

Речевая агрессия как свойство информационного пространства / под ред. М.В. Загидуллиной. Челябинск: изд-во Челяб. гос. ун-та, 2011. 211с. (Классический университет)

ISBN 978-57271-1079-9

Рецензенты:

Д-р филол. наук проф. Южно-Уральского университета Е.В. Харченко;
кафедра стилистики и риторики Удмуртского государственного университета

В подготовке монографии принимали участие:

введение, заключение – д-р филол. наук, проф. М.В. Загидуллина (Челябинск);

гл. 1 – д-р филол. наук, проф. К.Ф. Седов (Саратов);

гл.2 – д-р филол. наук проф. Т.А. Воронцова (Ижевск);

гл. 3 – канд. пед. наук, доц. Т.М. Артишевская (Челябинск);

гл. 4 – канд. филол. наук, доц. О.В. Демидов (Челябинск);

гл. 5 – канд. филол. наук, доц. Е.Ю. Панова

Глава 2

РЕЧЕВАЯ АГРЕССИЯ КАК ПРЕДНАМЕРЕННАЯ ДЕФОРМАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА

2.1. Принципы анализа речевой агрессии в современной лингвистике

Изучение агрессии как явления речевой коммуникации началось в российской лингвистике сравнительно недавно¹.

Это связано, в первую очередь, со сменой приоритетов в языкознании второй половины XX века, когда на основе синтезирующих концепций языка, представленных в трудах В. Гумбольдта, А. А. Потебни, И. А. Бодуэна де Куртенэ, Л. В. Щербы и др. сложилась целостная системная теория языка.

Как известно, синтезирующие концепции рассматривают язык и речь как совокупное единство, исходят из антропоцентрической роли языка, объясняют деятельность языка его взаимодействием со средой.

Таким образом, в конце XX – начале XXI вв. в фокусе лингвистических исследований оказывается *homo eloquens*, «человек говорящий», с его

¹ В российской лингвистике работы, посвященные речевой агрессии в современном ее понимании, стали активно появляться только в конце XX века.

представлениями о коммуникативных действиях, намерениях, коммуникативной среде и принципах коммуникации. Смысл таких исследований определяется вполне прагматической целью: выявить эффективные речевые способы и инструменты для оптимального общения.

Очевидно, что достижение этой цели невозможно без основательного изучения как позитивной коммуникации, включающей в себя такие категории, как вежливость и толерантность, так и тех речевых явлений, которые далеки от представлений о корректном речевом взаимодействии. Именно поэтому речевая (вербальная, словесная, языковая, коммуникативная)² агрессия стала сегодня весьма популярной темой лингвистических изысканий. Сегодня никто из лингвистов уже не сомневается, что речевая агрессия – это сложное явление, которое по-прежнему нуждается не только в оценочной констатации, но и в многоаспектном изучении.

Исследование речевой агрессии в современной лингвистике шло по разным направлениям.

В первую очередь, на принципы анализа данного явления в лингвистике заметное влияние оказали психологические теории агрессии. Как известно, в психологии основными теоретическими подходами, объясняющими происхождение, становление, причины и механизмы агрессивного поведения, традиционно считаются психоаналитический [Фрейд 2002], этологический [Лоренц 1994], фрустрационный [Dollard 1980, Berkowitz 1969] и бихевиористский [Bandura 1983, Buss 1957; 1961]. А. Х. Басс ввел последовательное деление на физическую и вербальную агрессию [Buss 1957]. Сегодня вербальная (речевая, языковая) агрессия – объект пристального внимания социопсихологов [Бэрон 2001; Крэйхи 2003; Хекхаузен 1986; Щербинина 2006; Infante 1995; 1996 и мн. др.]. Не случайно

² В работах современных лингвистов все эти термины употребляются как синонимы. Подробнее о термине *речевая агрессия* см.: [Воронцова 2006, 42–46].

Н. Д. Голев назвал речевую агрессию «монстром социальной психологии» [Голев 1999, 40].

Однако, как заметил Ю. А. Левицкий, «брак» лингвистики и психологии выглядит неравным, поскольку «психологическая составляющая» часто оказывается более сильной, а лингвистические вопросы остаются в тени» [Левицкий 2003, 115]. По отношению к изучению речевой агрессии это замечание Ю. А. Левицкого оказалось абсолютно справедливым.

В современной лингвистике есть большое количество работ, где психологическое понимание агрессии в значительной степени экстраполируется на собственно коммуникативные понятия и категории.

Так, например, с психологических позиций толкуется термин речевая агрессия в большинстве современных лингвистических словарей¹.

В работах ряда современных лингвистов речевая (вербальная) агрессия представлена в социопсихологическом ракурсе. Она рассматривается как средство выплескивания эмоций и снятия эмоциональной напряженности [Михальская 1996, 165, Жельвис 1997, Седов 2005, 33–34 и др.]. В этом плане вербальная агрессия может оцениваться как психологически оправданное действие, поскольку в определенной степени замещает агрессию физическую [Михальская 1996, Жельвис 1997].

Рассматривая речевую агрессию как коммуникативное явление, исследователи нередко связывают ее с определенным психологическим состоянием адресанта [Матвеева 2003, 281; Михальская 1996, 165; Енина 2002, 105], отмечая, что «речевая агрессия – это сфера речевого поведения, которая **мотивирована агрессивным состоянием говорящего**» [Енина 2002, 105] [выделено нами. – Т. В.]. Однако «агрессивное состояние» как некий психологический феномен может транслироваться адресату только

¹См., например, Стилистический словарь под ред. М. Н. Кожиной [Стилистический словарь 2003, 340], словарь-справочник «Культура русской речи», где виды речевой агрессии даются в соответствии с классификацией А. Басса [Культура русской речи : словарь-справочник 2003, 562–564].

через определенные языковые и речевые средства (инвективная лексика, речевые акты угрозы и т. п.). Имплицитные формы речевой агрессии, как правило, не экспонируют психофизическое состояние адресанта.

Как известно, психологические теории рассматривают вербальную агрессию как проявление негативных эмоций по отношению к кому-либо, выраженное в речи. Следовательно, психологическая модель агрессии может служить ориентиром только в ситуации межличностного общения, где основные компоненты этой модели *агрессор – жертва* можно спроецировать на отношения *адресант – адресат*.

Между тем, речевая агрессия, как показывают существующие исследования, широко представлена в тех видах дискурса, где преобладает публичная или массовая коммуникация: в СМИ [Басовская 2004; Михайльская 1996; Муравьева 2004 и др.], в политическом [Шейгал 2000; Михальская 1999 и др.], в рекламном [Булик 2003; Булыгина 2000 и др.] и других видах дискурса. В данных видах коммуникации множественный (массовый) адресат, как правило, не является непосредственным объектом речевой агрессии. Во всех разновидностях публичного дискурса негативные эмоции адресанта обращены на некий объект, не представленный в речевой ситуации. Очевидно, что при таких условиях коммуникации понимание речевой агрессии не может опираться на бинарную психологическую модель «агрессор – жертва».

Наличие имплицитных форм речевой агрессии, представленность речевой агрессии не только в устном, но и в письменном публичном дискурсе, проявление данного типа речевого поведения профессиональными коммуникаторами (политиками, журналистами и т. д.) позволяет говорить о том, что речевая агрессия появляется «не под влиянием эмоционального порыва, а в соответствии с продуманной стратегией» [Басовская 2004, 257].

Ряд российских исследователей видят речевую агрессию в активизации негативно окрашенных языковых и речевых средств и считают, что причины этого кроются в тех социально-политических изменениях, которые

произошли в России в конце XX – начале XXI в. Речевая агрессия рассматривается как «следствие негативных процессов, происходящих во внеязыковой действительности» и тесно связана с общими деструктивными явлениями в области культуры и нравственности [Крысин 2000, 385–386]. С этой точки зрения речевая агрессия представляется как вульгаризация и повышенная эмоциональность общения. Такой подход, который условно можно именовать лингвоэтическим, строго говоря, включает в себя социолингвистический, стилистический, лингвоэкологический и юрислингвистический аспекты рассмотрения речевой агрессии. В качестве основного показателя речевой агрессии исследователи рассматривают наличие в отдельном высказывании или в дискурсе в целом стилистически маркированных языковых и речевых средств: экспрессивно-окрашенной лексики, грубо-просторечных слов и словосочетаний, жаргонных языковых единиц и даже иноязычной лексики. Использование этих языковых средств рассматривается с точки зрения этичности или неэтичности их употребления в том или ином дискурсе.

Вместе с тем, представляется очевидным, что в процессе общения имеет значение не то, какие слова употреблены, а то, как и зачем они употреблены, т. е. и смысловая и коммуникативная нагрузка языковых и речевых единиц определяется в зависимости от коммуникативного контекста, куда включаются дискурсивные конвенции и экстралингвистические параметры конкретной речевой ситуации. Не случайно предметом лингвистических экспертиз в делах об оскорблении обычно являются не языковые маргиналии, а, на первый взгляд, вполне пристойные слова. Следовательно, говорить об агрессивности не только отдельных языковых и речевых единиц, но речевых актов в целом можно только с позиций их роли и функции в конкретном коммуникативном акте или в конкретном дискурсе.

Таким образом, понимание речевой агрессии не может быть сведено к некому лексико-стилистическому инвентарю и предполагает функциональный подход к выбору языковых и речевых средств.

2.2. Коммуникативно-дискурсивная концепция речевой агрессии

Анализ современных подходов к речевой агрессии делает очевидным тот факт, что речевая агрессия как коммуникативное явление не может рассматриваться без учета функции высказывания в контексте конкретного дискурса, т. е. важно не только **как** сказано, но и **для чего** сказано.

Системный подход с позиций коммуникативной лингвистики дает возможность квалифицировать речевую агрессию как явление собственно лингвистическое. В этой связи, рассматривая речевую агрессию как факт коммуникации, мы выходим в сферу прагмалингвистики, поскольку именно прагмалингвистика в широком смысле (если не ограничивать понимание данной отрасли языкознания только теорией речевых актов) предусматривает синтетический подход к языковой деятельности на стыке различных наук, занимающихся проблемами коммуникации.

Коммуникативно-прагматический подход к речевой деятельности предусматривает исследование коммуникативных взаимодействий на оси «адресант речи – адресат»; изучение значения и употребления языковых и речевых единиц в зависимости от речевой ситуации, дискурсного контекста, в том числе и социального, и учет исходных прагматических установок говорящего: цели, намерения, эмоции, анализ речевого воздействия в процессе коммуникации (подробнее см.: [Сусов 1980, 1984, 1988]).

