

## ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ ВО ВРЕМЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

### SPECIAL FEATURES OF DISCREDITATION STRATEGY IN THE CONDITIONS OF THE COVID-19 PANDEMIC

*O. Belousova  
V. Muravleva*

*Summary:* The article deals with the analysis of specific features of the information warfare realization by means of the discreditation strategy in the conditions of the COVID-19 pandemic in Russian and English language mass media.

*Keywords:* communicative strategy, communicative tactics, speech manipulation, information warfare, COVID-19.

**Белюсова Ольга Геральдовна**

преподаватель, Военный университет Министерства  
обороны РФ (г. Москва)  
gero@myrambler.ru

**Муравлева Валерия Романовна**

Адъюнкт, Военный университет Министерства обороны  
РФ (г. Москва)  
VR.Muravleva@mail.ru

*Аннотация:* Статья посвящена рассмотрению специфики реализации информационного противоборства посредством стратегии дискредитации противника в условиях информационного освещения пандемии COVID-19 в англо- и русскоязычных средствах массовой информации.

*Ключевые слова:* коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, речевое воздействие, информационная война, COVID-19.

Современное постиндустриальное общество характеризуется высоким приоритетом информации, создаваемой, передаваемой и аккумулируемой человеком. Однако, как заметил Д. Кьеца, «мы живем в обществе информации, но люди в основной своей массе понимают происходящее меньше, чем 30 лет назад» [4]. Подобный парадокс объясним тем фактом, что посредством манипуляций с данным символическим источником силы различные противоборствующие стороны вступают в так называемые «информационные войны» - своеобразные коммуникативные технологии достижения информационного превосходства в интересах её инициатора. Данный вид противоборства ориентирован на «уничтожение «боевой мощи» противника – вооружения (т.е. мнений и аргументов) и личного состава (дискредитация личности оппонента)» [2: 15].

Особенно ярко данный феномен проявил себя в ходе эпидемии COVID-19, столкнувшей не только тех, кто верил и не верил в серьезность данного заболевания, но и послужившей информационным поводом поднятия различных международных и локальных политических вопросов.

В связи с этим, мы можем утверждать, что **актуальность** данной статьи обусловлена особой активизацией коммуникативных проявлений ведения информационного противоборства, разворачивающегося на фоне пандемии о новой коронавирусной инфекции.

**Цель** данной статьи заключается в определении специфики функционирования стратегии дискредитации в англо- и русскоязычных средствах массовой ин-

формации на фоне эпидемии COVID-19.

Материалы данного исследования могут послужить основой для проведения более детального изучения стратегий, тактик и приемов речевого воздействия, особенностей коммуникативной реализации целей и задач информационного производства, специфики оказания манипулятивного воздействия посредством СМИ.

Одним из основных средств ведения современных информационных войн, а в рамках них и распространения информации о COVID-19 были и остаются средства массовой информации. В представлении А.А. Леонтьева массовая коммуникация представляет собой социально ориентированное общение, в рамках которого осуществляется воздействие одной части общества на другую в целях его улучшения либо ухудшения его функционирования [6: 66].

В данной работе под медиатекстом мы понимаем «предназначенный для массовой аудитории креолизованный текст на разных носителях, обладающий актуальным для общества содержанием, границы которого определяются рамками даты выпуска» [1: 7]. Основная задача текстов СМИ заключается в информировании аудитории о тех или иных событиях и явлениях и формировании общественного мнения, выгодного адресанту.

Манипулятивный потенциал медиатекстов обусловлен тем, что в самом коммуникативном пространстве они имеют большее значение, чем свидетели, а сам референт (предмет или явление, о котором говорится в тексте) становится фоном или средством достижения поставленной коммуникативной цели. Это обусловлено

тем, что адресант представляет в тексте исключительно психический образ описываемого события, который, помимо объективных характеристик, содержит в себе и выражение личных знаний, установок и оценок автора. Впоследствии предполагается, что подобный образ должен возникнуть и в сознании реципиента сообщения. Иными словами, результатом такого взаимодействия должно стать понимание высказывания – сведение бесконечного количества вариантов представления референта к единственному смыслу, разделяемому обоими коммуникантами. При этом под «смыслом» мы понимаем «эквивалент значения в конкретной деятельности конкретного индивида, форму существования значения в индивидуальной психике, всегда опосредованную системой отношений индивида к действительности» [8: 154].

