 16, вып. 4. С. 459–463. DOI: 10.18500/1817-7115-2016-16-4-459-463
- 7 См.: Яковлева Ю. Речевая агрессия в полемических материалах советских литературно-художественных изданий 1917–1932 гг. : дис. ... канд. филол. наук. М., 2016.
- 8 См.: Булгакова Н. Словесные ярлыки как лексико-семантическое и лингвоэкологическое понятие // Мир русского слова. 2012. № 2. С. 42–47.
- 9 См.: Апресян Р. Сила и насилие слова // Человек. 1997. № 5. С. 133–137.
- 10 См.: Сковородников А., Королькова Э. Речевые тактики и языковые средства политической информационно-психологической войны в России : этико-прагматический аспект (на материале «Новой газеты») // Политическая лингвистика. 2015. № 3. С. 160–172.
- 11 См.: Булгакова Н. Словесные ярлыки периода Октябрьской революции и Гражданской войны (1917–1925 гг.) // Экология языка и коммуникативная практика. 2015. № 1. С. 171–181. URL: <http://ecoling.sfu-kras.ru/332-2/> (дата обращения: 28.09.2018).
- 12 Михельсон А. Д. 30000 иностранных слов, вошедших в употребление в русский язык, с объяснением их корней. 2-е испр. изд. М., 1869. С. 215.
- 13 Словарь иностранных слов / под ред. И. В. Лехина, Ф. Н. Петрова. 3-е изд., доп. и перераб. М., 1949.
- 14 См.: Горбачева Е., Безрукова О. Пейоративная коннотация интернет-дискурса в современной разговорной речи // Молодой ученый. 2016. № 11. С. 1688–1690.
- 15 См.: Ефремова Т. Толковый словарь словообразовательных единиц русского языка. М., 2005.
- 16 См.: Политика. Толковый словарь. М., 2001.
- 17 Что такое хунта? // Дилетант. 2015. URL: <http://diletant.media/articles/25833861/> (дата обращения: 28.09.2018).
- 18 Влахов С., Флорин С. Непереводимое в переводе. М., 1980. С. 23.

Образец для цитирования:

Лисюткина И. С. Некоторые особенности реализации стратегии дискредитации в советском медиадискурсе (на материале газетных текстов 1960–1979 годов) // Изв. Сарат. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. 2019. Т. 19, вып. 2. С. 237–241. DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-2-237-241>

Cite this article as:

Lisiutkina I. S. Some Aspects of the Discrediting Strategy in Soviet Media Discourse (Based on Newspaper Articles of the 1960–1979). *Izv. Saratov Univ. (N. S.), Ser. Philology. Journalism*, 2019, vol. 19, iss. 2, pp. 237–241 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.18500/1817-7115-2019-19-2-237-241>