Современная теоретическая лингвистика характеризуется выдвижением в ней двух главных парадигм научного знания – когнитивной и коммуникативной. Первая исследует «связи языка с познавательными процессами, со всеми способами получения, обработки, фиксации, хранения информации о мире в их корреляции с языковыми формами». В другой – «основное внимание уделяется самой коммуникативной деятельности и

влиянию на эту деятельность контекста ее осуществления». «В то же время становится все более очевидным, что для решения целого ряда актуальных проблем современной лингвистики необходим своеобразный синтез указанных парадигм знания» [Кубрякова 2004, 12]. Эту парадигму, которая объединяет когнитивный и коммуникативный подходы к явлениям языка, Е. С. Кубрякова называет когнитивно-дискурсивной [Кубрякова 2004]. Когнитивно-дискурсивная парадигма «представляет собой попытку синтезировать разные точки зрения на один и тот же объект», чтобы «дать объекту полное и всестороннее описание, описание интегральное, в котором можно было бы учесть как когнитивные, так и коммуникативные особенности его бытия в системе языка» [Кубрякова 2004, 520]. Наряду с данным термином, предложенным Е.С. Кубряковой, функциональная парадигма лингвистического знания, синтезирующая коммуникативно-прагматический и когнитивный подходы к изучению языковых явлений, может быть обозначена как «коммуникативно-когнитивная лингвистика» (И. П. Сусов) [Аристов 1999], коммуникативно-когнитивная прагматика (концепция образовательной программы «Когнитивные исследования» антропологической школы РГГУ), дискурсивно-диалогическая парадигма [Плеханова 2002]. На наш взгляд, разнообразие в терминах, отражая приоритеты исследований, не меняет сущности самого подхода.

Анализ любого явления речевой коммуникации как дискурсивного факта выводит исследователя в область когнитивной лингвистики [Аристов 1999; Дейк 1989; Карасик 1998; Макаров 2003; Сусов 1989 и др.]. В связи с этим нам представляется возможным определить современную парадигму как коммуникативно-дискурсивную, поскольку данное определение, с одной стороны, указывает на его коммуникативно-прагматическую ориентацию, с другой – если иметь в виду, что дискурсивный подход невозможен без когнитивного аспекта – отражает его интегральную сущность.

При анализе речевой агрессии мы исходим из того, что «коммуникативные и когнитивные особенности» ее бытия определяются в

первую очередь дискурсивными показателями. Теоретическое обоснование речевой агрессии в свете коммуникативно-дискурсивного подхода позволяет, во-первых, определить специфику речевой агрессии как типа речевого поведения, который может осуществляться в рамках любого дискурса³, независимо от его временных и национальных параметров, во-вторых, выявить, как на основе определенных коммуникативно-прагматических установок адресанта происходят нежелательные для адресата изменения, т. е. раскрыть механизмы агрессивного речевого воздействия на разных уровнях коммуникативного пространства,

Коммуникативно-дискурсивный подход с акцентом на коммуникативной стороне речевого взаимодействия позволяет, с одной стороны, выявить общие принципы и установки, которыми руководствуется говорящий при осуществлении данного типа речевого поведения, с другой – определить, как данное явление, тесно связанное с социальными и психологическими факторами, в условиях определенного дискурса влияет на собственно коммуникативные, аксиологические и когнитивные аспекты коммуникации. Таким образом, речевая агрессия включается в широкий круг теоретических проблем речевой коммуникации, речевого воздействия и взаимодействия.

Это позволило создать целостную концепцию речевой агрессии как особого типа речевого поведения, в основе которого лежит преднамеренная деформация адресантом коммуникативного пространства адресата⁴.

АГРЕССИЯ КАК ТИП РЕЧЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ (ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ)

Определяя речевую агрессию как тип речевого поведения, важно установить принципиально значимые параметры данного понятия. В прагмалингвистике осознанность и целенаправленность рассматриваются как

³ Дискурс понимается нами как широкая родовая категория по отношению к понятиям речь, текст, диалог [Макаров 2003].

⁴ См. подробнее: [Воронцова, 2006].

ключевые характеристики речевого поведения [Якобсон 1975; Ключев 2002; Борисова 2001 и др.]. С этих позиций речевое поведение может быть определено как «эмпирически наблюдаемая мотивированная, намеренная, адресованная коммуникативная активность индивида в ситуации речевого взаимодействия, связанная с выбором и использованием речевых и языковых средств в соответствии с коммуникативной задачей» [Борисова 2001, 190]. Следовательно, речевая агрессия – целенаправленное, мотивированное, контролируемое через сознательный выбор речевых стратегий и тактик, а также через отбор речевых и языковых средств речевое поведение.

При этом становится очевидным, что понятие речевой агрессии не может быть рассмотрено безотносительно к понятию речевого воздействия. Так как мы рассматриваем речевую агрессию с коммуникативно-прагматических позиций, то применительно к данному типу речевого поведения речевое воздействие «определяется как рассчитанный эффект, т.е. мы ориентируемся не на результат воздействия на собеседника, а на коммуникативное намерение говорящего, выраженное в речи и распознанное собеседником» [Федорова 1991, 46]. Иначе говоря, в основе речевой агрессии лежит однонаправленное эмоциональное негативизирующее речевое воздействие на адресата. А поскольку мы исходим из того, что речевая агрессия – понятие дискурсивное, то отбор языковых и речевых средств, а также способы такого воздействия определяются характером и условиями конкретного дискурса.

Ориентация на одностороннее воздействие на адресата позволяет рассматривать речевую агрессию с точки зрения диалогической коммуникации в широком смысле (см.: [Бахтин 1979]). как установку на антидиалог, поскольку подлинный диалог возможен только при обоюдной установке коммуникантов на равноправное общение. Антидиалогическая сущность речевой агрессии базируется на сознательной ориентации адресанта на субъектно-объектный тип отношений [Михальская 1996, 55–79]. Это отношение выражается как в содержании, так и в деструктивных формах

речевого поведения. При выборе форм речевого поведения адресант исходит из того, что адресат должен безоговорочно принять предлагаемое адресантом положение вещей. Общий смысл субъектно-объектного отношения к адресату можно выразить известной формулой: «Есть мнение мое и неправильное». М. М. Бахтин определил такой тип высказываний как «слово-насилие»: «Слово-насилие предполагает отсутствующий и безмолвствующий предмет, не слышащий и не отвечающий, оно не обращается к нему и не требует его согласия, оно заочно... Слово хочет оказывать влияние извне, определять извне...» [Бахтин 1996, 66].

Применительно к конкретному коммуникативному акту субъектно-объектный тип отношений может рассматриваться как намеренное нарушение принципов кооперативного общения, сформулированных Г. Грайсом [Grice 1975], и принципов вежливости Дж. Лича [Leech 1983]. Т. М. Николаева называет такое поведение принципом «некооперации», подразумевая под этим принципом «коммуникативный саботаж», т. е. такие коммуникативные установки, которые направлены на срыв идеально прозрачного обмена информацией в беседе. Т. М. Николаева выделяет четыре вида такого саботажа: 1) установка на навязывание коммуниканту своего мнения в обсуждаемой ситуации; 2) нежелание дать ожидаемый ответ на вопрос; 3) уйти от ремо-предикативного аспекта беседы, т.е. от обмена новой характеризующей информацией, информацией мысли, а не факта; 4) желание задеть, обидеть собеседника [Николаева 2003, 268]. На внешнем языковом уровне андиалогические установки проявляются как намеренное нарушение адресантом: а) конвенциональных условий дискурса; б) этических норм коммуникации; в) стилистических норм; г) системных языковых норм и т. п.

В современных лингвистических исследованиях широко представлены подобные разновидности речевого поведения, обозначенные авторами как *языковое насилие*, *коммуникативное давление*, *язык вражды*, *словесный экстремизм*, *дискурс ненависти*, *языковое насилие* и т. п. [Язык мой... 2000;

Колосов 2004, Галяшина 2006, Сковородников 1997; Шарифуллин 2004; Шилихина 2000 и др.]. Поскольку все эти типы речевого поведения так или иначе ориентированы на коммуникативное неравноправие, они вполне могут быть объединены «под эгидой» понятия «речевая агрессия».

Речевая агрессия как речевое поведение, в основе которого лежит прагматическая установка адресанта на коммуникативное доминирование, может быть представлена во всех типах коммуникации: межличностной, публичной, массовой.

При этом в данном типе речевого поведения обязательно присутствуют два целевых вектора. Первый – прагматический – реализуется как установка на субъектно-объектный тип общения с адресатом, которая проявляется в деструктивном (некооперативном) речевом поведении. Второй – аффективный – реализуется как выражение негативного отношения к кому-либо. Такое отношение всегда лежит в основе агрессивного общения независимо от типа коммуникации. Двойственность коммуникативно-прагматической целевой установки речевой агрессии неизбежно порождает вопрос о том, как в таком случае должен определяться объект речевой агрессии.

С одной стороны, адресант намеренно стремится при помощи деструктивного речевого поведения либо навязать адресату собственную модель речевого общения, неприемлемую для адресата, или собственную негативную оценку референта высказывания, либо изменить в отрицательную сторону его представление о предмете речи. То есть по отношению к адресату речевая агрессия – это, по сути, вторжение в его коммуникативное пространство. При таком понимании адресат является объектом речевой агрессии по определению.

С другой стороны, адресат является одновременно объектом негативного отношения адресанта только в ситуации межличностной коммуникации. Если объект негативного отношения представлен в коммуникации, то это негативное отношение может быть выражено

эксплицитно (например, инвектива). В этом случае адресат является референтом высказывания (*Ты дурак*). Но поскольку в межличностном общении речевая агрессия проявляется как стремление к созданию коммуникативного неравноправия, то негативное отношение к адресату может быть выражено имплицитно: через нарушение коммуникативной этики, дискурсных конвенций, через некооперативные формы речевого поведения и т. д.

Однако объект негативного отношения может быть не представлен в речевой ситуации (а иногда по своим объективным характеристикам и не может быть представлен). В этом случае он обязательно является референтом высказывания, т. е. представлен в речи. При этом негативное отношение к нему выражается эксплицитно, а негативизирующее воздействие на адресата осуществляется и через содержание высказывания, и через деструктивные формы речевого поведения (высказывания типа: *Все знают, что N дурак*).

Следовательно, именно объект негативного отношения определяет механизмы и способы формирования речевой агрессии. Причем важную роль играет не только место объекта в процессе коммуникации (его представленность или непредставленность в данной речевой ситуации), но и характер объекта по отношению к адресату.

Таким образом, именно аффективный вектор определяет специфику проявления речевой агрессии, поэтому «объект речевой агрессии» – это объект негативного отношения адресанта.

