

ТАКТИКА НЕПРЯМОГО ОСКОРБЛЕНИЯ И ЕЕ ЯЗЫКОВАЯ
РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ В ПОЛЕМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ
(НА МАТЕРИАЛЕ БЕЛОРУССКОЙ И БРИТАНСКОЙ ПРЕССЫ)

***Аннотация.** Успешность коммуникации зависит от стремления коммуникантов соблюсти правила вежливости и избежать конфронтации путем смягчения категоричности высказывания, за счет выбора более мягкой формы для выражения недовольства действиями адресата и др. Однако коммуникация может быть успешной и в конфликтной ситуации, если целью является стимулирование ответной негативной реакции, побуждение к вступлению в диалог, создание конфронтации, спора и т.д. Статья посвящена изучению языковой репрезентации тактики непрямого оскорбления, служащей для реализации коммуникативной стратегии дискредитации в полемическом дискурсе печатных СМИ на материале белорусской и британской прессы. Тактика реализуется определенным набором языковых средств, установление которых является целью настоящей работы.*

***Ключевые слова.** Коммуникация, стратегия дискредитации, тактика непрямого оскорбления, полемический дискурс.*

E. V. Sazhina

Gomel

TACTICS OF INDIRECT INSULT AND ITS LANGUAGE REPRESENTATION
IN POLEMIC DISCOURSE
(ON THE MATERIAL OF THE BELORUSSIAN AND ENGLISH PRESS)

***Annotation.** The success of communication depends on the desire of the communicants to observe the rules of politeness and avoid confrontation by softening the categoricalness of the statement, by choosing a softer form for expressing dissatisfaction with the actions of the addressee, etc. However, communication can also be successful in a conflict situation if the goal is to stimulate a negative response, encourage to join a dialogue, create a confrontation, dispute, etc. The article is devoted to the study of the linguistic representation of the tactics of indirect insult, which serves to implement the communicative strategy of discrediting in the polemical discourse of the print media on the material of the Belarusian and British press. The tactics is implemented by a certain set of linguistic means, the establishment of which is the goal of this work.*

***Key words.** Communication, discredit strategy, tactics of indirect insult, polemic discourse.*

Проблемы успешности коммуникации уже многие столетия находятся в фокусе различных исследований, включая лингвистику. Работы таких ученых как В.И. Карасика, И. А. Стерина, Т. В. Лариной, О. С. Иссерс, М. Р. Желтухиной, О. Н. Паршиной и др. широко освещают аспекты коммуникативной деятельности в различных сферах жизнедеятельности человека.

Принято считать, что успешность коммуникации зависит от стремления коммуникантов соблюсти правила вежливости и избежать конфронтации путем смягчения категоричности высказывания, за счет выбора более мягкой формы для выражения недовольства действиями адресата и др. Однако коммуникация может быть успешной и в конфликтной ситуации, если целью является стимулирование ответной негативной реакции, побуждение к вступлению в диалог, создание конфронтации, спора и т.д.

Для реализации своих целей коммуникант строит план, т.е. стратегию, которую реализует путем применения различных тактик, набор которых варьируется в различных коммуникативных ситуациях и вербализуется за счет использования различных языковых средств. Изучению языковой репрезентации одной из тактик, служащих для реализации коммуникативной стратегии дискредитации в полемическом дискурсе печатных СМИ на материале белорусской и британской прессы, посвящена настоящая работа.

Известно, что век стремительной информатизации общества внес в коммуникацию свои оттенки, в результате чего речевая агрессия, как деструктивный тип коммуникативного поведения, стала характерна для многих типов дискурса, включая полемический дискурс печатных СМИ, при этом для нее стал характерным обдуманый и целенаправленный характер. Стратегия дискредитации, в свою очередь, как один из способов проявления речевой агрессии используется с целью создания у массового адресата не столько негативного образа оппонента, сколько некоего третьего лица или явления, но при этом, воздействуя на читателя, чтобы тот согласился с высказанной позицией. В настоящей работе, вслед за И.С. Лисюткиной, под стратегией дискредитации мы понимаем такой способ действия, который направлен на подрыв доверия к объекту, умаление его значения, прямая или косвенная негативная оценка объекта, выраженная вербально [2, с. 11]. Поскольку любая коммуникативная стратегия реализуется при помощи определенных тактик, обратим свое внимание на одну из тактик стратегии дискредитации – тактику непрямого оскорбления и ее языковую репрезентацию в полемическом дискурсе печатных СМИ.

