

СТРАТЕГИЯ ДИСКРЕДИТАЦИИ ЧУЖИХ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ДИСКУРСЕ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Ю.В. Богоявленская^{1а}

^аУральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина

АННОТАЦИЯ:

Статья посвящена исследованию стратегии дискредитации «чужих», являющейся базовой для современного медиаполитического дискурса. Под «чужими» понимаются люди (политические деятели, пользователи социальной сети), группы (политические партии, объединения, компании), события, факты, которые становятся объектом негативной оценки, дискредитации. Исследование направлено на уточнение типологии дискредитирующих тактик и тактикообразующих приемов в дискурсе французских социальных медиа, а именно – в социальной сети Twitter, представляющей собой одну из наиболее эффективных площадок, используемых в борьбе за власть.

Эмпирический материал исследования составляет коллекция сообщений, извлеченных со страниц французских политических партий в сети Twitter, мишенью дискредитации которых является правительство Франции и ее президент Эммануэль Макрон. Обострившаяся социально-политическая и экономическая ситуация во Франции и приближение новых президентских выборов активизируют деятельность политических противников действующей власти. Анализ материала осуществляется с позиций когнитивно-семиотического подхода: сообщения в социальной сети рассматриваются как креолизованные (поликодовые) тексты, объединяющие единицы двух и более семиотических систем, вступающих в отношения взаимодополнения, что обеспечивает комплексное воздействие на адресата.

Как показало исследование, наиболее востребованными в «игре на понижение статуса» действующего президента и его правительства являются следующие тактики: превращения нейтральных контекстов в дискредитирующие, использования конфликтного контекста, наклеивания ярлыков, создания образов темного настоящего и будущего, разоблачения, агрессивно-атакующая тактика, а также протестная, лозунговая и призывная тактики. Тактические схемы и приемы, комбинирующие потенциал различных семиотических систем, применяются для трансляции мнения, что тот, на кого они направлены, недостоин занимаемой должности, не соответствует ей по ряду причин и ввергает страну в еще больший кризис.

Перспективными представляются следующие направления исследования: изучение эффективности применения тех или иных дискредитирующих тактик по реакциям пользователей и исследование контрприемов, использующихся в рамках противодействия дискредитации в социальных сетях и, шире, официальных средствах массовой информации.

БЛАГОДАРНОСТИ: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 21-011-31072.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: медиадискурс, стратегия дискредитации, коммуникативные тактики, социальные сети, Twitter, политическая коммуникация, креолизованный текст.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Богоявленская Ю.В. (2021). Стратегия дискредитации чужих во французском дискурсе социальных медиа // Вопросы управления. № 5. С. 5–21.

¹ AuthorID РИНЦ: 276870, ORCID: 0000-0002-4500-1491, ResearcherID: L-3981-2015

Для современного медиаполитического дискурса коммуникативная стратегия дискредитации «чужих», под которыми понимаются политические противники, является базовой и потому часто оказывается в фокусе внимания исследователей, работающих с печатными и электронными СМИ (см. обзоры в [1–3]). Однако работы последних лет показывают, что «новые медиа» (социальные сети, блоги, персональные страницы и мессенджеры) играют не менее важную, а в некоторых случаях и более значимую роль в политических процессах. Как справедливо отмечает М. В. Плотникова, «активная цифровизация современного медиапространства, а также появление новых, гибридных форм медиадискурса привели к серьезной трансформации и в сфере политической коммуникации», снижению воздействию потенциала традиционных СМИ и росту доверия социальным медиа, эффективности которых «во многом способствует наивное представление определенной части социума о сети „Интернет“ как о либеральном пространстве: отсутствие цензуры создает иллюзию непредвзятости» [4, с. 17–18].

В рамках настоящей статьи мы обратимся к изучению дискредитирующих тактик «чужих» в дискурсе французских социальных медиа, а именно в социальной сети *Twitter*, являющейся одной из наиболее эффективных площадок, используемых в борьбе за власть. Несмотря на то, что изучение дискредитирующих тактик и приемов предпринималось на материале русского политического дискурса, не уточнялся их перечень и тактикообразующие приемы, используемые непосредственно в политическом дискурсе социальных медиа. Актуальность предпринимаемого исследования заключается в уточнении типологии дискредитирующих тактик и приемов, используемых политическими деятелями, как практик манипулятивного воздействия на пользователей сети интернет.

Эмпирическим материалом исследования послужила коллекция сообщений, извлеченных со страниц французских политических партий в социальной сети *Twitter*. Полученная коллекция была загружена в систему экспертного анализа «Лингвистика», разработанную автором статьи на базе Уральского фе-

дерального университета [5]. Выбор *Twitter* в качестве источника материала продиктован несколькими причинами: во-первых, растущей популярностью данного социального медиа во Франции; во-вторых, активным участием его пользователей, в том числе представителей политических партий, дипломатов, министров, президентов и просто граждан, неравнодушных к происходящему, в политических процессах. В связи с этой популярностью не так давно возник термин «твиломатия» – «дипломатия в 280 символах», позволяющая в силу ограниченности объема бездоказательно и напористо осуществлять дискредитирующие выпады в сторону политических противников [6–7]. Ограничение текстового пространства не позволяет подробно излагать и обсуждать факты, а потому появляется удобная возможность для искажения информации, применения тактик эмоционального воздействия, речевой манипуляции.

Методологической основой нашего исследования стали работы представителей Уральской школы политической лингвистики: монографии Н. Б. Руженцевой «Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе» [8] и «Методология и методика анализа массмедийного политического текста» [9], а также ряд статей, опубликованных в ведущих научных журналах [10–15]. Исследование опирается и на достижения ученых других школ [16–17]. Важное значение для нашей работы имеют работы Н. Б. Дубенец [18], О. Н. Паршиной [19] и З. С. Хабекировой [20].

Следует заострить внимание на определении единицы анализа – твита, представляющего собой сообщение (запись, пост) в социальной сети *Twitter*. Подобные тексты рассматриваются как медиатексты третьего порядка; специалистами фиксируется постоянный рост числа обращений к данному типу медиатекста в связи с тем, что он в меньшей степени ассоциируется с фейковыми новостями и пропагандой [16, с. 43–45]. В анализе данного типа медиатекста необходимо учитывать его особенности: текстовая составляющая твита часто уточняется, дополняется графическими (фотографии, скриншоты, рисунки, тексты листовок) или мультимедийными средствами (гиперссылками на сайты

электронных СМИ, блоги или другие веб-страницы, аудиовизуальными файлами). Твит содержит информацию о времени публикации, количественных показателях привлекаемости сообщения – комментариях, лайках и ретвитах. Записи также часто снабжаются хэштегами (специальными тематическими метками) и эмоджиками (пиктограммами, обозначающими эмоции). Таким образом, запись в ленте *Twitter* часто представляет собой креолизованный (поликодовый) текст – «текст, обладающий сложной формой, то есть основанный на сочетании единиц двух и более различных семиотических систем, которые вступают в отношения взаимосвязи, взаимодополнения, взаимовлияния, что обуславливает комплексное воздействие на адресата» [21, с. 22]. Формат записи в *Twitter* позволяет пользователям отправлять короткие текстовые заметки лишь до 280 символов, что существенно ограничивает возможность применения некоторых тактических схем и порождает новые тактические приемы. Как показывают наши наблюдения отобранных записей, они редко превышают размер 200 символов, но даже на таком коротком текстовом пространстве авторам удается реализовать одну или две дискредитирующие тактики, иногда прямо или косвенно сопровождающихся тактиками самопрезентационной или превозносящей стратегий.