Речевая агрессия как тип речевого поведения подразумевает, что говорящий осознанно отбирает информацию, придает ей определенную форму в соответствии с целями высказывания, т. е. именно критерий намерения позволяет разграничить агрессию и коммуникативную неудачу. Другое дело, что при таком подходе к речевой агрессии для адресата и для стороннего наблюдателя агрессивное намерение говорящего не всегда является очевидным. Эта проблема особенно актуальна для квалификации тех форм речевой агрессии, которые входят в сферу юрислингвистики

(оскорбление, угроза и т. п.). Однако данная проблема вполне решаема, если подходить к речевой агрессии как к коммуникативно-дискурсивному явлению. Учет всех коммуникативных параметров конкретного типа дискурса в большинстве случаев позволяет установить, является ли нарушение дискурсных конвенций преднамеренным. Наличие или отсутствие намерения как неотъемлемого элемента речевой агрессии определяется не столько отдельными языковыми и речевыми элементами, сколько условиями конкретного дискурса. Характер речевого события, коммуникативные роли адресанта и адресата, особенности употребления языковых и речевых средств позволяют выявить функцию того или иного высказывания в составе данного коммуникативного акта и таким образом «вычислить» коммуникативную цель адресанта и соответствующие этой цели намерения. Критерий намерения в речевой агрессии определяет речевую агрессию как осознанный выбор адресанта. Это позволяет разграничить собственно речевую агрессию и те случаи, когда сбой в общении обусловлен коммуникативной некомпетентностью адресанта (нарушение коммуникативных норм, кодовый конфликт) и т. д. Достижение перлокутивного эффекта в агрессивном речевом поведении возможно лишь в том случае, если объект речевой агрессии, во-первых, включен в апперцепционную базу адресата⁵, во-вторых, находится в сфере его жизненных интересов. При индифферентном отношении адресата к объекту речевой агрессии коммуникативная цель, поставленная адресантом, достигнута не будет. Преднамеренность или непреднамеренность дисгармонизации общения «вычисляется» адресатом на основе дискурсных параметров и экстралингвистических факторов. Однако если в намерения адресанта не входил коммуникативный сбой, то в случае неадекватной реакции адресата он стремится скорректировать процесс общения (известные прагматические клише: «вы меня не так поняли», «я не хотел вас обидеть», «я неудачно выразился» и т. д.). Речевая агрессия как сознательно выбранный

⁵ Т.е. адресат понимает, о ком идет речь.

тип речевого поведения всегда направлена на то, чтобы довести коммуникативный сбой до логического конца: прекращения коммуникации или превращения диалога в монолог. Следовательно, именно критерий намерения позволяет разграничить коммуникативную неудачу и речевую агрессию. Коммуникативная неудача – это нежелательное для адресанта нарушение процесса общения, тогда как речевая агрессия – это коммуникативный сбой, сознательно организованный адресантом. Не случайно в лингвистических исследованиях речевая агрессия зачастую рассматривается как синоним конфликтного общения.

Безусловно, речевая агрессия – это конфликтогенная технология коммуникативного взаимодействия. Если объектом речевой агрессии является адресат, конфликт между адресантом и адресатом может возникнуть как следствие установки адресанта на речевое доминирование. В тех типах коммуникации, где представлен множественный или массовый адресат, он, как правило, не является объектом агрессии, т. е. эксплицированным в высказывании объектом негативного отношения адресанта. Однако стремление адресанта индуцировать на адресата свое негативное отношение к предмету речи позволяет говорить о том, что адресантом «планируется» конфликт между адресатом и предметом речи. Следовательно, при любом типе коммуникации и любом объекте негативного отношения конфликт является коммуникативной перспективой речевой агрессии.

КОММУНИКАТИВНОЕ ПРОСТРАНСТВО

Поскольку мы исходим из того, что речевая агрессия как тип речевого поведения может быть реализована в любой разновидности дискурса, необходимо уточнить сущность одного из базовых понятий коммуникации – понятия коммуникативного пространства. Сам термин *коммуникативное пространство* не имеет устойчивого и однозначного определения. Под коммуникативным пространством может пониматься уровень коммуникативной компетенции адресанта или адресата [Муравьева 2004], в

общей теории коммуникации этот термин приближен к понятию информационного пространства [Почепцов 2001], Б. М. Гаспаров определяет коммуникативное пространство скорее как пространство дискурсивное [Гаспаров 1996]. И. П. Сусов вводит понятие коммуникативно-прагматического пространства, определяя его как речевую ситуацию, включающую роли говорящего и слушающего, характеристики времени и места, правила согласования этих целей в рамках кооперативного принципа, правила передачи роли говорящего от одного коммуниканта другому и т. п. [Сусов 1989]. Принципиально важным фактом является то, что при любом понимании коммуникативного пространства точкой отсчета в нем всегда является адресант. [Гаспаров 1996, Сусов 1989]. Конкретизируя понятие коммуникативного пространства, мы рассматриваем его как зону реальных и потенциальных контактов каждого из участников коммуникации с точки зрения говорящего (адресанта). Создание гармоничного коммуникативного пространства – это ориентация коммуникантов на диалогическое общение в широком смысле слова. Очевидно, что при любом понимании коммуникативное пространство многомерно, подвижно, изменчиво, его невозможно структурировать, по крайней мере, однозначно. Вместе с тем, вступая в коммуникативные отношения, каждый из участников общения обладает собственным видением процесса коммуникации, своей роли в нем, имеет свои ценностные ориентиры и собственные представления о том или ином предмете речи. В связи с этим в ракурсе конкретного предмета исследования в коммуникативном пространстве можно с определенной долей условности можно обозначить сферы, с данным предметом связанные.

1. Собственно речевая сфера актуальна в непосредственном межличностном общении. Это своего рода дискурсивные конвенции по поводу речевого участия в процессе коммуникации каждого из собеседников. Ее границы определяются правилами коммуникации в конкретном дискурсе и параметрами конкретной речевой ситуации.. Например, ситуация научной конференции предполагает, с одной стороны, регламентированную

последовательность речевого участия коммуникантов (доклад – вопросы к докладчику – обсуждение доклада), с другой – в соответствии с конвенциями научного дискурса («ни у кого нет монополии на научную истину») – равное право на речь всех участников коммуникации независимо от должностей и ученых званий.

2. Аксиологическая сфера коммуникативного пространства рассматривается нами как система ценностей и оценок каждого из коммуникантов, которая актуальна для данного дискурса. Взаимодействие коммуникантов в данной сфере коммуникативного пространства происходит как при непосредственной (межличностной), так и при опосредованной коммуникации (например, через СМИ), когда не происходит смены коммуникативных ролей адресанта и адресата.

3. Когнитивная сфера коммуникативного пространства – это система ключевых концептов, своего рода картина мира, которая репрезентируется адресантом и адресатом в рамках данного дискурса.

Речевая агрессия в этом плане может рассматриваться как преднамеренная деформация адресантом коммуникативного пространства адресата в речевой, аксиологической и когнитивной сфере. Смысл такой деформации состоит в преднамеренном вовлечении адресата в реальный или потенциальный конфликт вследствие изменения status quo в указанных сферах коммуникативного пространства. Именно поэтому мы обозначаем данный процесс словом «вторжение».

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ТИПЫ РЕЧЕВОЙ АГРЕССИИ

В соответствии с указанными сферами коммуникативного пространства можно выделить основные коммуникативно-прагматические типы речевой агрессии.

I. Речевая агрессия как вторжение в речевое пространство адресата имеет место в межличностной (интерперсональной) коммуникации. Субъектом агрессии в данном случае является адресант, объектом – адресат, т. е. объект речевой агрессии является участником коммуникации. Цель

адресанта – навязывание собственного коммуникативного сценария. Он стремится присвоить приоритетное «право на речь», превратив, в конечном счете, диалог в монолог. В данном случае оба вектора: аффективный и прагматический – направлены на один объект, поэтому может быть эксплицирована одна из целевых установок, а вторая выражена имплицитно.

II. Речевая агрессия как вторжение в аксиологическое пространство адресата может быть представлена в любом типе коммуникации. Суть такого вторжения – в агрессивном навязывании адресату негативного отношения к референту высказывания. В данном типе агрессии аффективный и прагматический векторы направлены на разные объекты. Объект негативного отношения в данном случае не представлен в коммуникации, но обозначен в речи. Объектом речевой агрессии может являться конкретное лицо (персонифицированный объект) или группа лиц, объединенных по какому-либо признаку (множественный, но в принципе исчисляемый объект). По отношению к ним можно говорить о косвенной адресации речевой агрессии, которая проявляется в данном случае как стратегия дискредитации. Коммуникативная интенция агрессивных высказываний в рассматриваемых ситуациях – стремление индуцировать у адресата негативное отношение к объекту высказывания. Коммуникативная перспектива такого типа агрессии – разрушение реальных или потенциальных контактов между адресатом и референтом высказывания. Одно из обязательных условий «успешности» такого речевого поведения – предмет речи (он же объект речевой агрессии) должен быть известен адресату и так или иначе включен в сферу его жизненных интересов.

III. Речевая агрессия как вторжение в когнитивное пространство заключается в том, что адресант стремится негативизировать определенный концепт и, как следствие, изменить его место в картине мира адресата. Объекты речевой агрессии в данном случае объективно не могут участвовать в процессе коммуникации, поскольку представляют собой некое понятие с «размытым» смыслом (например, *террористы*) и существуют в массовом

сознании на уровне концептов. Такой тип речевой агрессии, который можно назвать когнитивным, представлен преимущественно в массовой коммуникации. С точки зрения адресанта, такие объекты должны находиться в сфере ключевых интересов всего общества (связаны угрозой безопасности, благополучию, здоровью и т. п.). Выбор таких объектов агрессии определяют экстралингвистические факторы: установка на определенную идеологию, политическая, экономическая, культурная ситуация в обществе. Специфика данной разновидности речевой агрессии заключается также в том, что если данный объект действительно связан с интересами всего социума, то воздействие на массового адресата осуществляется многократно множеством адресантов через большое количество дискурсов. Деструктивность речевого поведения заключается в том, что «смысловый перекося» при употреблении в каждом конкретном случае приводит в сумме к изменению на уровне концепта.

В реальной коммуникации различные типы речевой агрессии могут быть тесно взаимосвязаны: создание коммуникативного дисбаланса, изменения в содержании и структуре концепта могут осуществляться посредством оценочных механизмов, т. е. между различными типами агрессивного речевого поведения может существовать диалектическая связь. Вместе с тем, основные параметры агрессивного речевого поведения определяются коммуникативно-прагматической установкой, которая, в конечном счете, формирует указанные типы речевой агрессии.

2.3. Речевая агрессия как деформация речевого пространства «ВТОРЖЕНИЕ В РЕЧЕВОЕ ПРОСТРАНСТВО» В СИТУАЦИИ ИНТЕРПЕРСОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ.

В межличностной коммуникации «право на речь» каждого из коммуникантов определяется, во-первых, характером дискурса, во-вторых, конкретной речевой ситуацией. Приоритетное «право на речь» одного из коммуникантов может быть не предусмотрено условиями дискурса или

речевой ситуацией. В этом случае стремление к речевому доминированию не признается другими участниками коммуникации. Если речевое поведение одного из участников общения ориентировано на стремление строить коммуникацию по своему собственному сценарию, не считаясь с интересами речевого партнера, то в этом случае речь идет о вторжении в речевое пространство адресата, т. е. о речевой агрессии. Нарушение речевого паритета может проявляться, во-первых, как намеренный захват вербальной инициативы, во-вторых, как пренебрежительное отношение к содержательной стороне высказываний речевого партнера. В любом случае в основе такого речевого поведения лежит установка на создание коммуникативного дисбаланса – ситуации неравноправного общения.