Любой текст характеризуется наличием двух взаимодействующих компонентов смысла: прагматического и языкового. В условиях манипулятивного воздействия безусловными становятся их иерархические отношения: вершину иерархии образует прагматический план, а языковой выполняет зависимую роль, обеспечивая достижение коммуникативных целей адресанта. Воздействующее общение представлено такими ситуациями, в которых люди сознательно продуцируют сообщения, нацеленные на то, чтобы вызвать определенное поведение реципиента или повлиять на его точку зрения.

Формулируя свое сообщение, автор, в первую очередь, ориентируется на потенциального адресата текста, его когнитивные характеристики, ценностные ориентации, мировоззрение и взгляды. Это обусловлено тем, что его избирательность восприятия зависит от личных характеристик, знаний, опыта – того, что в психологии называется апперцепцией. Наличие подобных прагматических характеристик обуславливает отбор языковых знаков, способных адекватно реализовать и донести до адресата истинные интенции автора.

В связи с тем, что автор не всегда уверен в точности коммуникативных и некоммуникативных характеристик своего потенциального реципиента или же, напротив, убежден в некоторых из них, в своей коммуникативной деятельности он должен проявлять адаптивность, самоорганизацию и прогностические способности относительно выражения смыслов и реакции на них реципиента.

Изначальное планирование коммуникации выстраивается на основе масштабных прагматических целей адресанта, что позволяет избежать излишней хаотизации и непредсказуемости развития процесса общения. Письменные тексты, особенно ориентированные на широкую аудиторию, представляют собой результат не спонтанного, а, напротив, четко продуманного процесса

речетворчества, отвечающего задачам коммуникации.

Общий ход развертывания интеракции выстраивается в соответствии с выбранной адресантом речевой стратегией, под которой О.С. Иссерс понимает «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей», который предполагает «планирование процесса речевой коммуникации в зависимости от конкретных условий общения и личностей коммуникантов, а также реализацию этого плана» [3: 56]. Иными словами, задавая ту или иную стратегию общения, адресант эксплицирует свое восприятие конкретной коммуникативной ситуации, включающей в себя внеязыковые составляющие (участники общения, их прагматические установки, психо-социальные характеристики, обстоятельства и цели интеракции и т.д.) посредством тщательного отбора средств языковых и других семиотических систем.

В условиях развития пандемии, вызванной COVID-19, особенно распространенными в СМИ были и остаются стратегии дискредитации (на понижение) противника. Их целью является выставление в худшем свете противоборствующей стороны, формирование у адресата негативного образа мишени информационного воздействия (референта), а также повышение статуса инициатора коммуникативной ситуации (лица, в интересах которого выстраивается прагматический план процесса общения). Рассмотрим характерный пример:

*The most effective tools we have, at the moment, are public measures out of 19<sup>th</sup> century such as quarantines and social distancing (Newsweek, 03.04.2020) (Самые эффективные меры, которыми мы обладаем на данный момент – это средства 19 столетия, такие как карантин и социальная дистанция.)*

Данным текстом автор демонстрирует, что в современных условиях правительство не способно предложить меры противодействия пандемии, которые отвечали бы современным стандартам жизни, уровню развития технических, медицинских и прочих средств. Таким образом, дискредитация политиков достигается посредством обвинения их в несостоятельности, бездеятельности, безынициативности и неспособности идти в ногу со временем.

Коммуникативная стратегия не является самостоятельным средством речевой репрезентации референтной ситуации и прагматических интенций автора. Она представляет собой некую макроинтенцию, определяющую общий план речевого поведения адресанта общения. Так, репрезентация стратегии на понижение осуществляется посредством сужения интерактивных действий автора, анализом референтной ситуации с одной точки зрения, придания специфической стилистиче-

ской окраски тексту, выстраиванием четкой бинарной оппозиции.

Коммуникативную стратегию конституируют различные коммуникативные тактики – «локальные интенции, задающие актуальный смысл конкретного речевого поступка в разворачивающемся ситуационном социальном и культурном контексте» [5: 9]. Иными словами, речевые тактики представляют собой частные способы реализации общих интенций автора.

В условиях современных информационных войн «пропагандисты используют две основные человеческие склонности – стремление пользоваться мыслительными стереотипами и рационализацию поведения, – создавая различные виды тактики, играющей на предубеждениях и эмоциях» [9: 196].