Благодаря возможности «прокрутки» записей, поисковому сервису и многим другим инструментам для пользователя *Twitter* представляет собой комфортное динамическое коммуникативное пространство, а представители политических партий и власти получают возможность персонифицировать свою цифровую деятельность, максимально приблизиться к адресату (своему потенциальному избирателю). Субъекты этой сетевой коммуникации делятся на «своих» и «чужих». «Чужие» – люди (политические деятели, президенты, министры), группы (политические партии, объединения, компании), события, факты и так далее, которые становятся объектом негативной оценки, дискредитации. Основной ее целью является «игра на понижение», подрыв, умаление чьего-либо авторитета. В научной литературе стратегия понимается как «набор речевых действий, исполь-

зуемых коммуникантами для достижения коммуникативной цели», а под тактиками – «одно или несколько действий, которые способствуют реализации стратегии» [22, с. 110]. Нам более близко понимание тактики как «конкретной методики, схемы действия» [8, с. 22]. При таком подходе тактика мыслится и как способ реализации локальной интенции в рамках глобальной, стратегической интенции, и как «имплицитный или эксплицитный метод манифестации авторского мнения, основной коммуникативный ход, связанный с выбором формы демонстрации суждения и его обоснования и направленный на то, чтобы мнение автора в максимальной степени стало достоянием адресата» [8, с. 31]. При разработке типологии дискредитирующих тактик ученый опирается на широкую экстралингвистическую категорию направленности манипулированного воздействия и выделяет пять групп тактик: универсальные тактики, прямые тактики эмоционального воздействия, ориентированные на изменения представлений адресата о мире (перепрограммирование), прямые социально-ориентированные тактики и косвенные тактики. Как признает автор, предложенная классификация является приблизительной, так как «воздействие на адресата СМИ является, как правило, комплексным, прямым и косвенным, направленным на разные стороны человеческого сознания» [8, с. 25]. Тактические схемы «часто переплетаются, взаимодействуют, накладываются друг на друга – текстовая реальность сложна» [8, с. 36], но всегда можно вычленить какой-то основной коммуникативный ход, которому подчиняются остальные. Несмотря на приблизительность, предложенная типология, тем не менее, вполне универсальна, но при ее применении необходимо учитывать специфику исследуемого материала: его структурные, жанровые и иные особенности.

Анализ собранной коллекции сообщений показывает, что в политических дискредитирующих твитах могут широко использоваться как универсальные тактические схемы, так и прямые и косвенные тактики. В настоящей статье мы сосредоточимся на анализе наиболее востребованных универсальных и прямых тактиках эмоционального воздействия.

Для анализа были отобраны записи, мишенью дискредитации которых стали правительство Франции и ее президент Эммануэль Макрон. Наш выбор продиктован в первую очередь растущим количеством подобных твитов, появляющихся в связи с тем или иным событием, высказыванием президента, с изменением политической ситуации. Идет четвертый год из пятилетнего президентского срока и в апреле 2022 году состоятся новые президентские выборы – политические «страсти» накаляются. Критическая оценка эффективности президентской власти, негативные эмоции по поводу многочисленных социальных, политических, дипломатических проблем захлестывают страну и выливаются в социальных сетях на страницы политических партий, стремящихся дискредитировать действующего президента и привлечь в свои ряды будущих избирателей.

Исследование показывает, что одной из наиболее востребованных тактик является тактика превращения нейтральных контекстов в дискредитирующие. Суть этой универсальной тактики заключается в использовании автором поста нейтрального (или относительно нейтрального) высказывания оппонента, выбора в нем некоей «зацепки», которая затем обыгрывается в отрицательном ключе. Например, в твите «Партии Франции» (рис. 1) содержится краткий, но язвительный дискредитирующий вопрос пользователя: «Jusqu'aux présidentielles?» [До президентских выборов? — фр.] (здесь и далее перевод автора). К твиту приложена ссылка на статью под названием «#Covid19 'La crise sanitaire n'est pas derrière



Рисунок 1 – Скриншот твита «Партии Франции»
Figure 1 – Screenshot of the Party of France tweet

nous' et durera 'encore plusieurs mois', avertit Macron» в газете «Courrier picard»². Фрагменты высказывания Э. Макрона, констатирующего объективную реальность «„Санитарный кризис еще не позади нас“ и продлится „еще несколько месяцев“» служат «зацепкой», на которую негативно реагирует автор, связывающий критическую эпидемиологическую ситуацию в стране с нахождением у власти нынешнего президента и его неспособностью разрешить этот кризис.

Стратегия дискредитации широко используется не только во внутренней политике, но и в международных отношениях. Примером может служить разразившийся в 2019 году дипломатический кризис между Эммануэлем Макроном и президентом Бразилии Жаиром Болсанаро. В своем аккаунте по поводу горящих лесов в Амазонии президент Макрон (рис. 2) написал: «Notre maison brûle. Littéralement. L'Amazonie, le poumon de notre planète qui produit 20 % de notre oxygène, est en feu. C'est une crise internationale. Membres du G7, rendez-vous dans deux jours pour parler de cette urgence. #ActForTheAmazon»³ [Наш дом горит. Буквально. Амазония, легкие нашей планеты, которые производят 20 % нашего кислорода, в огне. Это международный



Рисунок 2 – Скриншот твита Э. Макрона
Figure 2 – Screenshot of Emmanuel Macron's tweet

²Источник: https://twitter.com/parti_france/status/1425392747352109058.

³Источник: <https://twitter.com/EmmanuelMacron/status/1164616868080103425>.

кризис. Члены «большой семерки», встретимся через два дня, чтобы обсудить это срочное дело. — *фр.*] Твит вызвал 11,6 тыс. комментариев, 18,1 тыс. ретвитов и 47,8 тыс. лайков. Однако призыв Макрона был воспринят как реакция «чужака», лезущего не в свое дело. Неприятие проявилось и в огромном количестве комментариев оскорбительного характера, в обвинении во лжи, сопровождающимися хэштегами #macronliar, #MacronLies, в незнании роли амазонских лесов и агрессивных заявлений, что пожары в Амазонии Макрона не касаются. Как оказалось, присоединенная фотография была сделана несколько лет назад, что также спровоцировало нападки. Бразильский президент Ж. Болсонару резко отреагировал и обвинил Э. Макрона в «колониальном менталитете». Конфликт перешел и в другую социальную сеть – Facebook. Под мемом, который сравнивает жен Ж. Болсонару и Э. Макрона с текстом «Теперь вы понимаете, почему Макрон гонится за Болсонару?», бразильский президент написал комментарий: «Не унижай парня. Ха-ха-ха»⁴ (рис. 3).