В бытовом (иногда не только в бытовом) дискурсе на выполнение этой задачи направлены, например, инвективные номинации адресата, выраженные при помощи грубо-просторечной лексики. Это может быть негативная оценка адресата по этическим, нравственным, интеллектуальным и др. параметрам: *дурак, идиот, паразит, сволочь* и т. д. Это может быть лексика, подчеркивающая возрастное, социальное, национальное, половое и др. неравенство: *молокосос, сопляк, чурка, жид, хохол, вотяк, баба, телка* (девушка, женщина) и т. д. Это может быть подчеркивание физических недостатков адресата: *урод, хромой, косой* и т. д. В сущности, это не что иное, как известный риторический прием *argumentum ad personem* (аргумент к человеку). Инвектива (унижение, оскорбление) как выражение негативного отношения к речевому партнеру является в данном случае промежуточной целью по отношению к основной коммуникативной цели – заставить речевого партнера или прекратить общение, или ограничить свое участие. Конечная коммуникативная цель инвективы, оскорбления в ситуации интерперсональной коммуникации «не обругать ради того, чтобы обругать», а оставить за собой последнее слово, пусть даже не очень приличное. Эксплицитно выраженные негативные характеристики адресата реализуют целевую установку на речевое доминирование.

Стремление к субъектно-объектному, монологическому типу общения может проявляться также как эксплицитное «лишение слова» (*«Тебе слова не давали!»*, *«Молчи и слушай»*, *«Закрой рот»* и т. д.).

Целью такого речевого поведения является, как правило, либо прекращение коммуникации, либо превращение диалогического общения в монологическое. В том случае, если речевой партнер сдает коммуникативную площадку без боя, диалог превращается в монолог. Однако такое развитие коммуникации – редкость. Обычно речевой партнер оказывает сопротивление, и коммуникация развивается по конфликтному сценарию, причем, фаза конфликтного общения может быть короткой (ср.: *«Я в таком тоне разговаривать не буду»*), а может быть весьма продолжительной. При возникновении конфликта адресант стремится разрешить этот конфликт, морально подавив адресата. «Если ему эта победа удастся, конфликт разрешается для адресанта, но никоим образом – для адресата. Более того, будучи разрешенным с одного конца – адресанта – конфликт даже усиливается с другого конца, конца адресата. В результате борьба на следующем этапе нередко, так сказать, просто меняет знаки и вспыхивает снова, порой усиливаясь» [Жельвис 1997, 62].

Итак, если с психологической точки зрения цель агрессивного речевого поведения в межличностной коммуникации – это желание оскорбить, унижить речевого партнера, то с точки зрения коммуникативно-прагматических установок адресанта – это стремление изменить протекание процесса коммуникации за счет ущемления «коммуникативных прав» речевого партнера и создать не предусмотренный речевой ситуацией коммуникативный дисбаланс.

ДЕФОРМАЦИЯ РЕЧЕВОГО ПРОСТРАНСТВА В ПУБЛИЧНОМ ДИСКУРСЕ

Крайние формы проявления речевой агрессии (инвектива, прямое вычеркивание собеседника и др.) не могут быть использованы в тех видах дискурса, где принципиально важными являются следующие параметры:

а) участники коммуникации объективно равны по социальному и образовательному статусу;

б) дискурсные конвенции предполагают равное речевое участие всех коммуникантов;

в) конвенциональные рамки предписывают соблюдение этики общения;

г) характер дискурса требует, чтобы языковые и речевые параметры высказывания соответствовали литературной норме в широком смысле, т.е. чтобы аудитория могла понять адресанта.

Эти параметры значимы прежде всего для публичного диалога, например, для дискуссии в СМИ, в научном дискурсе и т. д. Поэтому здесь речевая агрессия представлена в иных формах речевого поведения.

Несмотря на то, что условия данного дискурса предполагают последовательную передачу речевых ходов, стремление захватить речевое пространство, оттеснив оппонента (или оппонентов) с коммуникативной площадки, проявляется в публичном диалоге в самых различных формах и осуществляется самыми различными способами. Здесь мы наблюдаем своего рода перенос прагматических моделей речевого поведения из сферы спонтанного бытового общения в сферу публичной коммуникации, т. е. данный тип коммуникативного поведения и конкретные способы его речевого воплощения не соответствуют коммуникативным конвенциям публичного дискурса.

В публичной коммуникации, как известно, есть массовый или множественный адресат (слушатели, зрители). Адресант путем агрессивного речевого поведения стремится создать коммуникативный дисбаланс (коммуникативное неравноправие), который, в свою очередь, призван

обеспечить возможность речевого воздействия на массового (множественного) адресата.

Для достижения коммуникативного дисбаланса в публичном дискурсе есть два пути: во-первых, продекларировать в речи коммуникативную несостоятельность речевого партнера путем прямой или косвенной дискредитации его высказывания вплоть до полного информативного и, как следствие, коммуникативного «обнуления» (смысловые способы); во-вторых, продемонстрировать несостоятельность оппонента, нарушая диалогические конвенции (структурно-смысловые способы).

Смысловые способы нарушения диалогического процесса

Одним из самых распространенных смысловых способов создания коммуникативного дисбаланса в публичном дискурсе служит эксплицитное или имплицитное **указание на профессиональную некомпетентность** речевого партнера. Если в публичном диалоге предполагается обсуждение проблемы «на равных», на уровне, понятном массовой аудитории, то «фактор профессионала» может служить основанием для создания асимметричности коммуникации. С точки зрения информативности включение в высказывание указания на должность или профессию адресата или адресанта является уместным только в ситуации представления или самопредставления. Во всех иных случаях, с прагматической точки зрения, это нарушение максимы количества, по Г. П. Грайсу [Грайс 1985].

В большинстве случаев такое избыточное обозначение профессии или должности адресата или адресанта является сигналом реализации имплицитной коммуникативной установки адресанта на речевое доминирование. В зависимости от коммуникативной интенции адресанта указание на должность и профессию может работать как на повышение, так и на понижение статуса коммуникантов.

При отнесенности к адресанту высказывания (я-дейксис) обозначение должности или профессии выступает как способ повышения

коммуникативного статуса, т. е. подчеркивание профессионального неравенства может осуществляться через стратегию самопрезентации. В этом случае чаще всего указание на профессию или должность (в широком смысле – на род деятельности) употребляется в составе метатекстового ввода и направлено на верификацию пропозициональной части высказывания. Авторитетность суждения акцентируется в данных высказываниях путем дополнительных указаний на сферу профессиональных интересов. Например: *Я специально изучал проблему детской преступности* (подразумевается, что оппонент в этом вопросе – дилетант). В качестве коммуникативного приема, актуализирующего представление о профессиональной компетентности адресанта, может использоваться апелляция к собственному профессиональному опыту (*Я двадцать лет проработал ректором университета, а вы мне рассказываете о системе высшего образования*).

Презентация собственной профессиональной компетентности может осуществляться адресантом при помощи такого риторического приема, как астеизм – «комплимент самому себе, сделанный с точностью “до наоборот”» [Клюев 2001, 213]. Например: *Я простой доктор наук, для меня Ваша концепция не совсем понятна*. Прозрачность астеизма достигается за счет того, что в апперцепционной базе массового адресата существует знание о реальном уровне профессиональной компетенции адресанта. Механизм коммуникативного воздействия здесь в принципе тот же, что и при ссылке на авторитет. В данном случае в качестве такого авторитета выступает сам адресант.

Создание асимметрии при профессионально-непрофессиональном публичном общении нередко достигается через кодовый конфликт: через разницу кодов адресант сознательно стремится к тому, чтобы собеседник его не понимал и не мог возразить, такое речевое поведение следует квалифицировать как имплицитное «лишение слова». В качестве языковых средств могут быть использованы узкоспециальная терминология, малоизвестные заимствования, жаргон, переход на другой язык, которым

владеют не все коммуниканты (при общении нескольких человек), и т. д.

«Фактор профессионала» как основа агрессивного речевого поведения нередко реализуется как прямое указание на то, что адресат высказывания не является профессионалом в той или иной области. (*Вы режиссер, а не юрист; вы писатель, а не ученый*).

Негативное отношение к профессиональной компетентности адресата может реализовываться через использование в высказывании провокационных вопросов, иронического назидания равному по статусу собеседнику, цитат или аллюзий как отсылок к текстам, не авторитетным для серьезной интеллектуальной дискуссии (рекламе, анекдоту, детской литературе и т. п.): *Про работу милиции Вы знаете **по детективам***.

Высказывания, направленные на понижение профессионального статуса оппонента, часто строятся по принципу оценочного контраста: высокая оценка оппонента как профессионала контрастирует с низкой оценкой его позиции (высказывания, суждения): *Вы **декан** факультета, а рассуждаете, как студент-первокурсник*.

Прямая или косвенная презентация собственной профессиональной компетентности есть не что иное, как стремление перевести обсуждение проблемы на уровень «профессионал – дилетант», где приоритетное право на речь, конечно же, у профессионала.

Другим распространенным основанием для установления коммуникативного дисбаланса является **фактор коммуникативной компетентности**. Оценочные характеристики чужого высказывания – это фактически оценка коммуникативной компетентности речевого партнера. Негативная оценка высказываний речевого партнера направлена, во-первых, на захват коммуникативной инициативы, во-вторых – на дискредитацию коммуникативной компетенции оппонента и содержательную девальвацию его высказываний.

Применительно к публичному дискурсу по аналогии с известным термином *коммуникативное самоубийство* можно ввести понятие

коммуникативное киллерство – смысловое уничтожение высказываний речевого партнера.

Одним из распространенных способов сведения к нулю предшествующей информации является оценка высказывания оппонента с точки зрения его значимости: *это не стоит внимания, это к делу не относится* и т. д. Коммуникативная некомпетентность речевого партнера может манифестироваться, во-первых, через указание на то, что реплика оппонента не соответствует жанру данного дискурса: *это лозунги; вы не на митинге; здесь вам не комсомольское собрание* и т. д.; во-вторых, через негативную оценку собственно лингвистических параметров высказывания: *вы слишком витиевато выражаетесь, вы выбрали неподходящее слово, вы неправильно объяснили термин, такого толкования нет в словарях русского языка* и т. д.

Такого рода «лингвистические» претензии адресанта призваны дискредитировать содержательную сторону высказывания оппонента: если то, что сказано, неправильно по форме, то неубедительно и по содержанию.