Так, воздействующий потенциал тактик, направленных на расширение когнитивной базы реципиента, формируют у него новые знания и модифицируют уже имеющиеся. Манипуляция эмоциями не позволяет адресату адекватно воспринимать информацию, противостоять изменению мировоззрения, убеждений и ценностных представлений. Проиллюстрируем сказанное:

*By the official numbers, even Ukraine—long Russia's official example of a corrupt and dysfunctional democracy and a boogeyman for those who fear regime change—has done better than Russia in containing the pandemic's spread (Foreign Affairs, 27.05.2020). (Согласно официальной статистике, даже Украина, которая в течение долго времени служила в руках Российских политиков примером коррумпированной и неэффективной демократии и некой страшилкой о последствиях смены политического режима, гораздо лучше, чем Россия преуспела в вопросах недопущения распространения пандемии.)*

В данном примере автор упрощает для адресата восприятие текста, реализуя его на основании стереотипа (устойчивой убежденности) Запада в незаконности и недемократичности «Путинского режима». Разного рода стилистические средства отвлекают внимание реципиента и позволяют адресанту совершить смещение приоритета сообщаемой информации: в указанном отрывке текста на первое место выдвигается не сведения о распространении коронавирусной инфекции, а именно политические вопросы противостояния США, Украины и России.

В целом к основным языковым манипулятивным тактикам, используемым в СМИ в целях дискредитации противника, можно отнести:

– обзор события или личности под определённым углом (с хорошей или плохой стороны), особый акцент

на поляризации фактов;

*"It (the announcement) really divided the world into those countries that think it's great news ... and some of the U.S. media and some U.S. people who actually wage major information warfare on the Russian vaccine" (CNBC, 12.08.2020). (Это заявление фактически разделило мир на те страны, которые считают это хорошей новостью... и на американцев и их СМИ, которые особенно рьяно ведут информационную борьбу против российской вакцины.)*

В данном фрагменте текста эксплицитно противопоставлены Россия (в совокупности со всем миром) и США, ведущие гонку по внедрению собственной вакцины. Указанная оппозиция усиливается автором текста с помощью гиперболы, закладывающей в сознании адресата образ страны, упорно и бессмысленно противоречащей здравому смыслу всего остального мира ради своих собственных амбиций, неуместных в столь сложной эпидемиологической обстановке. При этом, адресант даже не пытается рассмотреть причины «информационной борьбы» США, вследствие чего, в данном контексте «неправильность» действий Америки являются результатом исключительно дискурсивного конструирования реальности.

– подчёркнутое внимание к деталям и нивелирование общей информации;

*Since the start of the coronavirus outbreak, at least 342,414 Americans have died because of the disease, which Trump has repeatedly pledged on 40 different occasions would go away (Cnbc, 31.12.20). (С момента вспышки коронавирусной инфекции, как минимум 342 414 американца погибли из-за болезни, которая, как Трамп настойчиво обещал около 40 раз, непременно пройдет).*

В приведенном фрагменте автор пытается повысить достоверность своего текста посредством включения в него цифровых показателей. Данная детализированность не позволяет реципиенту понять, что сообщение не имеет практически никакой точной информации – ни об обстоятельствах смерти, ни о том, что именно столь многократно обещал президент США.

– упрощение и схематизация информации;

*Russia's decision to register the Sputnik vaccine before large scale late-stage trials, without publishing research data, led to criticism in the West. Dr Anthony Fauci, one of the most prominent members of the White House's coronavirus taskforce, said he "seriously doubt[s]" the Russians had proven their vaccine to be safe and effective. In Moscow, such concerns were dismissed as "jealousy" (BBC, 22.08.2020). (Решение России о регистрации вакцины Спутник до завершения полномасштабных испытаний, без публикации иссле-*

довательских результатов вызвало волну критики на Западе. Доктор Энтони Фаучи, один из самых известных членов группы по борьбе с коронавирусом Белого Дома, выразил свои серьезные сомнения в том, что Россия доказала безопасность и эффективность своей вакцины. В Москве данные предположения были восприняты как проявление зависти.)

