

Гипофора как средство реализации речеповеденческой стратегии дискредитации в политической медиа-журналистике

В данной статье рассматривается гипофора как средство реализации речеповеденческой стратегии дискредитации в политической медиа-журналистике. Дискредитирующая гипофора в английском языке представлена 7 структурными типами и 4 группами по способу выражения дискредитации.

Ключевые слова: дискредитация; речеповеденческая стратегия дискредитации; гипофора; медиа-журналистика; английский язык.

В современной политической медиа-журналистике реализуются различные речеповеденческие стратегии: манипулирования, аргументации, самопрезентации, убеждения и дискредитации.

Дискредитация понимается как умаление достоинства, престижа, авторитета кого-либо, реализованное через посредство прямой или опосредованной негативной оценки дискредитируемого лица и/или его действий [4, с. 402].

Речеповеденческая стратегия дискредитации рассматривается как целенаправленная, осознанная и последовательная система тактик с дискредитирующей направленностью, воплощение которых на языковом уровне может варьироваться в зависимости от специфики социокультурных и национальных параметров/установок [2, с. 189], [1, с. 525]. В политической медиа-журналистике речеповеденческая стратегия дискредитации реализуется с помощью целого арсенала тактик, речевых приемов и языковых средств. К числу таких средств относится гипофора.

Гипорофа (от др.-греч. *ὑποφορά* – «предвосхищение») – это фигура речи, реализуемая путем вопросительного предложения или цепочки таких конструкций с последующей реакцией в виде краткого либо развернутого ответа [3, с. 28]. Этой фигуре речи присущи такие черты как целенаправленность и безапелляционность [5, с. 174–175]; гипофора выполняет две функции: активизирует внимания адресата и акцентирует идеи, воплощенные в ответной части. Гипофора служит средством диалогизации монологической речи и находит широкое применение в публицистике, в ораторской и художественной речи; в полемике и политической медиа-журналистике используется как средство ослабления доводов оппонента [3, с. 30].

В настоящей статье исследуется гипофора как одно из средств реализации речеповеденческой стратегии дискредитации в политической медиа-журналистике на примере передачи «*Tucker Carlson Tonight*».

Источником материала исследования послужили скрипты 26 передач американского политического обозревателя Такера Карлсона за период с января 2021 по февраль 2021 года.

В ходе анализа было выявлено 156 гипофор, с том числе 58 гипофор, реализующих речеповеденческую стратегию дискредитации администрации Д. Байдена. Дискредитирующий характер гипофоры проявляется в стимулировании адресата к совместной речемышлительной деятельности и имитирует непосредственное общение: адресат «приглашается» к решению проблемы «сообща» и прямо либо опосредованно подталкивается к негативным умозаключениям относительно администрации Д. Байдена.

Структурно исследуемые гипофоры можно подразделить на следующие типы:

- одно вопросительное предложение с развернутым ответом (18 гипофор, 31%),

- два вопросительных предложения с развернутым ответом (16 гипофор, 28%),

- цепочка вопросительных предложений с развернутым ответом (7 гипофор, 12%),

- одно вопросительное предложение с кратким ответом (6 гипофор, 10%),

- вопрос-заголовок с последующим ответом в виде целого текста одной передачи (4 гипофоры, 7%),

- цепочка вопросительных предложений с кратким ответом (4 гипофоры, 7%),

- цепочка чередующихся вопросов и ответов (3 гипофоры, 5%).

Дискредитирующий потенциал гипофор реализуется посредством аргументированных или неаргументированных компрометирующих администрацию Д. Байдена доводов, эксплицитных или имплицитных критических суждений и выводов, содержащихся как в вопросительной, так и в ответной части.

По способам выражения дискредитации гипофоры подразделяются на 4 группы:

- гипофоры, реализующие дискредитацию эксплицитно в вопросительной части,

- гипофоры, реализующие дискредитацию имплицитно в ответной части,

- гипофоры, реализующие дискредитацию имплицитно в вопросительной части,
- гипофоры, реализующие дискредитацию эксплицитно в ответной части.

Рассмотрим имплицитный и эксплицитный способ выражения дискредитирующей гипофоры более подробно.

1) Гипофора с прямой дискредитирующей интенцией в вопросительной части. Данный тип гипофоры представляет наименее репрезентативную группу, представленную 3 гипофорами, что составляет 5 % от общего количества.

(1) *Why did they do this? Why did they lie? Well, DeRosa explained, the administration was worried that telling the truth about how many people were dying in nursing homes would hurt Joe Biden and help Donald Trump.* Вопросительная часть содержит указание на того, что администрация Д. Байдена солгала гражданам Америки (искажила данные об уровне смертности в домах престарелых).

2) Гипофора, реализующая дискредитацию имплицитно в вопросительной части. Эта группа представлена 7 случаями использования гипофоры, 12% от общего количества. Например,

(2) *Do supporters of the Joe Biden administration get banned the same way, by mistake? We can't tell you that because Twitter won't give up the numbers. What we do know is that shutting down the New York Post's entire Twitter account right before the election because the newspaper printed stories that were unflattering to the Biden family was not censorship.* Вопрос апеллирует к социальному неравенству, а ответная часть индуцирует негативные коннотации и представления о том, что администрация Д. Байдена злоупотребляет властью, нарушает одно из фундаментальных демократических основ – свободу слова.