Приемом, уменьшающим эффективность чужого сообщения, является прием замены, при котором «опровержение строится на основании акцентуирования других блоков схемы коммуникации (типа отсылки «сам дурак», когда сомнению подвергается не сообщение, а сам говорящий)» [Почепцов 2002, 50]. В том случае, когда коммуникативной целью адресанта является не просто дискредитация оппонента, но и перехват коммуникативной инициативы, адресант устанавливает причинно-следственную связь между оценкой личности адресата и оценкой его высказывания: «*N – беспринципный человек, поэтому он говорит это*» или «*N говорит это, потому что он беспринципный человек*».

В тех типах дискурса, где предусмотрено равноправное общение, сам факт такой оценки есть нарушение дискурсных конвенций. Еще одной формой коммуникативного киллерства является **негативная истинностная оценка** реплики оппонента. Негативная истинностная оценка

предшествующего высказывания может быть дана путем указания на умышленную ложь: *Вы вводите людей в заблуждение, это неправда (ложь, дезинформация обман и т. п.)*; на абсурдность, глупость сообщения: *Все, что вы сказали, – чушь, (ахинея, бред, демагогия и др.)*. Экспрессивность может усиливаться за счет употребления просторечных фразеологизмов: *Не надо нам лапшу на уши вешать (мозги пудрить)*, метафор, указывающих на отношение содержания высказывания к действительности: *Все, что вы говорите – это миф (сказки, страшилки, фантастика и т. д.)*. Негативная истинностная оценка высказывания оппонента может быть опосредована обозначением эмоционального состояния самого адресанта. Средством выражения такого состояния чаще всего являются такие глаголы аффективного воздействия, как *удивляться, потрясаться, изумляться*, соответствующие отглагольные прилагательные, их фразеологические эквиваленты: *Я удивлена (потрясена, шокирована и т.п.) тем, что говорит мой оппонент*.

Негативная истинностная оценка предшествующего высказывания позволяет создавать коммуникативный дисбаланс сразу по нескольким направлениям. Во-первых, это информационное «обнуление»: указание на ложность информации уничтожает ее для массового адресата, переключая его внимание на информацию адресанта. Во-вторых, даже если недостоверная информация в предшествующем высказывании не представлена адресантом как намеренная ложь, указание на то, что эта информация не соответствует действительности, является косвенным указанием на некомпетентность оппонента. В-третьих, если негативная истинностная оценка прямо или косвенно содержит указание на заведомую ложь, то такая оценка выполняет и функцию личностной оценки оппонента, дискредитируя его в глазах массового адресата.

Одним из распространенных способов имплицитного выражения негативного отношения к речевому партнеру является отказ от идентифицирующей номинации – **«обезличивание оппонента»**. Если

дискурсные конвенции обязательно предполагают ситуацию представления (или самопредставления) участников коммуникации, но при этом адресант не использует для номинации оппонента имя собственное (фамилию или имя и отчество), то это входит в его коммуникативные намерения. В публичном дискурсе такие номинации могут быть различными: 1) обозначение по половому признаку (*дама, женщина*): *Мадам, вы ошибаетесь...* ; 2) по возрастному признаку: *Наш юный друг, очевидно, не знает...* 3) по профессиональному признаку: *Я хочу возразить господину депутату...*; 4) обобщенные номинации (замена личного именованного на название той организации или сообщества, которое представляет оппонент): *Церковь нам тут пыталась объяснить, зачем это нужно...* и т. д.

Ю. М. Лотман отмечал, что пользование именами собственными связано прежде всего с выделением индивидуальности, «самобытности» отдельной личности как основы ее ценности для «другого» и «других». «Я» и «другой» – две стороны единого акта самосознания и невозможны друг без друга» [Лотман 1992, 54]. Следовательно, намеренный отказ от «идентификации» речевого партнера – это своего рода демонстративное понижение его значимости. Использование таких номинаций сопровождается, как правило, акцентированной сменой адресации. Употребление высказываний с *он*-дейксисом по отношению к оппоненту является не только нарушением режима диалога, но и нарушением этики. Использование *он*-дейксиса по отношению к присутствующему оппоненту означает не просто смену адресации (апелляция к публике), но и является сигналом того, что говорящий намеренно игнорирует своего фактического адресата, нарушая тем самым нормы коммуникации. Таким образом говорящий стремится к максимальному дистанцированию от оппонента, к понижению его статуса в глазах публики. И то и другое рассчитано на один и тот же перлокутивный эффект – подорвать доверие к точке зрения оппонента.

Таким образом, смысловые способы создания коммуникативного дисбаланса можно свести к ряду обобщенных импликатур. По мнению говорящего, речевой партнер не имеет «права на речь», т. к. он:

- а) профессионально некомпетентен;
- б) не обладает достаточной коммуникативной компетентностью;
- в) сообщает неистинную информацию;
- г) не обладает должным авторитетом и потому не имеет права на идентифицирующее обозначение.

В публичном дискурсе, где предусмотрено равенство коммуникантов, трансляция этих смыслов как речевому партнеру, так и массовому (множественному) адресату является нарушением дискурсных конвенций.

Структурно-смысловые способы нарушения диалогического процесса

М. М. Бахтин называет «смену речевых субъектов» первой конститутивной особенностью высказывания как единицы общения, отличающей его от единиц языка. Внутренней стороной смены речевых субъектов он считает завершенность высказывания. Высказывание завершено, когда речевой партнер может «занять в отношении него ответную позицию» [Бахтин 1979, 254–256]. В представлении М. М. Бахтина, смена речевых субъектов в диалоге – это процесс взаимодействия участников общения. Следовательно, более или менее последовательная мена коммуникативных ролей говорящего и слушающего является одним из основных условий нормального протекания диалогической коммуникации. По этой причине перебивание и перехват речевого хода расцениваются как нарушение коммуникативной этики, проявление неуважения к речевому партнеру⁶. Нарушение последовательной мены коммуникативных ролей (перебивы) гораздо в большей степени свойственны тем стадиям

⁶ Определенное исключение составляет общение в дружеском кругу, которому свойствен так называемый «конверсационный стиль». Это общение характеризуется высоким уровнем взаимопонимания и коммуникативного взаимодействия. В рамках такого общения структурные нарушения диалогического процесса воспринимаются как кооперативные речевые действия, благодаря общему положительному настрою процесса общения [Tannen 1984].

коммуникации, которые характеризуются расхождением точек зрения участников коммуникации. При несовпадении позиций коммуникантов перебивание, как правило, «маркирует содержательно значимые отрезки дискурса в аргументации противника» [Gruber 1996, s. 61]. Прерывание как попытка совершить свой речевой вклад в точку, не являющейся точкой потенциального перехода коммуникативных ролей, обусловлено установкой на захват речевого пространства. Борьба за коммуникативную инициативу реализуется в этом случае как речевая интервенция. Перехват речевого хода обусловлен намерением сбить программу коммуникации и тем самым получить коммуникативное преимущество. Данное коммуникативное намерение реализуется как на структурном, так и на смысловом уровне. Содержание интервентного высказывания эксплицирует двойную интенцию адресанта: во-первых, выразить прямо или косвенно отношение к адресату, во-вторых, реструктурировать диалог, захватив в нем «место под солнцем». Например: *Объясните, что вы имели в виду?* – интервентная реплика: *Я объясню, что имел в виду господин N!*

Другим распространенным структурно-смысловым способом нарушения коммуникативного баланса является некорректное использование вопросительных конструкций. Вопрос, как известно, – это речевой акт, целью которого является получение информации. При корректном речепроизводстве именно вопрос в диалоге обеспечивает развитие коммуникации, т. к. требует обязательной ответной реплики речевого партнера. Почти рефлекторное реагирование на вопросительную интонацию позволяет использовать вопрос как средство речевой провокации, которая приводит к коммуникативному сбою и способствует созданию коммуникативного дисбаланса.

Таким некорректным провокационным приемом являются так называемые «школьные» вопросы. Это неожиданные вопросы, которые вынуждают оппонента демонстрировать эрудицию, но к которым он совершенно не готов. Коварство «школьных» вопросов заключается в том,

что при явной простоте и очевидности ответа они «вбрасываются» в диалог вне видимой связи с текущими репликами и потому ставят адресата в тупик (*Сколько штатов в США? А вы знаете, кто такой Державин?* и т. п.). В немалой степени этому способствует насмешливый тон говорящего. «Школьные» вопросы и по форме и по содержанию, с одной стороны, сбивают адресата, вынуждая его быстро переключаться на другую тему, с другой – ставят его в подчиненное положение по отношению к оппоненту, что явно противоречит условиям данного дискурса.

Не менее активно используются для создания коммуникативного дисбаланса и риторические вопросы. Риторический вопрос как вопрос по форме и утверждение по содержанию в монологической речи используется как средство активизации внимания слушателей. Диалогическая речь, как правило, не требует специальных средств активизации внимания речевых партнеров (особенно, если это реплицирующий диалог). Внешне нормальное протекание коммуникативного акта обеспечивается чередованием коммуникативных ролей адресата и адресанта. Из этого следует, что риторический вопрос как вопрос, который не требует ответа, или как вопрос, ответ на который всем известен, диалогической коммуникации не свойствен. Если реплика адресанта завершается риторическим вопросом, обращенным к речевому партнеру, создается своего рода коммуникативная ловушка: оппонент, как правило, не успевает адекватно среагировать на противоречие между формой и содержанием последнего высказывания и пытается ответить на риторический вопрос, что неизбежно влечет за собой сбой в коммуникации. Таким образом, в публичной диалогической коммуникации риторический вопрос является средством нарушения структурно-смыслового режима диалога.

Структурно-смысловым способом создания коммуникативного дисбаланса является также демонстративный отказ от коммуникации – высказывания, в которых говорящий декларирует свое нежелание продолжать общение (или вступать в общение). Демонстративный отказ от

коммуникации – это либо отказ от создания общего коммуникативного (речевого) пространства (на начальном этапе коммуникации), либо уничтожение в одностороннем порядке уже созданного общего коммуникативного пространства. Если в межличностной непубличной коммуникации отказ от коммуникации имеет цель прекратить общение, то в публичном диалоге он, как правило, не означает желание адресанта выйти из дискурса. Прагматические клише, эксплицирующие отказ от коммуникации (*не буду говорить, не буду комментировать, не хочу отвечать на вопрос и т. п.*), сопровождаются комментарием, который прямо или косвенно содержит либо негативную оценку адресата, либо негативную оценку его высказывания: *Я не буду отвечать на **провокационные** вопросы; я не хочу комментировать **столь безответственные** высказывания.* Этот факт свидетельствует о том, что истинная цель использования данного приема в публичной коммуникации – этическая или коммуникативная дискредитация оппонента в глазах массового (множественного) адресата.