Автор упрощает для реципиента обстоятельства сложного и многоступенчатого процесса регистрации вакцины от коронавируса. Противостояние сторон в таком важном и ответственном деле сводится к проявлению сомнений, с одной стороны, и к зависти, с другой. Данное упрощение способствует прорисовке четких границ бинарной оппозиции и внушению реципиенту единственно верной позиции в данной ситуации.

– усиление и поддержание конфликта;

Эксперты считают, что деньги из Фонда борьбы COVID-19 фактически забрали на политический проект президента Зеленского «Большая стройка» для повышения рейтинга партии власти в преддверии местных выборов (Фокус, 2.10.2020 г.)

В данном случае паника и чувство страха, вызванные пандемией, применяются в качестве психо-эмоционального фона для развития кампании против избрания президентом Украины В. Зеленского.

– стереотипизация;

*The government—which has been promising Russians that, unlike Western democracies, it is capable of decisive actions if necessary—has been shirking all responsibility, leaving the citizens to fend for themselves. The system that Putin has created is doing what it knows how to do: issuing fines, restricting movement, and making threats. Unwilling to give people money despite the huge reserves that it has amassed, the regime appears to view the cash in state coffers as its own personal funds (Foreign policy, 04.06.2020). (Правительство, которое заявляло, что, в отличие от Западных демократических стран, оно способно по необходимости к применению решительных мер, сбросило с себя всю ответственность и оставило народ один на один со своими проблемами. Система, выстроенная Путиным, делает то, что у нее получается лучше всего: вводит систему штрафов, ограничивает передвижения и угрожает. Не желая помочь народу финансово, несмотря на наличие богатых фондов, режим рассматривает их как свои личные сбережения.)*

Сообщение выстроено на основе того, как Запад воспринимает так называемый «Путинский режим». Использование данного стереотипа служит базой для создания совместного знания у адресанта и реципиента, что повы-

шает уровень доверия адресата к прочитанному. Более того, устоявшиеся представления о «демократических странах» и «системой, выстроенной Путиным» способствует выстраиванию характерной для информационного противоборства бинарной оппозиции, обеспечивающей преимущество одной из сторон.

– манипуляция степенью важности, качества, достоверности и т.д. информации и фактов;

*There has been a proliferation of conspiracy theories about COVID-19 that either reject the existence of the virus altogether or question the official account of its origins, its mode of transmission, its effects and its remedies. Many of these theories are highly implausible and harmful and it has become commonplace to describe them as irrational – even delusional (The conversation, 09.12.2020). (Активный рост теорий заговора на фоне COVID-19, которые либо вовсе отрицали существование вируса, либо ставили под сомнение официальные версии его происхождения, способы передачи, симптомы и лекарства. Многие из этих теорий крайне неправдоподобны и губительны для общества, они повсеместно называются иррациональными и даже бредовыми.)*

В данном случае автор дискредитирует версии относительно той или иной характеристики COVID-19, которые не совпадают с его видением проблемы. Адресант не называет конкретных фактов данных теорий, а дает исключительно их оценку, тем самым, не вдаваясь в возможность/невозможность наличия у них веских аргументов, представляет их реципиенту как недостоверные, не заслуживающие внимания.

Важно отметить, что характерной особенностью реализации манипулятивных тактик является тот факт, что «их использование не закреплено за определёнными стратегиями и не привязано к конкретному языковому уровню» [7: 53].

Существует также более мелкая, чем речевая тактика, единица манипулятивного воздействия – речевой ход, определяемый как «прием, выступающий в качестве инструмента реализации той или иной речевой тактики» [3: 117]. Речевые приемы, осуществляемые на различных языковых уровнях, не могут рассматриваться как самостоятельное воздействующее средство, так как их манипулятивный потенциал раскрывается непосредственно в контексте других лингвистических и экстралингвистических средств. Например:

*Did the COVID-19 pandemic doom Donald Trump's re-election? Our study examining the effect of COVID-19 cases on county-level voting in the United States shows that the pandemic led to Trump's defeat on Nov. 3. (The conversation, 07.12.2020 ) (Пандемия COVID-19 обрекла на провал шан-*



сы переизбрания Дональда Трампа? Наше исследование влияния количества случаев заболевания COVID-19 на голосование в регионах США показало, что пандемия привела к поражению Трампа 3 ноября.