Ситуацию обострил министр образования Бразилии А. Вейнтрауб, грубо отреагировавший на скептическое отношение Макрона и его правительства на ратификацию договора между Евросоюзом и Меркосур. В своем Twitter он написал: «Macron n'est pas à la hauteur de ce débat. C'est juste un crétin opportuniste qui cherche le soutien du lobby agricole français»⁵ [Макрон не на высоте положения в этом споре. Он просто оппортунистический кретин, ищущий поддержку французского сельскохозяйственного лобби. — *фр.*]. Португальское слово *calhorda*, которое он использовал, весьма далеко от дипломатических терминов и имеет во французском языке значение «tricheur» (шугер), «crétin» (кретин, дурак) и «connard»⁶ (дурачина, мудака, болван, козли-на)⁷. В том же сообщении автор дискредитиру-

ет и Францию: «La France est un pays d'extrêmes. Elle a produit des hommes comme Descartes ou Pasteur, mais aussi des collaborateurs de la Waffen-SS» [Франция – страна крайностей. Она дала миру таких людей как Декарт или Пастер, но также и сотрудников немецких войск СС. — *фр.*]. В другом твите он продолжает оскорбления: «Ils ont choisi un président sans caractère» [Они выбрали бесхарактерного президента. — *фр.*] и «il faut attaquer ce crétin de Macron» [Нужно расправиться с этим кретином Макроном. — *фр.*]. Олаво де Карвалью, писатель и «гуру» Ж. Болсонару, дал в Twitter прозвище французскому президенту «Macrocon»⁸ – игра слов, а именно игра на созвучии фамилии Макрон и префикса «макро» (первая составная часть сложных слов, обозначающая «большой», «крупный», «больших размеров»⁹) и блендинг с инвективом *con* («дурак»). Э. Макрон нашел такие высказывания «tristes» («грустными») и «extrêmement irrespectueux» («чрезвычайно неуважительными») и отве-



Рисунок 3 – Скриншот твита Ж. Болсонару
Figure 3 – Screenshot of Jair Bolsonaro's tweet

⁴Источник: https://www.liberation.fr/checknews/2019/08/28/les-moqueries-de-bolsonaro-a-propos-de-brigitte-macron-proviennent-elles-d-un-faux-compte_1747764/.

⁵Источник: https://www.lemonde.fr/international/article/2019/08/26/cretien-opportuniste-macrocon-idiot-le-president-francais-insulte-en-ligne-par-des-responsables-bresiliens_5502898_3210.html.

⁶Источник: <https://www.letemps.ch/monde/emmanuel-macron-insulte-twitter-un-ministre-bresilien>.

⁷Dictionnaire français-russe du type actif. URL: <https://translate.academic.ru/connard/fr/ru/>.

⁸Источник: <https://www.letemps.ch/monde/emmanuel-macron-insulte-twitter-un-ministre-bresilien>.

⁹Новый словарь иностранных слов. by EdwART, 2009. URL: https://dic.academic.ru/dic.nsf/dic_fwords/46037/макро.

тил: «Comme j'ai beaucoup d'amitié et de respect pour le peuple brésilien, j'espère très rapidement qu'ils auront un président qui se comporte à la hauteur»¹⁰ [Так как я испытываю чувство дружбы и уважения к бразильскому народу, я надеюсь, что он очень скоро найдет президента, который будет себя вести на высоте. — *фр.*]. Не ограничившись оскорблениями в адрес французского президента и его супруги, правительство Бразилии отказалось от 20 миллионов долларов, которые «большая семерка» была готова выплатить для борьбы с пожарами в Амазонии.

Нередко «зацепка» носит не нейтральный, а заведомо конфликтный характер. В этом случае реализуется тактика, которую можно назвать тактикой использования конфликтного контекста. В этом случае тактическая схема может разворачиваться различными способами:

1. Сначала используется провокационная цитата-«зацепка», затем следует реакция пользователя в виде воображаемого диалога, как, например, в твите Французской коммунистической партии: «Nous vivons plus longtemps, il faudra donc travailler plus longtemps et partir à la retraite plus tard. Non, Emmanuel Macron, nous ne sommes pas condamnés au travail perpétuel. Merci d'arrêter de jouer avec nos cotisations retraites.» [RPF, 13 июля 2021 г.]. [Мы живем дольше, следовательно, нужно будет и работать дольше, и уходить на пенсию позже». Нет, Эммануэль Макрон, мы не осуждены на вечную работу. Хватит жульничать с нашими пенсионными взносами. — *фр.*]. Здесь обращение в неуважительной форме к главе государства (отсутствует формула «Господин Президент»), противоречие и обвинение сокращает дистанцию между участниками воображаемой коммуникации, играет «на понижение» статуса дискредитируемого лица.

2) Возможен и обратный порядок: реакция на слова или события, за которой следует «зацепка»-цитата. В качестве примера приведем твит Франсуа Асслино, президента Народного республиканского союза и кандидата на пост президента в 2022 году: «IL OSE



Рисунок 4 – Скриншот твита Ф. Асслино
Figure 4 – Screenshot of François Asselineau's tweet

TOUT Macron, qui décide tout sur tout tout seul, musée médias et députés, a déclaré: 'Jamais dans notre histoire une crise d'une telle ampleur n'a été combattue de manière aussi démocratique'»¹¹ (рис. 4). [ОН СЕБЕ ПОЗВОЛЯЕТ ВСЕ. Макрон, который единолично решает все, держит в намордниках СМИ и депутатов, заявляет: «Еще никогда в истории с кризисом подобного масштаба не справлялись с помощью настолько демократических мер». — *фр.*]. Высказывание президента идет вразрез с реальным положением дел: меры принимаются суровые, и президент не терпит противоречий. Поэтому подобное заявление становится провокационным. Заметим, что твит содержит гиперссылку на статью, опубликованную в газете «Le Figaro», подкрепляющую позицию пользователя: «Vaccin: face aux réticences, Emmanuel Macron durcit le ton»¹² [Вакцина: в ответ на сопротивление Эммануэль Макрон ужесточает тон. — *фр.*]. «Ужесточение тона» никак не ассоциируется с «демократическими мерами». Играя на этом контрасте, Ф. Асслино обвиняет таким образом президента в манипулировании ситуацией, выдавании «желаемого за действительное» и проведении жесткой, отнюдь не демократической политики. В тексте используется и графическое средство – заглавные буквы, призванные вывести значимую для автора информацию в фокус внимания и воз-

¹⁰Источник: https://www.lemonde.fr/international/article/2019/08/26/cretin-opportuniste-macrocon-idiot-le-president-francais-insulte-en-ligne-par-des-responsables-bresiliens_5502898_3210.html.

¹¹Источник: https://twitter.com/UPR_Asselineau/status/1425796237173866499.

¹²Источник: <https://www.lefigaro.fr/politique/vaccin-face-aux-reticences-macron-durcit-le-ton-20210812>.

будить негативные реакции. Текст сопровождается фотографией, на которой Э. Макрон демонстрируют категоричность и властность. Очевидно, что никаких других решений, кроме того, которое он принял, он не потерпит. Фотография оказывает визуальную поддержку поста и справедливость негодования его автора.

Весьма распространенными в дискурсе социальных медиа являются прямые тактики эмоционального воздействия, связанные «такими коммуникативными предпочтениями, как простота и ясность выражения мысли» [8, с. 121]. Эта группа тактик является эмоционально настраивающими, апеллирующими преимущественно к пафосу (чувствам и эмоциям) и этосу (аффективное состояние получателя информации). Разумеется, такая апелляция является сильнейшим средством воздействия.