В публичном диалоге при вторжении в речевое пространство адресата говорящий преследует разные коммуникативные цели по отношению к непосредственному адресату (речевому партнеру) и по отношению к опосредованному адресату – множественному или массовому (зрители, слушатели). В первом случае – это стремление к речевому доминированию, во втором – дискредитация оппонента в глазах массового адресата, что позволяет обеспечить возможность речевого воздействия на максимально широкую аудиторию. При установке на речевую агрессию дискуссия перерастает в спор, при котором все средства хороши. Агональный диалог, с одной стороны, повышает «зрелищность» дискурса, подогревает интерес к процессу коммуникации, с другой – отвлекает от сути обсуждаемой проблемы. Для массового (множественного) адресата становится важнее «кто кого». Следовательно, деформация речевого пространства непосредственного адресата (оппонента) влечет за собой деформацию

коммуникативного пространства опосредованного адресата (слушателей, зрителей).

2.4. Речевая агрессия как деформация аксиологического пространства

Как известно, одной из особенностей высказывания является его способность выражать позицию говорящего в конкретной ситуации речевого общения. По М. М. Бахтину, композицию и стиль высказывания определяет не только предметно-смысловое содержание высказывания, но и «субъективное эмоционально оценивающее отношение говорящего» к предмету речи [Бахтин 1979, 263–264]. Слово проникается экспрессией говорящего постольку, поскольку он имеет «с ним дело в определенной ситуации, с определенным речевым намерением» [Там же, 268]. Когда одной из прагматических установок адресанта экспрессивного высказывания является выражение негативного отношения к адресату или предмету речи (референту высказывания), можно говорить об агрессивном речевом поведении.

Если объект агрессии находится вне коммуникации (не является непосредственным участником общения), то адресант может выразить свое отношение к нему прежде всего посредством оценочного высказывания.

Оценочные высказывания адресанта как проявление агрессивного речевого поведения реализуют осознанную прагматическую цель – подчинить оценочные (аксиологические) установки адресата собственным коммуникативным интересам. Как уже отмечалось, коммуникативное пространство представляет собой зону реальных и потенциальных контактов каждого из участников коммуникации с точки зрения говорящего (адресанта). Эта зона в значительной степени определяется оценочными (ценностными) установками адресата. Стремление говорящего (адресанта) навязать адресату посредством деструктивных форм речевого поведения негативное отношение к предмету речи (к референту) есть не что иное, как вторжение в его аксиологическое пространство.

Такое речевое поведение имеет особый коммуникативно-прагматический смысл, потому что в данном случае говорящий исходит из того, что референт высказывания является для адресата потенциальным коммуникативным партнером (в широком смысле). Именно поэтому в качестве референта таких агрессивных высказываний выступает конкретное лицо (персонифицированный объект) или группа лиц, объединенных по какому-либо признаку (множественный, но в принципе исчисляемый объект). Следовательно, можно говорить о прямой и косвенной адресации такого агрессивного высказывания. По отношению к референту как к косвенному адресату речевая агрессия проявляется как дискредитация. По отношению к прямому адресату навязывание негативного отношения к референту является способом негативизирующего воздействия.

Навязывание оценки как деструктивная форма речевого поведения распространено, например, в рекламном, в политическом агитационном дискурсе и т. д. В данном случае естественно возникает вопрос: можно ли ставить знак равенства между навязыванием оценки как деструктивной формой речевого поведения и речевой агрессией как вторжением в аксиологическое пространство? Как нам представляется, стремление адресанта навязать ту или иную оценку не всегда может рассматриваться как речевая агрессия.

В принципе, навязываться может как отрицательная, так и положительная оценка. Однако только при навязывании отрицательной оценки целевой установкой адресанта является инициирование реального или потенциального коммуникативного конфликта между объектом речевой агрессии (референтом высказывания) и адресатом. Если адресант, давая положительную оценку референту высказывания, использует некооперативные формы речевого поведения, в его задачу все равно никоим образом не может входить дисгармонизация коммуникативных отношений между предметом речи (референтом высказывания) и адресатом. Образцы такого речевого поведения широко представлены, например, в агитационном

дискурсе или в рекламе. В этом случае психологическое раздражение у адресата может возникнуть лишь от осознания несоответствия формы и содержания высказывания или вследствие недоверия к речевому жанру как таковому.

Речевая агрессия как разновидность речевого поведения, коммуникативной перспективой которого является эскалация конфликта и деформация коммуникативного пространства, подразумевает намеренное негативизирующее воздействие. Следовательно, о вторжении в аксиологическое пространство адресата можно говорить только в связи с отрицательной оценкой.

Если объектом оценки как таковой может быть любой предмет, то объектом данного типа речевой агрессии является лицо или группа лиц. Отсюда – двунаправленность речевого воздействия: непосредственное (на адресата-собеседника) и опосредованное (на косвенного адресата – референта высказывания).

Навязывание оценки как тип речевого поведения может использоваться в принципе по отношению к любому объекту, независимо от того, известен или неизвестен он адресату, интересен или неинтересен он ему. Ярким примером может служить все та же реклама. О речевой агрессии можно говорить лишь тогда, когда предмет речи – лицо, или группа лиц – не просто известны адресату (включены в апперцепционную базу), но входят в сферу его жизненных интересов. Например, в публичном дискурсе таковыми можно считать людей или группы людей, чья деятельность играет важную роль в различных сферах общественной жизни (политике, экономике, культуре). Следовательно, такие объекты, так или иначе, уже находятся в аксиологической сфере коммуникативного пространства адресата: они не просто нравятся или не нравятся адресату – они выступают как его реальные или потенциальные коммуникативные партнеры.

Целевая установка аксиологической дестабилизации коммуникативного пространства – разрушение коммуникативной

перспективы между адресатом и предметом речи. Вторгаясь в сферу потенциальных коммуникативных контактов адресата, адресант фактически стремится сузить его коммуникативное пространство. Одновременно происходит и опосредованное сужение коммуникативного пространства косвенного адресата, являющегося референтом высказывания. Например, дискредитация известного политика, деятеля науки или культуры снижает авторитетность его дискурса и фактически вычеркивает его из процесса публичной коммуникации, тогда как, например, попытка дискредитировать английскую королеву в глазах российского обывателя заведомо не повлечет за собой никаких коммуникативных последствий ни для той, ни для другой стороны. Обратим внимание на то, что при индуцировании положительной оценки такого сужения коммуникативного пространства не происходит. Наоборот, даже самый навязчивый с точки зрения форм речевого поведения дискурс, позитивно оценивающий предмет речи (например, агитационный дискурс «за кандидата N»), фактически направлен на расширение коммуникативного пространства адресата, поскольку целеустановкой такого дискурса является перспектива прямого или опосредованного контакта с референтом высказывания.

Перлокутивный эффект речевой агрессии, направленной на изменение аксиологических установок адресата, зависит от характера адресации и установки адресата. Здесь возможны три варианта:

- 1) если адресат разделяет негативное отношение адресанта к объекту агрессии, речевое поведение адресанта усиливает этот негатив, активизирует его собственную агрессию;
- 2) если адресат относится индифферентно к объекту агрессии, то в зависимости от конкретной ситуации и степени авторитетности адресанта, он может либо поменять свое отношение на негативное (достижение искомого перлокутивного эффекта), либо остаться при своем мнении (коммуникативный нуль);

3) если адресат положительно относится к объекту агрессии, то, скорее всего, его собственный агрессивный вектор обратится на субъект агрессии, т. е. на адресанта (коммуникативная неудача).

Выражение конкретным адресантом негативного, агрессивного отношения к такому объекту определяется ситуацией, или, например, темой общения, поэтому в ситуации массовой адресации (гетерогенная аудитория) при возможности всех трех сценариев воздействия негативная равнодействующая по отношению к такому объекту агрессии, как правило, не создается, следовательно, перлокутивный эффект агрессивного воздействия может быть достигнут только на уровне индивидуального или группового сознания.

Коммуникативная цель агрессивных высказываний в рассматриваемых ситуациях – «вербовка союзников», т. е. стремление индуцировать у адресата негативное отношение к объекту высказывания. Естественно возникает вопрос: можно ли ставить знак равенства между любым высказыванием, содержащим негативную оценку предмета речи, и речевой агрессией?

Как известно, с позиций прагматики, оценочные высказывания предназначены в первую очередь для воздействия на адресата. Важнейшей особенностью оценки является то, что в ней всегда присутствует субъективный фактор, взаимодействующий с объективным. [Вольф 2002, 22]. Соотношение субъективного и объективного начала в оценочном высказывании может быть различным. Это зависит от объекта оценки, шкалы ценностей, принятых в данном социуме, конкретной речевой ситуации. Этим, по мнению Е. М. Вольф, определяется тот факт, что субъект оценки не всегда равен субъекту речи. «Оценка может быть высказана от одного определенного лица (индивидуальная оценка), или от «общего мнения», т. е. совокупности лиц, образующих некий социум с общими стереотипами, а также представлена как не имеющая субъекта и истинная в «реальном мире» [Вольф 2002, 69]. Сознательное нивелирование субъективного начала в оценочных высказываниях обеспечивает категоричность негативной оценки

и имеет вполне прагматическую цель. Преподнося собственную оценку как «общее мнение» или как непреложную истину, говорящий тем самым обеспечивает необходимое речевое воздействие на адресата.

В идеале оценочные высказывания (оценка-мнение, оценка-предположение) всегда нуждаются в мотивировке [Арутюнова 1999; Дмитровская 2003]. Отрицательная оценка – это маркированный член оценочной оппозиции, именно поэтому она в большей степени, чем положительная, требует конкретизации и экспликации [Арутюнова 1999]. Необходимость мотивировок обусловлена еще и тем, что в них находят отражение критерии оценки. Таким образом, если оценка намеренно не мотивируется, адресант не предоставляет возможность адресату опровергнуть эту оценку, т. е. оценка преподносится как бесспорная. Дискредитация объекта агрессии производится в таких формах, при которых субъективная негативная оценка представляется как бесспорная и всеобщая, как истинная в «реальном мире». Следовательно, негативное оценочное высказывание как элемент деструктивного речевого поведения (речевой агрессии) характеризуется, во-первых, категоричностью оценки (индивидуальная оценка дается как всеобщая); во-вторых, ее аксиоматичностью (негативная оценка не предполагает мотивировки).