Употребительность тактики непрямого оскорбления в полемическом дискурсе печатных СМИ определяется самой природой исследуемого дискурса, которая предполагает не только информирование адресата о существующей в обществе проблеме, но и оказание отрицательного воздействия на чувства адресата с целью получения ответной реакции в виде вступления его в полемическую дискуссию.

Если же обратиться к определению речевой тактики «(непрямое) оскорбление», то оно видится разными лингвистами в разном свете. Так,

Г. В. Кусов трактует оскорбление как «такой иллокутивный речевой акт, при котором, вследствие речевой агрессии, происходит понижение социального статуса адресата путем использования приемов коммуникативного давления» [1, с. 11]. К. И. Федорова, Н. В. Сабурова и С. В. Николаева выделяют следующие коммуникативные ходы для реализации тактики непрямого оскорбления: коммуникативный ход, предполагающий негативную характеристику объекта либо отрицательную оценку; создание выгодных для адресанта ассоциаций; развенчание притязаний; с помощью «навешивания ярлыков» [3]. В полемическом дискурсе печатных СМИ под *тактикой непрямого оскорбления* мы понимаем совокупность коммуникативных ходов, направленных на вербализацию негативной оценки личности, внешности человека, его качеств, поведения, а также событий, в форме, противоречащей установленным правилам поведения и требованиям общечеловеческой морали, не прибегая к унижению чести и достоинства личности, выраженного в неприличной форме. Тактика непрямого оскорбления реализуется определенным набором языковых средств, установлению которых и будет посвящена настоящая работа.

В ходе практического анализа проблемных статей и откликов на них в печатных изданиях «СБ. Беларусь сегодня» и “The Guardian” белорусской и британской прессы удалось установить, что данная тактика вербализуется в большинстве случаев при помощи пейоратива. Так, рассмотрим пример из статьи «Что нужно, чтобы человек увидел в земляке врага? Помутить ему разум»:

И тубайки же знают, что не в своем дворе это случилось! Но в головах оно оседает вот в таком дурнопахнущем даже на мониторе виде.

Причем ТУТ.бай, а вслед за ним и почти все «независимые» сайты, промышляет таким гадством давно.

Лексика с уничижительной коннотацией служит средством воздействия для стимулирования ответной активности адресата, от которого ожидается вступление в дискуссию.

В другом примере из статьи «Нехтомотольки вслед за гитлеровцами призывают убить собственный народ» пейоративная лексика усиливается за счет употребления ее в сравнительных конструкциях:

*Ничего эти слова вам не напоминают? С похожими люди уходили на фронт и в партизаны. С подобными чувствами оставались подпольщиками в тылу врага и становились связными в гетто. Получается, что **нехтомотольки** с их призывами к забастовке медиков ведут себя, как гитлеровцы с их листовками?*

*Даже хуже – как **полицайи**. Сами предав страну, они отчаянно нуждаются в таких же вокруг себя. Потому что их революция из «цветной» давно стала откровенно грязной. И потому, что **предателей** не любит никто, а значит вот-вот – и их хозяева тоже отвернутся. Кстати, первыми же **нехтомотольки**, несмотря на все свои сегодняшние обещания, бросят именно тех людей в белых халатах, которые повелись на их лухту. Знаете почему? Из зависти к уровню.*

Как показал проведенный анализ, адресант в полемическом дискурсе печатных СМИ использует тактику непрямого оскорбления в отношении не адресата, как обычно происходит в прямом диалоге, а в отношении третьих лиц и/или действий, предпринимаемых ими, то есть тех, кто, по мнению автора, ответственен за создание проблемной ситуации. Рассмотрим пример из англоязычной проблемной статьи “Who’s to blame for the Afghanistan chaos? Remember the war’s cheerleaders”:

*Cheerleading for the war in Afghanistan was almost universal, and dissent was treated as intolerable. After the Northern Alliance stormed into Kabul, torturing and castrating its prisoners, raping women and children, the Telegraph urged us to “just rejoice, rejoice”, while the Sun ran a two-page editorial entitled “Shame of the **traitors**: wrong, wrong, wrong ... the **fools** who said Allies faced disaster”. In the Guardian, Christopher Hitchens, a convert to US hegemony and war, marked the solemnity of the occasion with the words: “Well, ha ha ha, and yah, boo. It was ... obvious that defeat was impossible. The Taliban will soon be history.”*

*The few journalists and public figures who dissented were added to the Telegraph’s daily list of “Osama bin Laden’s useful **idiots**”, accused of being “**anti-American**” and “**pro-terrorism**”, mocked, vilified and de-platformed almost everywhere. In the Independent, David Aaronovitch claimed that if you opposed the ongoing war, you were “indulging yourself in a cosmic whinge”.*

Пейоративные лексические единицы использованы адресантом с целью принизить достоинство героев статьи, о которых идет речь, выставить их в неприглядном свете, что и призвано реализовать стратегию дискредитации, в рамках которой используется тактика непрямого оскорбления. При этом следует отметить, что для англоязычной проблемной статьи также не свойственно употребление указанной тактики в отношении адресата, но как средства стимулирования ответной реакции, включения последнего в полемическую дискуссию.

Адресат, в свою очередь, может прибегать к применению тактики непрямого оскорбления в отношении других адресатов полемического дискурса печатных СМИ, но подобное явление скорее является исключением, поскольку целью исследуемого дискурса является поиск решения проблемы, а не выяснение отношений между его участниками. Поэтому употребление пейоратива как средства вербализации тактики непрямого оскорбления в откликах читателей также преимущественно связано с третьими лицами и/или действиями, предпринимаемыми ими.

Таким образом, в полемическом дискурсе белорусских и британских печатных СМИ в рамках реализации стратегии дискредитации используется тактика непрямого оскорбления, которая на языковом уровне реализуется благодаря пейоративной лексике, которая называет, как правило, лица и/или события, являющиеся причиной появившейся актуальной проблемы, обсуждению которой и посвящена та или иная проблемная статья и отклики на нее.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кусов, Г. В. Оскорбление как иллокутивный лингвокультурный концепт : автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.19 / Г. В. Кусов. – Волгоград, 2004. – 27 с.
2. Лисюткина, И. С. Динамика реализации стратегии дискредитации в медиадискурсе 1950 – 2019 гг. (на материале русского и английского языков) : автореф. дис... канд. филол. наук: 10.02.19 / И. С. Лисюткина. – Саратов, 2021 – 25 с.
3. Федорова, К. И. Реализация речевой агрессии: стратегия дискредитации и стратегия манипулирования в англоязычных СМИ // К. И. Федорова, Н. В. Сабурова, С. В. Николаева / Вестник Северо-Восточного федерального университета им. М.К. Аммосова. – 2016. – № 5 (55). – С. 154–156.

REFERENCES

1. Kusov, G. V. Oskorblenie kak illokutivnyj lingvokul'turnyj koncept : avtoref. dis... kand. filol. nauk: 10.02.19 / G. V. Kusov. – Volgograd, 2004. – 27 s.
2. Lisjutkina, I. S. Dinamika realizacii strategii diskreditacii v mediadiskurse 1950 – 2019 gg. (na materiale russkogo i anglijskogo jazykov) : avtoref. dis... kand. filol. nauk: 10.02.19 / I. S. Lisjutkina. – Saratov, 2021 – 25 s.
3. Fedorova, K. I. Realizacija rechevoj agressii: strategija diskreditacii i strategija manipulirovanija v anglojazychnyh SMI // K. I. Fedorova, N. V. Saburova, S. V. Nikolaeva / Vestnik Severo-Vostochnogo federal'nogo universiteta im. M. K. Ammosova. – 2016. – № 5 (55). – S. 154 – 156.