Широко востребованной в дискурсе социальных медиа является тактика бездоказательного умаления авторитетов (наклеивания ярлыков). Она заключается в намерении унизить и оскорбить оппонента. О. С. Иссерс считает, что «навешивание ярлыков – это искусство поиска характерной детали, черты характера или внешности, отрицательная оценка которой по принципу расширения переносится и на личность в целом» [22, с. 174]. Анализируя функции ярлыка в коммуникативном портрете политика, Н. Б. Руженцева и Е. А. Нахимова приходят к выводу, что ярлык является «субъективизированным, свернутым, негативным суждением о политике», «речевое средство, используемое с целью дискредитации оппонента и получающее в настоящее время все большее распространение» [23, с. 87–88]. Согласно мнению И. С. Лисюткиной, ярлыком языковую единицу делает идеологическая установка, которая стремится максимально доступно поделить реальность по принципу «свой – чужой» [24, с. 68]. В записях, реализующих данную тактику, часто используется инвективная или близкая к ней лексика, графические средства для фокусирования внимания, пунктуационные средства. Проиллюстрируем реализацию этой тактической схемы на примере твита Ф. Ассли-

но, нацеленного на дискредитацию президента Макрона, чье руководство Францией расценивается как «режим», «диктатура», а сам президент является «торговым агентом компании Пфайзер, заседающим в Елисейском дворце»: «TOUJOURS + DE MANIFESTANTS CONTRE LE RÉGIME MACRON ! C'est du jamais vu en plein mois d'août ! Des centaines de milliers de Français de tout âge et toute condition descendent dans la rue contre la #dictature du VRP de #Pfizer siégeant à l'Élysée !»¹³ (рис. 5). [Все больше и больше манифестантов против режима Макрона! Это что-то невиданное, прямо в середине августа! Сотни тысяч французов всех возрастов и уровней доходов выходят на улицы против #диктатуры торгового агента #Пфайзера, заседающего в Елисейском дворце! — *фр.*]. Графические и пунктуационные средства притягивают внимание и повышают «эмоциональный градус» высказывания. Твит сопровождается коллажем фотографий, сделанных во время манифестаций в Авиньоне и Кане 14 августа 2021 года, с надписью «НЕТ полиции Макрона!», которая продолжает развивать тематическое поле «диктатура». В комментариях пользователи выступают против «несправедливости санитарного пропуска», за «искоренение санитарной диктатуры»; слоган «МАКРОН, БОЛЬШЕ НЕ ПОЗВОЛИМ СОБОЙ МАНИПУЛИРОВАТЬ» и подобные свидетельства об эффективности дискредитирующей тактики.



Рисунок 5 – Скриншот твита Ф. Асслино с призывом к манифестации
Figure 5 – Screenshot of François Asselineau's tweet calling for manifestation

¹³Источник: https://twitter.com/UPR_Asselineau/status/1426532301308153857.

В следующем примере представитель «Партии Франции» Жан-Франсуа Тузе в саркастичном тоне высказывается по поводу браслета, обеспечивающего допуск в поезд (рис. 6): «Comme c'est seyant! Comme c'est mignonnet! Comme c'est Macronou ce bracelet-menotte pour accéder à votre train. Le PDG de la SNCF Jean-Pierre Farandou et son ministre de tutelle Jean-Pierre Djebbari savent ce qui plaît à leur maître, le sémillant Ceausescu de l'Élysée.»¹⁴ [Как это к лицу! Как миленько! Как это по-Макроновски, этот браслет-наручник для того, чтобы сесть в поезд. Директор Национального общества французских железных дорог Жан-Пьер Фаранду и его министр Жан-Пьер Джебарри знают, что нравится их хозяину, блестящему Чаушеску Елисейского дворца». — *фр.*] Ярлык представляет собой прецедентное имя с негативной окраской и апеллирует к румынскому диктатору, беспринципному человеку, казнокраду. Апелляция к Чаушеску появляется и в комментариях пользователей по другим поводам, например по поводу выступ-

ления Э. Макрона о необходимости восстановить «благородство и значимость тюремных профессий в республике», поскольку «нацию судят и по ее тюрьмам»¹⁵. Представитель партии «Социальный фронт» резко отреагировал на это заявление, используя ярлыки, обладающие яркой негативной коннотацией: «король» и «Чаушеску» для президента и «рабы» для французского народа: «#Macron quand vous dites 'restaurer la noblesse et l'importance des métiers du pénitentiaire dans la République' en faites vous vous prenez pour le Roi de France et voulez des esclaves !!! La France avec #Macron ressemble à la Roumanie de Nicolae #Ceausescu!»¹⁶ [«@FrontSocial, 7 марта 2018 г.】[#Макрон, когда вы говорите «восстановить благородство и значимость тюремных профессий в Республике», не принимаете ли вы себя за Короля Франции и не желаете ли себе рабов!!! Франция с #Макроном похожа на Румынию Николая Чаушеску. — *фр.*].

Не менее действенной дискредитирующей «чужих» является тактика создания образа «темного настоящего», состоящая в сгущении негативных смыслов. Подчеркиваются только отрицательные аспекты деятельности политических противников, тем самым вербализуется концепт безысходности, призванный вызвать у адресата состояние растерянности, препятствующий критическому анализу предлагаемой информации [25]. Применение подобной тактической схемы свойственно многим политикам, в частности лидеру партии «Национальный фронт» и депутату Национального собрания Франции Марин Ле Пен: «Chaque jour, des représentants de l'Etat, policiers, pompiers, professeurs, sont attaqués. Tant de fonctionnaires vont au travail dans la peur de l'agression ! Chaque jour, l'Etat, censé nous protéger, recule. #CongrèsRN»¹⁷ (рис. 7) [Каждый день представители государства, полицейские, пожарники, учителя подвергаются нападениям. Столько госслужащих идут на работу в страхе стать жертвами насилия! Каждый день государство, призванное нас защищать, отступает. — *фр.*].



Рисунок 6 – Скриншот твита Ф. Асселино
Figure 6 – Screenshot of François Asselineau's tweet

¹⁴Источник: <https://twitter.com/JeanFrancoisTou1/status/1425028300326547456>.

¹⁵Источник: <https://twitter.com/EmmanuelMacron/status/971117070271352832>.

¹⁶Источник: <https://twitter.com/FrontSocial/status/971117910784663552>.

¹⁷Источник: https://twitter.com/MLP_officiel/status/1411713806112284681.



Рисунок 7 – Скриншот твита Марин Ле Пен
Figure 7 – Screenshot of Marine Le Pen's tweet

Эмоциональные высказывания о «страшных временах», «сумасшествии Макрона», его «тирании», «диктатуре» и т. п. получают тысячи лайков и ретвитов на страницах, использующих данную тактическую схему. Негодование политических оппонентов и пользователей вызывает и тот факт, что зарубежные СМИ не стесняются описывать положение Франции в том же негативном ключе. Примером может служить статья в британском «Экспрессе»: «Macron 'gone mad' as president suffers lockdown fury from political left and right»¹⁸ и твит – реакцию на эту публикацию Флориана Филиппо, президента политического движения «Патриот»: « Presse britannique: 'Macron le fou'. Ce qui se passe en ce moment dans notre pays sidère le monde : la France qui bascule dans la tyrannie d'un pouvoir psychopathe entré en guerre contre le peuple ! Terrifiante époque ! »¹⁹ (рис. 8) [Британская пресса: «Макрон сумасшедший». То, что происходит в данный момент в нашей стране, поражает весь мир: Франция оказалась в тиранической власти психопата, развязавшего войну с собственным народом! Страшные времена! — *фр.*]. Тактикообразующими приемами являются не только использование негативно заряженной лексики («тирания», «психопат», «война», «страшные»), но и номинация



Рисунок 8 – Скриншот твита Ф. Филиппо
Figure 8 – Screenshot of Florian Philippot's tweet

Macron le fou, построенная по аналогии с именами некоторых французских королей *Charles III le Gros* (Карл Толстый), *Philippe le Bel* (Филипп Красивый), которую можно рассматривать как дискредитирующий намек на неадекватную самооценку французского президента.