Данный тип речевой агрессии может быть реализован как в межличностной, так и в публичной коммуникации. Упрощенно схема такого речевого поведения выглядит следующим образом: *А сообщает В негативную информацию о С, чтобы разрушить реальное или потенциальное общение В и С.* При этом в межличностной коммуникации (например, в бытовом дискурсе) адресант чаще всего использует открытые речевые стратегии и выражает негативную оценку эксплицитно. В публичном дискурсе, как в письменном, так и в устном, негативизирующее воздействие на адресата осуществляется, как правило, более сложным путем. В письменном дискурсе стратегия дискредитации разворачивается как ряд последовательных речевых действий, требующих от адресата пошагового

осмысления [Иссерс 2003]. В устном публичном дискурсе специфика отбора и организации языковых и речевых средств, стилистических и риторических приемов для выражения негативного отношения к предмету речи обуславливается тем, что устный публичный дискурс, как правило, жестко регламентирован, т. е. у говорящего нет времени для развернутых высказываний, поэтому выражение негативной оценки должно быть сконцентрировано в сравнительно небольшом речевом материале. Кроме того, языковая и речевая специфика оценочных высказываний как в устном, так и в письменном публичном дискурсе определяется стремлением автора избежать прямолинейного выражения оценки, поскольку это снижает эффективность воздействия на массового адресата [Клушина 2008]. Именно поэтому в публичной коммуникации аксиоматичность негативной оценки чаще всего достигается за счет такой организации языковых и речевых средств, такого использования стилистических и риторических приемов, которые требуют «когнитивного вычисления» [Демьянков 1994, 23] оценочной имплицатуры путем логического вывода, соотнесения с известными адресату фактами и событиями и т. д. В результате таких когнитивных процедур у адресата создается иллюзия самостоятельного вывода оценки. А это, как известно, «один из продуктивных способов внедрения новых знаний в модель мира реципиента» [Иссерс 2003, 162]. Этот общий принцип в значительной степени объясняет разнородность способов создания негативной оценки в публичном дискурсе, невозможность подвести ее под некое общее основание.

Наиболее распространенным способом выражения немотивированной категоричной оценки являются ярлыки-аллюзии. Воспроизводимость ярлыка обуславливает негативное восприятие объекта оценки как такового: ярлык актуализируется в сознании носителей языка как некая оценочная аксиома (В. В. Жириновский – клоун, К. Собчак – девочка-скандал и т. д.).

Негативная оценка в публичном дискурсе может быть выражена также при помощи интертекстуальных единиц. Посредством обращения к текстам,

обладающим низким культурным статусом (реклама, анекдот, шлягер и т. п.), достигается двойной воздействующий эффект: негативная оценка дается, во-первых, на уровне содержания, во-вторых, через низкий статус текста. Например: *Н гибо колеблется вместе с генеральной линией партии.*

В принципе немотивированная категоричная оценка может создаваться при помощи любых риторических (стилистических) приемов: иронии, градации, антитезы и т. д. Все разнообразие способов создания негативной оценки объединяется определенной прагматической задачей: сделать объект негативного отношения адресанта (референт высказывания) объектом негативного отношения адресата.

2.5. Речевая агрессия как деформация когнитивного пространства

Речевая агрессия как негативизирующее речевое поведение, реализующееся в деструктивных формах, может быть направлена не только на разбалансирование процесса межличностной коммуникации или изменение оценки конкретного референта, но и на изменение представления о том или ином объекте. Специфика данного типа речевой агрессии заключается в том, что отдельный адресант, выражая прямо или косвенно негативное отношение к предмету речи, выбирает его обозначение, руководствуясь в первую очередь задачами максимального негативизирующего воздействия, не учитывая или сознательно игнорируя негативизацию стоящего за данным словом концепта⁷.

Речевая агрессия как вторжение в когнитивное пространство адресата может быть связана с актуализацией одного из компонентов смысловой структуры концепта, с привнесением нового содержания в его структуру, с изменением соотношения смысловых компонентов (подробнее см.: [Вепрева 2002, 210–288]).

⁷ В данном исследовании мы рассматриваем концепт как ментальную сущность, оперативную единицу сознания, представленную в значениях языковых единиц [Кубрякова 1996, 90].

На уровне индивидуального высказывания такая речевая агрессия осуществляется, как правило, двумя путями. Во-первых, это может быть актуализация негативно-оценочного значения, находящегося на периферии концептуального поля. Например: «Для блондинок это слишком сложно». Как известно, в современном бытовом речеупотреблении слово *блондинка* наряду с основным, общеизвестным значением *женщина со светлыми волосами* получает значение *недалекая, легкомысленная женщина (девушка)*. Смысловой сдвиг (оценка интеллектуальных способностей по цвету волос) усиливает негативизирующее воздействие, т. к. основан на приеме расширения: *все блондинки глупые*.

Во-вторых, негативизирующее воздействие на адресата может достигаться за счет контекстуального окружения, которое привносит отрицательную оценку в соответствующий концепт: «Женщина за рулем – все равно что обезьяна с гранатой!».

Как видим, в основе такого негативизирующего воздействия обычно лежат так называемые универсальные высказывания, которые не подлежат верификации [Поппер 2004], а потому, с точки зрения психологов, обладают особой воздействующей силой. В зависимости от ряда факторов, например, от кратности воздействия, авторитетности адресанта и т. п., такого рода высказывания способны изменить оценку целого класса объектов, стоящих за данным концептом⁸. На уровне межличностной коммуникации подобные высказывания не приводят к реструктуризации концепта. Даже вследствие весьма активного употребления такого рода высказываний вряд ли можно предположить, что ядерную зону концепта *блондинка* будет составлять значение *недалекая, легкомысленная женщина (девушка)*, а концепта *женщина* – значение *лицо, не способное управлять автомобилем*.

Однако «речевое общение есть тотальный процесс, который... функционирует как в пределах отдельных индивидуальных речевых актов,

⁸ Примером может служить ситуация, описанная во многих популярных пособиях по психологии: если мать регулярно в той или иной форме внушает дочери, что «все мужчины – подлецы», то личная жизнь дочери вряд ли будет счастливой.

так и в масштабе всего общества... Если в индивидуальном коммуникативном акте достигаются ограниченные цели взаимопонимания партнеров по определенному конкретному объекту (духовному или физическому), то в рамках общества устанавливается взаимопонимание относительно использования, вообще говоря, закономерностей материального мира» [Колшанский 1984, 148].

Реструктуризация концепта происходит в коллективном когнитивном пространстве. По определению В. В. Красных, коллективное когнитивное пространство – это определенным образом структурированная совокупность знаний и представлений, которыми обладают все представители того или иного социума [Красных 2001, 164].

Концепт как ментальный комплекс знаний и представлений о той или иной реалии может претерпевать изменения в коллективном когнитивном пространстве только при наличии ряда факторов.

1. Для того чтобы воздействовать на коллективное сознание (а речь в данном случае идет о самой широкой адресации), необходимо большое количество дискурсов и множество адресантов, поскольку «индивидуальное культурно-лингвистическое представление, оставаясь самим собой, испытывает действие общепринятого, но в то же время может оказывать на него влияние и приводить **(при поддержке других)** [выделено нами. – Т. В.] к известным модификациям общепринятых в социуме культурно-языковых понятий» [Воробьев 1997, 74–75]. Своеобразным «проводником» таких модификаций является, в первую очередь, публичный дискурс.

2. Такие изменения тесно связаны с экстралингвистической ситуацией. Известно, что концептуальные изменения особенно активно происходят на поворотных этапах развития общества [Воробьев 1997, 78; Вепрева 2002].

3. Как правило, таким изменениям подвергаются концепты, наиболее актуальные для данного общества в данный период.

4. Изменениям в первую очередь подвергаются концепты, не обладающие конкретным содержанием и жесткой структурой (например, *демократия, реформа* и др.).

Речевая агрессия как вторжение в когнитивное пространство возможна только при наличии всех этих факторов. «Реконструкция концепта»: изменение содержания или перестройка смысловой структуры концепта [Демьянков 2001, 43–45; Вепрева 2002, 244–288] порождает «постоянные семантические сдвиги», которые, как замечает Д. Х. Хаймс, «едва ли можно объяснить иначе, чем каким-то сдвигом в когнитивной ориентации» [Хаймс 1975, 234].

Привнесение в структуру концепта нового значения или актуализация одного из его смысловых компонентов при определенных условиях может сформировать негативное отношение к таким объектам на уровне массового сознания. Это происходит тогда, когда, во-первых, в публичном дискурсе постоянно и последовательно репрезентируется негативное отношение к данным концептам, во-вторых, в качестве объектов негативного отношения выступают реалии, которые касаются интересов всего социума, т. е. социально значимые концепты. (Можно обозначить их рабочим термином «социумные объекты».)

Наличие таких объектов негативного отношения определяется экстралингвистическими факторами: установкой на определенную идеологию, политической, экономической, культурной ситуацией в обществе. Такие объекты находятся в сфере ключевых интересов всего общества, если они связаны с угрозой безопасности, благополучию, здоровью и т. п.

Чаще всего они представляют собой либо концепт с «размытым» смыслом (например, «террор»), либо концепт, обозначающий некое неисчисляемое множество лиц, объединенных каким-либо признаком («чиновники», «террористы»).

Объективно в общественном сознании могут существовать концепты, в самом содержании которых уже заложено негативное воздействие на адресата (например, «война», «эпидемия» и т. д.), т. е. негативные «оценочные компоненты таких лексем (и обозначаемых ими понятий) константны и всегда передаются при коммуникации» [Паршин 2003]. Активное употребление в публичном дискурсе лексем, репрезентирующих данные концепты, способно усиливать напряжение в обществе. В зависимости от внешних обстоятельств такое воздействие может ослабляться или усиливаться.

То, что язык является весьма действенным инструментом власти, политики, средством пропаганды, является на сегодняшний день уже аксиомой. Этой проблеме посвящено значительное количество исследований [Барт 1994; Блакар 1987; Вайнрих 1987; ван Дейк 1989, 2000; Водак 1997; Купина 1995, 1999; Шейгал 2000 и мн. др.]. Все эти исследования убедительно доказывают, что политика как особое употребление языка характеризуется «не столько стилистикой и словарем, сколько прежде всего особым отношением к реальности» [Золян 1996, 96]. Это особое отношение к реальности определяется, в первую очередь, идеологией. «Идеология представляет собою такую «картину мира» (способ его «изображения»), которая «истолковывает» действительность не с целью ее объективного познания, а с целью сублимирующего оправдания тех или иных групповых интересов. Идеология – это коллективно вырабатываемая ценностно-смысловая сетка, помещенная между индивидом и миром и опосредующая его отношение к этому миру» [Косиков 1994, 280]. В тоталитарном государстве объекты агрессии могут создаваться целенаправленно, в угоду определенным идеологическим установкам. В качестве таких объектов чаще всего выступают концепты, которые Дж. Лакофф называет «спорными», поскольку они имеют в своем составе не подвергаемый сомнению, но недоопределенный центральный концепт, который может расширяться на

основе идеологии [Lakoff G., 1995].¹ Идеологизированные объекты агрессии обычно создаются путем насильственного наведения негативизирующей семы на изначально нейтральное понятие. Происходит своего рода назначение того или иного концепта на роль «отрицательного героя». «В раздражающих ситуациях, которые наилучшим образом вызывают воодушевление и целенаправленно создаются демагогами, прежде всего должна присутствовать угроза высоко почитаемым ценностям. Враг или его муляж могут быть выбраны почти произвольно и – подобно угрожаемому ценностям – могут быть конкретными или абстрактными. «Эти» *евреи, боши, гунны, эксплуататоры, тираны* и т.д. годятся так же, как *мировой капитализм, большевизм* и другие «измы» [Лоренц К., 1994, с. 252].