В данном случае стратегия дискредитации реализована с помощью тактик ссылки на авторитетный источник (исследование), привязки к конкретным пространственно-временным координатам. Повышению эффективности указанных тактик способствовало употребление риторического вопроса, усложненной структуры предложений, демонстрирующей продуманность сказанного и большого количества отглагольных форм, подчеркива-

ющих процессуальность, а не внезапность произошедшего.

**Таким образом,** пандемия COVID-19 послужила сильным информационным поводом активизации противодействия индивидов, групп, стран и т.д. в коммуникативной среде СМИ. Особенно ярко данная борьба реализуется посредством стратегии дискредитации противника, основанной на развитии характеристик бинарной оппозиции «друг-враг». Речевое выражение данной стратегии приобретает благодаря сочетанию тактик и приемов, подчеркивающих негативные характеристики оппонента.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Варченко В.В. Цитатная речь в медиа-тексте. Изд. 2-е. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». 2012. 240 с.
2. Володина М.Н. Язык и дискурс средств массовой информации в XXI веке. – М.: Академический Проект; Альма Матер, 2008. – 332 с.
3. Иссерс, О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 5-е изд. / О.С. Иссерс. — М.: ЛКИ, 2008. – 288 с. – Текст: непосредственный.
4. Кьеза Д. Вместо консенсуса - дубина // Лит. Газета, №42(5997), 16- 22.10.2002.
5. Ланских, А.В. Речевое поведение участников реалити-шоу: коммуникативные стратегии и тактики: дис. канд. филол. наук / А.В. Ланских. – Екатеринбург, 2008. – 183 с.
6. Леонтьев А.А. Психолингвистические особенности языка СМИ // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования. Учебное пособие. М., МГУ, 2003. С. 66-88.
7. Муравлева, В.Р. Языковые манипулятивные средства в коммуникативной среде СМИ / В.Р. Муравлева // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Лингвистика и педагогика - 2020. – Т. 10, №2. - С. 48-56.
8. Сидорова, Н.А. Интеграция ценностей: от частного к общему / Н.А. Сидорова. – Текст: непосредственный // Ученые записки Российского государственного социального университета. – 2012. – 4 (104). – С. 153 - 155.
9. Черных С.Н., Зуева Н.А. Информационная война: традиционные методы, новые тенденции // Контекст и рефлексия: философия о мире и человеке. 2017. Том 6. № 6А. С. 191-199.
10. The Race for Answers [Text] / Newsweek. – 03.04.2020 / - vol . 174 – no . 9- pp. 16-25
11. Baunov, A. Where Is Russia's Strongman in the Coronavirus Crisis? /Foreign Affairs// Электронный ресурс <https://www.foreignaffairs.com/articles/russian-federation/2020-05-27/where-russias-strongman-coronavirus-crisis>
12. Ellyatt, H. Russia says there is 'major information warfare' against its coronavirus vaccine / CNBC // Электронный ресурс <https://www.cnbc.com/2020/08/12/russia-rejects-coronavirus-vaccine-criticism.html>
13. Macias, A. Trump boasts about his Covid response after largely ignoring crisis during deadliest month yet / CNBC // Электронный ресурс <https://www.cnbc.com/2020/12/31/trump-boasts-about-covid-response-as-december-becomes-deadliest-month-yet.html>
14. Coreta, G. Coronavirus vaccine: Short cuts and allegations of dirty tricks in race to be first / CNBC // Электронный ресурс <https://www.bbc.com/news/world-53864069>
15. Бабенко, М. Стройка во время чумы. На что ушли деньги из фонда борьбы с коронавирусом / Фокус // Электронный ресурс <https://focus.ua/economics/464333-bolshaja-strojka-fond-koronavirus-ukraina>
16. Gozman, L. Putin Is Warping Russia's Pandemic Response / Foreign Policy // Электронный ресурс <https://foreignpolicy.com/2020/06/04/putin-is-warping-russias-pandemic-response/>
17. Hood, L. Conspiracy theories may seem irrational – but they fulfill a basic human need / The Conversation // Электронный ресурс <https://theconversation.com/conspiracy-theories-may-seem-irrational-but-they-fulfill-a-basic-human-need-151324>
18. How COVID-19 led to Donald Trump's defeat / The conversation // Электронный ресурс <https://theconversation.com/how-covid-19-led-to-donald-trumps-defeat-150110>

© Белоусова Ольга Геральдовна (gero@myrambler.ru), Муравлева Валерия Романовна (VR.Muravleva@mail.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»