Тактика создания образа «темного настоящего» часто используется в качестве вспомогательной для других тактик эмоционального воздействия или социально-ориентированных тактик. Проиллюстрируем на примере контаминации данной тактики, антиимиджевой и протестной тактик, использованных в твите М. Ле Пен: «Recul grave des libertés individuelles, déconstruction de l'Etat, liquidation de notre système de protection sociale: la feuille de route de Macron est claire. C'est encore les Français qui paieront l'imprévoyance et l'incompétence de nos dirigeants. Pour nous c'est non ! MLP»²⁰ [2011.07.12] [Серьезное ущемление индивидуальных свобод, разрушение государства, ликвидация нашей системы социальной защиты: дорожная карта Макрона ясна. Вдобавок сами французы и ответят за недалекость и некомпетентность наших руководителей. Наш ответ – нет! — *фр.*]. Таким образом, на небольшом текстовом пространстве в 272 символа применены три тактические схемы, имеющие единую

¹⁸Источник: <https://www.express.co.uk/news/world/1464593/macron-emmanuel-lockdown-coronavirus-france-protest-covid-latest-news-video-vn>.

¹⁹Источник: https://twitter.com/f_philippot/status/1418266023883689984.

²⁰Источник: https://twitter.com/MLP_officiel/status/1414654659474690057.

цель – дискредитировать президента, параллельно превознося себя и выдвигая протест, нацеленный на сплочение вокруг себя противников «намеченного Макроном» развития событий.

Тактика создания образа «темного настоящего» может быть развита и образом «темного будущего», нацеленного на запугивание, на убеждение о негативном развитии событий или неприглядном будущем дискредитируемого лица. Проиллюстрируем реализацию этой тактики на примере твита представителя Французской коммунистической партии Жана-Поля Дюфрена: «Le gouvernement soigne le pouvoir d'achat des français!! Après une 1ère hausse de 10 % début juillet, le prix du gaz augmente à nouveau de 5,3 % le 1er août ! L'hiver ne sera pas chaud pour tous ! #gouvernement»²¹ [JP_Dufregne, 28 июля 2021 г.]. Негодование пользователя выражается в первом предложении – саркастической антифразе: «Правительство заботится о покупательской способности французов!!» Далее прорисовывается «темное настоящее и будущее»: «После первого скачка цен на 10 % в начале июля, цена на газ снова вырастет 1-го августа!» В финале: «Зима не для всех будет теплой!». Твит завершает хэштег #gouvernement, акцентирующий внимание на виновнике ожидаемых неприятных событий. Тактикообразующими элементами является маркер футуральности (будущее время глагола «быть») и отрицательная конструкция, несущая негативный прагматический заряд. В нагнетании негативных эмоций задействованы и средства пунктуации – восклицательные знаки после каждого предложения.

Суть агрессивно-атакующей тактики точно определено в работе Н. Б. Руженцевой: «демонстрация аргументов, убеждение читателя производится в вызывающей манере, резко враждебным тоном. Основными речевыми приемами для реализации этой тактики являются усиленное давление на психику адресата, апелляция к многообразию негативных представлений» посредством использования инвективных средств, эмоционально окрашенной уничижительной лексики, вве-

дение элементов просторечия, прецедентных текстов с негативной окраской, широкой метафоризации высказывания и конвергенции стилистических приемов [8, с. 128]. Приведем в качестве примера твит Тома Жоли, представителя Партии Франции, атакующего членов Конституционного совета, одобивших введение санитарного пропуска. Автор строит дискредитирующий твит с использованием уничижительных метафорических образов, эмоционально окрашенной лексики и графического средства (заглавная буква): «Les gnomes du #ConseilConstitutionnel ont naturellement validé le #PassDeLaHonte. Il n'y avait rien à attendre de ces vieux rebuts du Système dont la servilité à l'égard du pouvoir n'a d'égale que la lâcheté»²² [ThomasJoly60, 5 августа 2021 г.]. [Гномы #Конституционного совета, естественно, одобрили #Позорный пропуск. Что еще можно было ожидать от старых отбросов Системы, чье раболепие перед властью сравнимо лишь с трусостью — *фр.*].

Агрессивно-атакующая тактика – ключевое средство представителей как левых, так и правых радикальных партий; их риторика не отличается толерантностью, высказываниям свойственна чрезмерная эмоциональность, прямолинейность, агрессивность и – часто – нелогичность. В частности, Марин Ле Пен регулярно атакует на своей странице правительство и президента, обвиняя их в неграмотной политике, социальных и политических проблемах. Делая ретвит сообщения журналиста Т. Дени (@TugdualDenis) о руандце, который был виновен в пожаре Нантского собора в 2020 году и сознался в убийстве 60-летнего священника, приютившем его в нантской католической общине, М. Ле Пен связывает случившееся с «крахом правительства». Твит получает поддержку в 2 868 ретвитов и 8 181 лайков: «En France, on peut donc être clandestin, incendier la cathédrale de #Nantes, ne jamais être expulsé, et récidiver en assassinant un prêtre. Ce qui se passe dans notre pays est d'une gravité sans précédent: c'est la faillite complète de l'Etat et de @GDarmanin. MLP»²³ [MLP_officiel, 9 августа 2021 г.] [То, что происходит в нашей

²¹Источник: https://twitter.com/JP_Dufregne/status/1420353521048768517.

²²Источник: <https://twitter.com/ThomasJoly60>.

²³Источник: https://twitter.com/MLP_officiel/status/1424676532476432385.

стране, имеет беспрецедентную важность: это полный крах правительства и @ЖДармана — *фр.*] В качестве вспомогательной используется тактика создания образа «темного настоящего», вина за которое возлагается на руководителей государства.

В другом твите – реакции на публикацию в газете «Valeurs actuelles» политик обвиняет правительство в «слепоте», недопонимании важности обеспечения безопасности самих себя, которая важнее, по ее мнению, чем помощь беженцам: «Le 'devoir' d'accueil de la France passe en second plan quand la sécurité des Français est menacée. Cet impératif tombe sous le sens sauf pour... le Gouvernement ! MLP»²⁴ (рис. 9) [«Долг» предоставления убежища уходит на второй план тогда, когда безопасность французов под угрозой. Этот императив очевиден всем, кроме... Правительства — *фр.*].

Другой «чужой», на которого направлены дискредитирующие нападки – Эммануэль Макрон. М. Ле Пен прибегает к развернутой метафоре для обвинений президента в цинизме по поводу его высказываний против проекта использования ветряной энергии в связи с «нанесением ущерба ландшафту» во время его поездки по Французской Полинезии: «Épreuve olympique de cynisme: Emmanuel Macron, médaille d'or! MLP»²⁵ [@MLP_officiel, 28 июля 2021 г.] [Олимпийское соревнование



Рисунок 9 – Скриншот твита Марин Ле Пен
Figure 9 – Screenshot of Marine Le Pen's tweet

²⁴Источник: https://twitter.com/MLP_officiel/status/1429834905572233225.

