

М. В. ЯРОШУК

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

ТАКТИКА ДИСКРЕДИТАЦИИ КАК РЕАЛИЗАЦИЯ КОНФРОНТАЦИОННОГО ПРИНЦИПА В КОММУНИКАЦИИ

Изучая макроречевой акт дискредитации, реализуемый в рамках определенной речевой культуры, необходимо отметить, что он выступает формой потенциально конфликтного взаимодействия. В классификации Дж. Лича дискредитацию можно отнести к группе, которая характеризуется «конфликтной иллокутивной целью» с точки зрения «социально приемлемого поведения и поддержания вежливости в речевом общении» [1, с. 104].

Рассмотрим наиболее часто используемое определение. Дискредитировать означает ‘подорвать доверие к кому-либо, чему-либо, умалять чей-либо авторитет, достоинство, значение’ [2]. Исходя из этого определения, под дискредитацией в данной работе понимается такой макроречевой акт, в котором говорящий выражает свою отрицательную оценку совершенных поступков, действий или качеств другого человека, направленную на то, чтобы представить этого человека в неблагоприятном свете и, как результат, подорвать к нему доверие окружающих, умалить его достоинство, авторитет и значимость или снизить его самооценку.

Дискредитации может подвергнуться как собеседник, так и третье лицо, не участвующее в данной ситуации общения. Дискредитация может осуществляться в личном общении при отсутствии третьих лиц, и тогда целью говорящего будет умаление значимости собеседника и снижение его самооценки. В случае присутствия наблюдателей (публичная дискредитация), действия говорящего будут направлены также на подрыв к нему доверия окружающих, умаление его достоинства и авторитета в глазах аудитории. Таким образом, в случае публичной дискредитации в качестве адресата выступает как сам человек, подвергающийся дискредитации, так и группа наблюдателей, мнение которых, в свою очередь, может оказать влияние на дискредитируемого.

При публичной дискредитации коммуникативная задача субъекта речи состоит в унижении и осмеянии партнера с последующей корректировкой мнения и изменением модели мира у явного (при непосредственном контакте) или гипотетического (например, читателя) наблюдателя. В рамках данной стратегии применяется обнародование каких-либо негативных фактов, мнений, аргументов, прямо или косвенно сигнализирующих о негативных оценках адресата. Такие речевые действия наиболее часто используются в политическом дискурсе и рассчитаны на воздействие на публику через информирование ее об отрицательных качествах, оценках

человека для снижения его авторитета, подрыва доверия к нему. Для реализации данной стратегии избираются исключительно негативные речевые действия, такие как оскорбление, издёвка, насмешка, обвинение, цель которых – обидеть, унижить человека, выставить его в смешном виде. Дискредитировать человека в глазах наблюдателя и задеть чувства самого адресата – вот две коммуникативные задачи, выполнение которых определяет успех стратегии публичной дискредитации [1, с. 103].

Рассматривая реализацию общей стратегии дискредитации как издёвки и оскорбления, О. С. Иссерс проводит анализ такого случая, как публичное оскорбление, когда действия говорящего направлены на реализацию двух взаимосвязанных задач: он стремится, во-первых, дискредитировать оппонента в глазах наблюдателя, вызвать у последнего смеховую реакцию, во-вторых, унижить, задеть чувства оппонента.

Выделяются четыре наиболее продуктивных хода нанесения обиды, издёвки и оскорбления: прямое оскорбление (*Он дурак (вор, мошенник, непрофессионал, больной)*), косвенное оскорбление (*Он похож на N.*), развенчание притязаний (*Он не похож на N., хотя и претендует*), навешивание ярлыков (*У него лицо как блин, и это все, что можно о нем сказать*). Анализ речевой стратегии дискредитации приводит к выводу, что «средством морального уничтожения политического оппонента являются не столько брань и прямая негативная оценка, сколько приемы когнитивного и семантического плана, способствующие желательному восприятию политических фактов и фигур. Тактика оскорбления и издёвки, кроме интерпретации реалий политической жизни, преследует задачу высмеять, что усиливает эффект дискредитации» [3, с. 166].

Стратегия дискредитации также рассматривается как одна из аксиологических (оценочных) стратегий в аргументативном дискурсе современного английского языка. Аксиологические стратегии представляют собой «комплекс речевых действий, направленных на достижение определенной иллюкативной цели через трансформацию ценностной модели мира адресата в желательном для говорящего направлении» [4, с. 5]. В апелляции к ценностям адресата проявляется манипулятивный аспект аксиологических стратегий. Именно ценности совместно с оценкой определяют стратегию тактические приемы говорящего. В работе Н. Е. Бардиной можно встретить использование понятия «очернение» вместо «дискредитация». Цель стратегии «очернения» противника заключается в формировании моделей политически важных ситуаций и сопоставлении этих моделей с негативными схемами чуждых политическому деятелю личностей или групп.