3) Гипофоры, реализующие дискредитацию эксплицитно в ответной части, входят в группу средней частотности, их количество равно 12, что составляет 21%. Так, на примере одного из штатов происходит разоблачение истинных намерений администрации Д. Байдена, которые идут вразрез с благополучием жителей Калифорнии.

(3) *How, in the course of a single generation, did the best state in the Union become the worst state? How did the place that so many Americans desperately wanted to move to become the place that millions of Americans are fleeing? The Biden administration's immigration plan is not designed to improve the United States of America. It's not intended to make Americans happier or richer or more secure or more united. You might think those would be the aims of every government policy ever but no, not in this case. The point*

of Joe Biden's immigration plan is «racial equity». В ответной части разворачивается идея о том, что цели и задачи администрации Д. Байдена не отвечают целям внутренней политики любого государства – сделать жизнь граждан страны лучше, создавая для жителей худшие условия, побуждающие к бегству из некогда самого процветающего штата США, прикрываясь идеей «расовой справедливости».

(4) *Thursday was Joe Biden's first day in office. You can tell a lot about what people value on their first day in any job, so what's at the top of Joe Biden's to-do list? Opening the borders and crushing our country's last remaining independent economic sector. First, Biden signed an executive order revoking the permit for the Keystone XL pipeline. Now, no matter how you feel about fossil fuel (and if you drive a car or fly on airplanes or use the hospital or enjoy electricity, you might want to think carefully about how you feel about fossil fuel), there is no getting around the economic effect of this decision. Millions of Americans don't have jobs right now, but with a single shaky signature, Joe Biden just put another 11,000 people out of work.* Зрителю транслируются недвусмысленные выводы о том, принятые Д. Байденом в первый день президентства решения имеют негативные экономические последствия для американцев. Компрометирующая направленность гипофоры поддерживается на лексическом уровне при помощи эпитета *shaky signature* «шаткая/неуверенная подпись», символизирующего несостоятельность президента ни расписаться в документе, ни принять решения во благо американской нации.

4) Наиболее репрезентативной является группа гипофор, реализующих дискредитацию имплицитно в ответной части. Выявлено 36 случаев, что составляет 62%.

(5) *So the question is, who will fill the power vacuum within the Biden administration? There are still reasonable people within the Democratic Party. There are people who have a stake in this country and don't want to destroy it. Now is the time for those people, the reasonable people in the Democratic Party, to step up forcefully and call off the war their party is planning on millions of fellow Americans, and it is war.* Дискредитирующий характер гипофоры строится на утверждении о том, что в администрации Д. Байдена существует «вакуум власти», а в ответной части содержится скрытая надежда на то, что в Демократической партии есть люди, способные принимать обдуманные решения во благо страны. Гипофора разворачивается в виде оппозиции «администрация Д. Байдена, действующая не в интересах страны» / «отдельные представители администрации Д. Байдена, действующие в интересах страны»; на лексическом уровне гипофора поддерживается эпитетом *reasonable people* «разумные и справедливые люди».

(6) *You know who does have power? Private equity has power, a lot of it. So does Google, Citibank, the government of China, even silly Alexandria Ocasio-Cortez with her massive social media accounts. Those are the people who run our country and they don't like to be criticized.* Дискредитация выражается имплицитно в виде оппозиции «администрация Д. Байдена, не имеющая реальную власть» / «люди, имеющие реальную власть».

Результаты исследования свидетельствуют о том, что гипофора в английском языке является одним из средств реализации речеповеденческой стратегии дискредитации в политической медиа-журналистике. Наиболее репрезентативными группами являются гипофоры, имплицитно выражающие дискредитацию в ответной части и гипофоры, структурно состоящие из одного вопросительного предложения с развернутым ответом.

Литература

1. Верещагин, Е. М. Язык и культура : Лингвострановедение в преподавании русского языка как иностранного / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров; Редактор Г. Г. Яроцкая, Художественный редактор Л.А. Бабаджанян, Технические редакторы В.А. Павлова, С.С. Якушкина, Корректор С.А. Никольская. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – Москва : Русский язык, 1976. – 248 с.

2. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс // Издательство ЛКИ, 2012. – 299 с.

3. Сковородников, А. П. Гипофора / А. П. Сковородников // Эффективное речевое общение (базовые компетенции) : Словарь-справочник. Электронное издание / Сибирский федеральный университет ; под редакцией А. П. Сковородникова. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. – 99 с.

4. Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. 3-е изд., стереотип. Москва : Рус. яз., 1985–1988. – Т. 1. – 750 с.

5. Стилистика и риторика в схемах таблиц, иллюстрациях / Т. Г. Хазагеров, Л. С. Ширина, В. В. Богуславская, Е. В. Ширина. – Ростов-на-Дону : Ростовский государственный университет, 1998. – 24 с.

Науч. рук.: Полякова Н.В., к-т филол. н., доц.