²⁵Источник: https://twitter.com/MLP_officiel/status/1420284146820202496.

²⁶Источник: https://twitter.com/UPR_Asselineau/status/1426244895887527943.



Рисунок 10 – Скриншот твита Ф. Асслино
Figure 10 – Screenshot of François Asselineau's tweet

в цинизме: Эммануэль Макрон, золотая медаль! — *фр.*] Используемая яркая спортивная метафора была особенно актуальна в свете проходящих в то время олимпийских игр и удачных выступлений французских спортсменов, которых политик поздравляет на своей странице.

Дискредитация оппонентов может реализовываться в рамках протестной, лозунговой, призывной тактических схем, сопровождающих другие тактики, как мы уже видели выше. Многочисленны примеры призывов на манифестации в связи протестами против санитарного пропуска (рис. 10): «TOUS À LA MANIF PARTOUT EN FRANCE ! Je transmets cette liste des manifestations de ce samedi dans toute la France contre le #PassSanitaire. J'invite toutes et tous à s'y joindre pour FAIRE BARRAGE AU FLICAGE MACRON #manif14aout #manifs14aout #PassDeLaHonte #PasseSanitaire»²⁶ [ВСЕ НА МАНИФЕСТАЦИЮ ПО ВСЕЙ ФРАНЦИИ! Я рассылаю этот список субботних манифестаций по всей Франции против #Санитарного пропуска. Я приглашаю всех присоединиться, чтобы ПОЛОЖИТЬ КОНЕЦ ПОЛИЦЕЙЩИНЕ МАКРОНА. — *фр.*].

Приведем еще один пример призыва к участию в манифестации. В нем Элиз Блез призывает подумать о детях: тонкий психологический прием, не оставляющий равнодушным.

«3e samedi d'août. Partout en France, où que vous soyez, prenez du temps pour vous exprimer contre le #PassSanitaire. La rentrée approche. Ne pensez pas aux #restaurants, pensez à vos enfants ! #PassDeLaHonte»²⁷ [BlaiseElise, 21 августа 2021 г.] [Третья суббота августа. Повсюду во Франции, где бы вы ни были, найдите время, чтобы высказаться против #Санитарного пропуска. Начало учебного года приближается. Не думайте о #ресторанах, подумайте о ваших детях! #Позорный пропуск. — *фр.*].

Протесты раздаются и в связи с появлением в прессе информации о резком увеличении доходов наиболее богатых семей Франции за последние годы. Эта информация проходит на фоне обострившихся социальных проблем и обеднении населения Франции. Приведем в пример твит Фабьена Руссела из Французской коммунистической партии, обвиняющего крупную компанию в воровстве и мошенничестве, а также призывающего «забрать у них власть». Известно, что в трудное для Франции время крупные компании получают поддержку со стороны государства, поэтому в данном случае твит косвенно указывает на того, кто должен этой власти лишиться – правительство Э. Макрона: «Le CAC 40 bat des records: 57 Mds de bénéfices sur 6 mois. Automobile, assurance, banque, luxe, énergie, sidérurgie: ils empochent l'argent public, délocalisent, fraudent et leur richesse ne participent meme pas au redressement du pays ! Il est tps de leur reprendre le pouvoir !»²⁸ [Fabien_Roussel, 5 августа 2021 г.] [CAC 40 бьет рекорды: 57 миллиардов прибыли за 6 месяцев. Автомобилестроение, страхование, банк, роскошь, энергия, черная металлургия: они прикарманивают деньги налогоплательщиков, перемещаются, мошенничают, и их богатство даже не участвует в восстановлении страны! Пора забрать у них власть! — *фр.*].

Следующей широко востребованной в «твитоматии» тактикой является тактика разоблачения. Ее суть заключается в открытом и недвусмысленном выявлении подлинного лица оппонента (или власти), «вскрытия его истинных, с точки зрения автора тек-

ста, намерений, или эксплицирование второго плана его действий или высказываний» [8, с. 142]. Приведем пример разоблачения Э. Макрона в твите Франсуа Асслино, реализуемого посредством указания на его истинную, как полагает автор, сущность нынешнего президента (рис. 11): «IL SE SERT DES NAÏFS... PUIS IL LES JETTE. Selon la presse, #Macron se représenterait en 2022:

– en trahissant le MoDem et Bayrou pour capter les voix de LR (ссылка),

– en lâchant LREM, son parti dont il «ne veut pas» car il «ne sert à rien»²⁹ [François Asselineau, 12 августа 2021 г.] [ОН ПОЛЬЗУЕТСЯ НАИВНЫМИ ЛЮДЬМИ... ПОТОМ ОН ИХ БРОСАЕТ. Судя по тому, что пишут в прессе, #Макрон выставит свою кандидатуру на президентских выборах 2022 года:

– предав MoDem и Байру, чтобы заполучить голоса республиканцев,

– бросив LREM, свою партию, которая ему «не нужна», так как она «бесполезна» — *фр.*].

В качестве подтверждения присоединены гиперссылки на статьи в журнале «Гала» и скриншоты заголовков с фотографиями, «подтверждающими» правоту автора: «„Стрельба



Рисунок 11 – Скриншот твита Ф. Асслино
Figure 11 – Screenshot of François Asselineau's tweet

²⁷Источник: <https://twitter.com/BlaiseElise/status/1428960184173477889>.

²⁸Источник: https://twitter.com/Fabien_Roussel/status/1423272458044338188.

²⁹Источник: https://twitter.com/UPR_Asselineau/status/1425827563763552256.

по голубям»: Эммануэль Макрон готов предать своих союзников?» и «„Макрону она больше не нужна“: в окружении президента время разочарования».

В твите оппозиционного объединения «Коммунист, республиканец, гражданин и эколог» разоблачается, как полагают авторы твита, истинное намерение сената и правительства: лишение права на труд (рис. 12): «Les masques tombent. Après l'accord idéalisé entre majorité sénatoriale et gouvernement, les salariés pourront être suspendus sans indemnités, et même donc, licenciés. C'est la confirmation d'une attaque inacceptable contre le droit du Travail»³⁰ [Маски сброшены. После соглашения, достигнутого сенаторским и правительственным большинством, работников могут отстранить без оплаты труда и даже уволить. Это подтверждение неприемлемой атаки против права на труд. — *фр.*]. Авторы присоединяют ссылку на интервью на канале BFMTV: «Obligation vaccinale: Élisabeth Borne (@Elisabeth_Borne) confirme qu'il pourra y avoir des licenciements»³¹ [Обязательная вакцинация: Элизабет Борн подтверждает, что могут произойти увольнения. — *фр.*].



Рисунок 12 – Скриншот ретвита с выступлением Э. Борн

Figure 12 – Screenshot of a retweet with Elisabeth Borne's speech

Итак, проведенный многоаспектный анализ, учитывающий поликодовую специфику сообщений, направленных на дискредитацию «чужих», во французском сегменте социальной сети *Twitter*, показал, что наиболее востребованными в «игре на понижение статуса» (в нашем исследовании действующего президента и его правительства) являются следующие тактики: превращения нейтральных контекстов в дискредитирующие, использования конфликтного контекста, наклеивания ярлыков, создания образов темного настоящего и будущего, разоблачения, агрессивно-атакующая тактика, а также протестная, лозунговая и призывная тактики. Перечисленные тактические схемы и многочисленные приемы, использующие потенциал различных семиотических систем, применяются для трансляции мнения, что тот, на кого они направлены, недостойн занимаемой должности, не соответствует ей по ряду причин и ввергает страну в еще больший социально-политический и экономический кризис.