При этом нередко можно увидеть переход от негативного частного к негативному всеобщему, что объясняет предпочтение термина-метафоры «очернение» более привычному «дискредитация». Происходящая замена

темы «Некоторые А суть – Р» темой «Все А суть – Р» отражает семантическую сущность «очернения».

Стратегия «очернения» регулярно противопоставляется стратегии самопрезентации. Две подобные взаимодополняющие стратегии – стратегия положительной самопрезентации и негативной презентации других – были выделены еще Т. А. ван Дейком на материале расистского дискурса [5, с. 54]. Тенденция к взаимодополнению данных стратегий на материале русского языка была проанализирована О. С. Иссерс [3, с. 8].

Аксиологическая стратегия «очернения» противника часто находит применение в период предвыборных кампаний. Механизм развенчания основан на контрасте риторических средств восхваления своей партии или кандидатуры с одной стороны и негативных высказываний в адрес партии противника с другой стороны.

Иллокутивный концепт «оскорбление» определяется как набор речевых и языковых тактических средств, описывающих негативную речевую модель лица, противоположную этносоциальному идеалу, представленному в лингвокультуре как образец для подражания, воссоздание картины социального антиобраза. Исходя из этого, оскорбление понимается как воссозданная речевая картина социального «антиобраза», формируемая из выработанного в процессе социализации личности набора средств лингвокультуры: 1) через создание негативного образа; 2) через умаление положительных качеств лица.

Из анализа проводимых на сегодняшний день лингвистических исследований следует, что конфликтность есть особенность дискредитации, она ставит под сомнение положительный образ человека.

При реализации тактик дискредитации оценочные суждения совместно с их обоснованиями могут быть представлены достаточно разнообразными средствами: суждениями, метафорами, сопоставлениями, перифразами, отсылками (включая отсылки к прецедентным высказываниям), апелляциями и др. Публичное выражение мнения и его аргументация производятся не только на различных уровнях плана содержания и плана выражения (на уровне слова, словосочетания, выражения, текстового фрагмента, целого текста), но и на уровне плана восприятия (ирония, намек, подтекст). Таким образом, наибольшую сложность при характеристике тактик вызывают косвенные тактические схемы при имплицитном предъявлении аргумента, когда автору нужно его «спрятать», но сделать это так, чтобы для читателя довод был понятным и убедительным.

Дискредитирующее высказывание не существует обособленно, а всегда заключено в рамки той или иной коммуникативной ситуации. Также в качестве отличительной черты дискредитации необходимо отметить тот факт, что поставленная цель редко может быть достигнута говорящим

с помощью лишь одного обращения к партнеру по коммуникации. Для решения коммуникативной задачи зачастую требуется совокупность различных речевых действий, применение последовательности разных высказываний. Соответственно, дискредитация представляет собой макро-речевой акт. Участники коммуникации могут регулировать свои действия согласно сложившейся ситуации, не отступая, однако, от реализации своей основной интенции – дискредитировать другого человека.

Как отмечалось выше, дискредитацию как макро-речевой акт, являющуюся одной из разновидностей конфликтной коммуникации, можно рассматривать как оценочное явление. Оценочность данного вида взаимодействия проявляется в отрицательной оценке, которую говорящий дает качествам, поступкам и действиям другого человека. Негативная оценка выступает одним из способов реализации намерений говорящего.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Третьякова, В. С. Речевой конфликт и гармонизация общения : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / В. С. Третьякова. – Екатеринбург, 2003. – 301 л.
2. Словарь русского языка : в 4 т. / РАН, Ин-т лингвист. исслед. ; под ред. А. П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1999. – Т. 1 : А–Й. – 702 с.
3. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи : монография / О. С. Иссерс. – Омск : Омский гос. ун-т, 1999. – 285 с.
4. Бардина, Н. Е. Аксиологические стратегии аргументативного дискурса современного английского языка (на материалах политической риторики и социально-бытового общения) : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Н. Е. Бардина ; Иркут. гос. лингвист. ун-т. – Иркутск, 2004. – 20 с.
5. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация : пер. с англ. / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 132 с.

К содержанию