Эффективность политических дискредитирующих «выпадов» в социальных медиа (в отличие от традиционных СМИ) несложно оценить по «показателям привлекательности» и содержанию комментариев пользователей, которые свободно чувствуют себя в этом коммуникативном пространстве. В ходе анализа мы убедились, что системный анализ контента социальной сети (как сообщений, так и реакций-комментариев), может стать, с одной стороны, «лакмусовой бумажкой», проявляющей истинное положение политических противников в предвыборной борьбе, с другой – мощной площадкой для манипуляции мнением пользователей, а значит, избирателей, отдающих свои голоса за того или иного кандидата. Перспективным, на наш взгляд, представляется изучение пользовательских реакций на использование тех или иных дискредитирующих тактик, а также исследование контрприемов, использующихся в рамках противодействия дискредитации в социальных сетях и шире – в официальных средствах массовой информации.

³⁰Источник: <https://twitter.com/senateursCRCE/status/1420016236197466126>.

³¹Источник: <https://twitter.com/BFMTV/status/1419914369761267730>.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Будаев Э.В., Чудинов А.П. (2020). Политическая метафорология на современном этапе развития (2010–2019 гг.) // Вопросы когнитивной лингвистики. № 3. С. 56–70. DOI: 10.20916/1812-3228-2020-3-56-70.
2. Чудинов А.П., Будаев Э.В., Солопова О.А. (2020). Политическая метафорология. Дискурсивный поворот : Монография. Москва : Флинта. 236 с.
3. Ворошилова М.Б., Чудинов А.П. (2019). Российская политическая лингвистика на современном этапе развития: трансформация политического дискурса в условиях цифровизации // Русский язык за рубежом. № 4 (275). С. 4–9.
4. Плотникова М.В. (2021). Воздействующий потенциал дискурса «новых медиа» в молодежной среде (на примере социальной сети TikTok) // Вопросы управления. № 2 (69). С. 16–30. DOI: 10.22394/2304-3369-2021-2-16-30.
5. Bogoyavlenskaya Yu., Plotnikova M. (2019). Web Application «Linguistica»: Concept and Possibilities of Utilization for Purpose of Increasing University's Virtual Interface Attractiveness. Convention 2019 «Modernization and Multiple Modernities», *KnE Social Sciences*, pp. 99–105. DOI: 10.18502/kss.v4i13.7702.
6. Новиков Н.В. (2017). Коммуникативные стратегии цифровой дипломатии : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Новиков Николай Валерьевич ; Московский городской педагогический университет. Москва. 22 с.
7. Викулова А.Г., Макарова И.В., Новиков Н.В. (2016). Институциональный дискурс цифровой дипломатии: новые коммуникативные практики // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2: Языкознание. Т. 15. № 3. С. 54–65. DOI: 10.15688/jvolsu2.2016.3.6.
8. Руженцева Н.Б. (2004). Дискредитирующие тактики и приемы в российском политическом дискурсе : Монография. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет. 294 с.
9. Руженцева Н.Б. (2018). Методология и методики анализа массмедийного политического текста : Монография. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет. 208 с.
10. Кушнерук С.Л., Чудинов А.П. (2019). Становление лингвистики информационно-психологической войны: методологическая неоднородность и первые результаты // Экология языка и коммуникативная практика. № 4-1. С. 105–118. DOI: 10.17516/2311-3499-081.
11. Solopova O.A., Ilyushkina M.Yu. (2017). Russia as a target domain in American, British and Canadian political discourses, *Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics*, vol. 14, no. 3, pp. 41–48. DOI: 10.14529/ling170306.
12. Плотникова М.В. (2019). Хотели как лучше, а получилось как всегда: деструктивное речевое поведение политических деятелей как фактор дискредитации власти // Вопросы управления. № 5 (60). С. 42–50. DOI: 10.22394/2304-3369-2019-5-42-50.
13. Богоявленская Ю.В., Чудинов А.П. (2018). Взаимодействие парцелляции и метафоры как средств аттенционального фокусирования в художественном и публицистическом дискурсах // Язык и культура. № 41. С. 24–39. DOI: 10.17223/19996195/41/2.
14. Богоявленская Ю.В. (2018). Парцелляция как когнитивно-семиотический феномен // Вестник Томского государственного университета. Филология. № 55. С. 5–16. DOI: 10.17223/19986645/55/1.
15. Буженинов А.Э. (2021). Метафора спорта и игры в инвестиционном дискурсе (на материале английского языка) // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Проблемы языкознания и педагогики. № 1. С. 45–55. DOI: 10.15593/2224-9389/2021.1.3.
16. Добросклонская Т.Г. (2020). Медиалингвистика: теория, методы, направления : Монография. Москва : «КДУ», «Добросвет». 178 с. DOI: 10.31453/kdu.ru.91304.0107.
17. Иссерс О.С. (2011). Речевое воздействие. 2-е изд. Москва : Флинта : Наука. 224 с.
18. Дубенец Н.Б. (2020). Реализация менасивного речевого акта в американском дипломатическом дискурсе (на примере высказываний Дональда Трампа в «Twitter») // Политическая лингвистика. № 5 (83). С. 80–86. DOI: 10.26170/pl20-05-08.
19. Паршина О.Н. (2007). Российская политическая речь: теория и практика. Москва : Издательство ЛКИ. 232 с.
20. Хабезирова З.С. (2011). Стратегия дискредитации и приемы ее реализации в политическом дискурсе демократической оппозиции // Вестник Адыгейского государственного универ-

ситета. Серия 2: Филология и искусствоведение. № 2. С. 138–144.

21. Ворошилова М.Б. (2013). Политический креолизованный текст: ключи к прочтению : Монография. Екатеринбург : Уральский государственный педагогический университет. 194 с.

22. Иссерс О.С. (1999). Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Омск : Омский государственный университет. 285 с.

23. Руженцева Н.Б., Нахимова Е.А. (2019). Функции ярлыка в коммуникативном портрете политика (на материале современных печатных СМИ) // Экология языка и коммуникативная практика. № 4-2. С. 87–98. DOI: 10.17516/2311-3499-093.

24. Лисюткина И.С. (2021). Динамика реализации стратегии дискредитации в медиадискурсе 1950–2019 гг. (на материале русского и английского языков) : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Лисюткина Ирина Сергеевна ; Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н. Г. Чернышевского. Саратов. 247 с.

25. Миронова П.О. (2003). Стратегия редукционизма в современном политическом дискурсе: когнитивно-прагматический аспект : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Миронова Полина Олеговна; Уральский государственный педагогический университет. Екатеринбург. 23 с.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ:

Богоявленская Юлия Валерьевна – доктор филологических наук, профессор; Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (620002, Россия, Екатеринбург, ул. Мира, 19); jvbog@yandex.ru.

STRATEGY OF DISCREDITING STRANGERS IN FRENCH SOCIAL MEDIA DISCOURSE

Yu.V. Bogoyavlenskaya^{32a}

^aUral Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin

ABSTRACT:

The article is devoted to the study of the strategy of discrediting “strangers”, which is basic for the contemporary political media discourse. By “strangers” we mean people (politicians, users of a social network), groups (political parties, associations, companies, etc.), events, facts, and so on being the object of negative assessment or discrediting. The study is aimed at clarifying the typology of discrediting tactics and techniques in the discourse of French social media, in particular on the social network Twitter, which is one of the most effective platforms used to struggle for power.

The empirical material of the study is a collection of messages extracted from the pages of French political parties on Twitter, which are discrediting the French government and the president, Emmanuel Macron. The aggravated socio-political and economic situation in France and the approaching new presidential elections intensify the activities of political opponents of the current government. The analysis of the material is carried out within the framework of the cognitive-semiotic approach: messages in a social network are considered as creolized (polycode) texts, combining units of two or more semiotic systems that enter into a complementary relationship providing a complex effect on the addressee.

As the study has shown, the most popular tactics in the “game of downgrading” of the current president and his government are the following: turning neutral contexts into discrediting ones, using a conflict context, sticking labels, creating images of a dark present and future, exposing, aggressively attacking tactics, and protest, slogans, and appeal strategy. Tactical schemes and techniques that combine the potential of

³²RSCI AuthorID: 276870, ORCID: 0000-0002-4500-1491, ResearcherID: L-3981-2015

various semiotic systems are used to broadcast the opinion that the person in question does not deserve the position held for a number of reasons and plunges the country into an even greater crisis.

The further prospects of research may consist in studying the effectiveness of using particular discrediting tactics based on user reactions and researching countermeasures against discrediting in social networks as well as in the official media.

FUNDING: The reported study was funded by RFBR and EISR, project number 21-011-31072.

KEYWORDS: media discourse, discrediting strategy, communicative tactics, social media, Twitter, political communication, creolized text.

FOR CITATION: Bogoyavlenskaya Yu.V. (2021). Strategy of discrediting strangers in French social media discourse, *Management Issues*, no. 5, pp. 5–21.

REFERENCES

1. Budaev E.V., Chudinov A.P. (2020). Political metaphorology at the present stage of development (2010-2019), *Issues of cognitive linguistics*, no. 3, pp. 56–70. DOI: 10.20916/1812-3228-2020-3-56-70.
2. Chudinov A.P., Budaev E.V., Solopova O.A. (2020). Political metaphorology. Discursive rotation. Monograph. Moscow: Flinta. 236 p.
3. Voroshilova M.B., Chudinov A.P. (2019). Russian political linguistics at the present stage of development: the transformation of political discourse in the conditions of digitalization, *Russian abroad*, no. 4 (275), pp. 4–9.
4. Plotnikova M.V. (2021). Impact of new media discourse on young people (the case of TikTok), *Management Issues*, no. 2 (69), pp. 16–30. DOI: 10.2394/2304-3369-2021-2-16-30.
5. Bogoyavlenskaya Yu., Plotnikova M. (2019). Web Application «Linguistica»: Concept and Possibilities of Utilization for Purpose of Increasing University's Virtual Interface Attractiveness. Convention 2019 «Modernization and Multiple Modernities», *KnE Social Sciences*, pp. 99–105. DOI: 10.18502/kss.v4i13.7702.
6. Novikov N.V. (2017). Communicative strategies for digital diplomacy. Abstract of Ph. D. thesis. Moscow City Pedagogical University. Moscow. 22 p.
7. Vikulova L.G., Makarova I.V., Novikov N.V. (2016). Institutional discourse of digital diplomacy: New communicative practices, *Bulletin of the Volgograd State University. Series 2: Linguistics*, vol. 15, no. 3, pp. 54–65. DOI: 10.15688/jvolsu.2016.3.6.
8. Ruhenzheva N.B. (2004). Discrediting tactics and techniques in the Russian political discourse. Monograph. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 294 p.
9. Ruhenzheva N.B. (2018). Methodology and methods for analyzing massive political text. Monograph. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 208 p.
10. Kushneruk S.L., Chudinov A.P. (2019). Formation of linguistics of information and psychological war: methodological heterogeneity and first results, *Ecology of language and communicative practice*, no. 4-1, pp. 105–118. DOI: 10.17516/2311-3499-081.
11. Solopova O.A., Ilyushkina M.Yu. (2017). Russia as a target domain in American, British and Canadian political discourses, *Bulletin of the South Ural State University. Series: Linguistics*, vol. 14, no. 3, pp. 41–48. DOI: 10.14529/ling170306.
12. Plotnikova M.V. (2019). We tried our best, you know the rest: destructive verbal behavior of political figures as a factor of discrediting the government, *Management issues*, no. 5 (60), pp. 42–50. DOI: 10.2394/2304-3369-2019-5-42-50.
13. Bogoyavlenskaya Yu.V., Chudinov A.P. (2018). The interaction of parcellation and metaphor as a means of attente focusing in artistic and journalistic discourses, *Language and culture*, no. 41, pp. 24–39. DOI: 10.17223/19996195/41/2.
14. Bogoyavlenskaya Yu.V. (2018). Parcelation as a cognitive-semiotic phenomenon, *Bulletin of Tomsk State University. Philology*, no. 55, pp. 5–16. DOI: 10.17223/19986645/55/1.
15. Buzheninov A.E. (2021). Metaphor of sports and games in investment discourse (on the material of the English language), *Bulletin of the Perm National Research Polytechnic University. Problems of linguistics and pedagogy*, no. 1, pp. 45–55. DOI: 10.15593/2224-9389/2021.1.3.
16. Dobrosklonskaya T.G. (2020). Medialinguistics: Theory, methods, directions. Monograph. Moscow: KDU, Dobrosvet. 178 p. DOI: 10.31453/kdu.ru.91304.0107.

17. Issers O.S. (2011). Speech impact. 2nd ed. Moscow: Flint; Science. 224 p.

18. Dubenets N.B. (2020). Realization of the menacing speech act in american diplomatic discourse (based on Donald Trump's speeches on Twitter), *Political linguistics*, no. 5 (83), pp. 80–86. DOI: 10.26170/pl20-05-08.

19. Parshina O.N. (2007). Russian political speech: theory and practice. Moscow: LKI Publishing House. 232 p.

20. Habekirova Z.S. (2011). Discrediting strategy and methods of its implementation in the political discourse of the democratic opposition, *Bulletin of the Adygei State University. Series 2: Philology and art history*, no. 2, pp. 138–144.

21. Voroshilova M.B. (2013). Political creolized text: Keys to reading. Monograph. Ekaterinburg: Ural State Pedagogical University. 194 p.

22. Issers O.S. (1999). Communicative strategies and tactics of Russian speech. Omsk: Omsk State University. 285 p.

23. Ruzhentseva N.B., Nakhimova E.A. (2019). Label functions in the communicative portrait policy (on the material of modern printed media), *Ecology of language and communicative practice*, no. 4-2, pp. 87–98. DOI: 10.17516/2311-3499-093.

24. Lisyutkina I.S. (2021). The dynamics of the implementation of the discredit strategy in the media discourse in 1950-2019 (based on Russian and English languages). Ph. D. degree dissertation. Saratov National Research State University named after N. G. Chernyshevsky. Saratov. 247 p.

25. Mironova P.O. (2003). Strategy of reductionism in modern political discourse: cognitive-pragmatic aspect. Abstract of Ph. D. thesis. Ural State Pedagogical University. Ekaterinburg. 23 p.

AUTHORS' INFORMATION:

Yuliya V. Bogoyavlenskaya – Advanced Doctor in Philological Sciences, Full Professor; Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin (19, Mira St., Ekaterinburg, 620002, Russia); jvbog@yandex.ru.