При создании идеологизированных объектов речевой агрессии негативизирующее воздействие идет «извне». Цель – внушить массовому адресату, что данный объект представляет опасность для всех и каждого, притом что такая опасность на повседневном, бытовом уровне в социуме не ощущается. Например, стремление представить США как главного внешнего врага реализовывалось не столько через идею идеологического противостояния, сколько связывалось с угрозой ядерной войны. С этой же целью создаются алогичные, сильнодействующие номинации, например, «враг народа». В данном случае налицо попытка представить конкретного человека как опасного для всего общества. «Именно государственная языковая политика разрабатывает направления вербальной агрессии, определяет формально-содержательную организацию системы стандартизованных идеологических примитивов, которые легко вводятся в языковое сознание и выступают в качестве операторов коммуникативного взаимодействия во всех сферах языкового существования» [Купина 2001, 236]. Поскольку вопрос о верификации информации в условиях

¹ С. Кара-Мурза считает такие концепты одним из основных средств манипуляции массовым сознанием («слова-амебы») [Кара-Мурза 2002, 84–98]. Данное явление неоднократно изучалось лингвистами, особенно применительно к так называемому тоталитарному языку (подробнее см.: [Васильев 2003]; [Норманн 1994]; [Милославский 1998] и мн. др.).

тоталитарного государства не мог ставиться в принципе, успех таких пропагандистских действий зависел от доверия к источнику сообщения (т. е. к власти и, соответственно, к подконтрольным власти СМИ). Если власть пользуется безграничным доверием, то при помощи пропаганды она не просто воздействует на когнитивное пространство массового адресата, она в значительной степени формирует это когнитивное пространство, создавая в нем в случае необходимости те или иные объекты агрессии.

Если же доверие к источнику информации, т. е. к власти, ослабевает, то ослабевает и влияние на концептосферу массового адресата. Перлокутивный эффект в таком случае проявляется на уровне внешнего поведения общества, не затрагивая при этом общественного сознания как такового (говорим одно, думаем другое). Особенно ярко такое расхождение наблюдалось в тех случаях, когда на роль социумных объектов агрессии «назначались» реалии, работающие на определенную идеологическую программу и никак не затрагивающие интересов общества «здесь и сейчас». Обычный человек действовал по предписанным властью правилам. Горячо осуждая на митингах и собраниях «чилийскую хунту», «израильский сионизм» и т. п., «простой советский человек» вряд ли воспринимал данные объекты как реальную угрозу своей безопасности.

В этой связи применительно к публичному дискурсу периода тоталитарного государства (особенно в 70-е, 80-е годы) в ряде случаев о социумных объектах речевой агрессии можно говорить скорее как о квазиобъектах (псевдообъектах). По мере того, как растет недоверие общества к власти, число таких квазиобъектов увеличивается.

Изменение политической системы ведет, как известно, к изменению структуры и содержания публичного дискурса. Если в тоталитарном государстве идеологизированные объекты фактически создаются в публичном дискурсе (пропагандистские тексты, СМИ, политический дискурс различного характера, официальные тексты и т. д.), то при отсутствии

жесткого контроля над публичным дискурсом имеет место «стихийное» формирование социумных объектов агрессии.

Толчком для появления новых объектов речевой агрессии в социуме служит как некое экстремальное событие, затрагивающее интересы всего общества, так и вполне привычная социально-политическая ситуация, которая по тем или иным причинам не устраивает общество. Любая серьезная общественная проблема требует ответа на вопрос: «Кто виноват?». Объективная масштабность проблемы исключает возможность некой персональной ответственности. В результате установления логической связи между негативными изменениями или событиями в жизни общества и тем объектом, который с той или иной степенью очевидности может быть признан причиной (виновником) существующего положения, возникает необходимость обозначения того, кто представляет опасность для всех и каждого или мешает комфортному существованию всех и каждого. Это должна быть достаточно абстрактная номинация, которая могла бы соответствовать максимальному количеству референтов. «Анонимность значительно облегчает прорывы агрессивности. Наивный человек испытывает чрезвычайно пылкие чувства злобы, ярости по отношению к «этим Иванам», «этим фрицам», «этим жидам», «этим макаронникам»..., – т. е. к соседним народам, клички которых по возможности комбинируются с приставкой «гады» [Лоренц 1994, 260]. Семантические параметры такой номинации определяют, как правило, экстралингвистические условия, однако на выбор номинации влияют также и внутриязыковые факторы: тенденция к универбации, дериватоспособность и т. д. Как правило, данные номинации изначально нейтральны по своим эмоционально-экспрессивным характеристикам. Совпадение экстралингвистических и интерлингвистических факторов приводит к тому, что данное обозначение начинает употребляться во множестве дискурсов (например, СМИ, публичная речь, бытовое общение) в негативном контексте, что приводит к

изменению социальной оценки и, в конечном счете, негативизирует весь концепт, стоящий за данным словом.

Степень прозрачности такого процесса зависит от того, насколько очевидна связь между экстралингвистической ситуацией и номинацией объекта агрессии. Так, например, во время Великой Отечественной войны обозначение *немец* фактически становится тождественным понятию «враг», «фашист». Первоначальное нейтральное значение национальной принадлежности отодвигается на второй план. Под воздействием внешней ситуации в концепт включается новое содержание, которое остается актуальным для определенного периода (Великая Отечественная война и послевоенный период). Не случайно именно в этот период возникает сложное прилагательное «немецко-фашистский». То, что данное прилагательное в указанный период воспринималось совершенно органично, несмотря на абсолютную непродуктивность данной словообразовательной модели (невозможно представить себе, например, такие прилагательные, как русско-экстремистский или чеченско-ваххабистский и т. п.), свидетельствует об указанных смысловых изменениях. Очевидно, что указанные изменения в содержании концепта «немец» произошли стихийно, под воздействием экстралингвистических факторов, а не под влиянием пропаганды.

Гораздо сложнее проследить процесс формирования социумных объектов агрессии, когда причина возникновения негативной ситуации в обществе не столь очевидна. Поэтапно процесс формирования социумных объектов можно представить следующим образом. Экстралингвистические факторы (значимые для всего общества события или обстоятельства) служат основанием для создания значительного количества дискурсов, включающих, в свою очередь, высказывания с негативной модальностью, в которых присутствует данный объект (причем его конкретная референция может быть разной).

Отмечая «громадное значение» оценки в высказывании, рассчитанном на широкую социальную аудиторию [Волошинов 2000а, 439], М. М. Бахтин

(В. Н. Волошинов) писал, что существенные социальные оценки вырастают из общности «окружающего говорящих бытия» [Волошинов 2000, 83–84]. То, что употребление слова в определенном контексте влияет на изменение его статуса в массовом языковом сознании, неоднократно отмечалось во многих лингвистических исследованиях [Булыгина 1997; Клушина 2008 и др.]. «Контекст – мощный механизм формирования нужной оценки у нейтральной номинации. Оценка закладывается не в сему номинации, а эксплицируется в ее словесном окружении... Пейоративное или мелиоративное значение у нейтрального слова развивается через формирование у него заданной коннотации при сохранении нейтральной семы» [Клушина 2008, 108]. Если исходить из того, что «смысл слова всецело определяется контекстом» [Волошинов 2000а, 415], то становится ясно, что следующий этап – это формирование негативной оценки. «Как только оценка из формальных моментов перекинулась в содержание, можно с уверенностью сказать, что готовится переоценка» [Волошинов 2000, 80]. В этом случае формирование негативной оценки сопровождается определенными смысловыми сдвигами внутри концепта, и это неизбежно влечет за собой негативизацию всего концепта в целом. «Предметное значение формируется оценкой, ведь оценка определяет, что данное предметное значение вошло в кругозор говорящих – как в ближайший, так и в более широкий социальный кругозор данной социальной группы... Изменение значения есть, в сущности, всегда переоценка: перемещение данного слова из одного ценностного контекста в другой» [Волошинов 2000а, 439]. В этом смысле публичный дискурс **отражает объективно существующую в социуме негативную ситуацию**. Публичный дискурс лишь находит оптимальное обозначение таких объектов, которые эту ситуацию создают, т.е. реальные объекты речевой агрессии не навязываются, а лишь **обозначаются** через публичный дискурс, поскольку «семантические преобразования происходят в языке тогда, когда они отвечают потребностям социума» [Фоменко 2001, 167]. По мнению Г. Г. Хазагеров, СМИ вовсе не

способны изменять картину мира: всякое новое или вошедшее в моду слово, даже пережив «реконцептуализацию» попадает «в уже заселенное пространство» [Хазагеров 2002]⁹.

Опасность такого рода речевой агрессии заключается в том, что выбранная в результате совпадения экстралингвистических и интерлингвистических факторов номинация начинает активно использоваться в контексте с негативной модальностью множеством адресантов во множестве различных дискурсов. «В масштабе речевого общения социального коллектива» перлокутивный эффект проявляется не как непосредственное следствие отдельного высказывания, а как результат многократного длительного речевого воздействия. Если в межличностной диалогической коммуникации реакция на речевую агрессию следует немедленно, в следующей реплике, то данный тип речевой агрессии рассчитан на «активно-ответное понимание замедленного действия» [Бахтин 1996].

Проявление речевой агрессии на когнитивном уровне коммуникативного пространства ведет к негативизации концепта в целом и в зависимости от объекта негативного отношения может спровоцировать социальные, национальные, религиозные и другие общественно-значимые конфликты. Выявление и анализ социумных объектов агрессии позволяют в определенной степени прогнозировать такие конфликты. Поскольку, как отмечал Х. Парре, коммуникация – это «один из модусов, с помощью которых можно войти в самые глубинные слои отношений, существующих в общественной жизни» [Parret 1980, 89].

⁹ Обвинение СМИ в смертном грехе манипуляции массовым сознанием стало общим местом лингвистических, психологических и социологических работ, посвященных «дискурсу СМИ». Однако Ш. А. Надирашвили в свое время обратил внимание на проведенные американским психологом Клеппером социологические исследования, которые выявили, что воздействие средств массовой коммуникации на взгляды, убеждения и установки американского общества, на удивление, ничтожно. К такому же выводу приходит и сам Ш. А. Надирашвили [Надирашвили 1978, 8].

Создание социумных объектов речевой агрессии базируется чаще всего на известной оппозиции «свои – чужие». На основе этих оппозиций социумные объекты агрессии могут быть представлены различными концептами, которые, в свою очередь, могут быть репрезентированы различными лексическими средствами. Процесс формирования объектов речевой агрессии наиболее активно проявляется в трех социально-значимых оппозициях: «народ – власть»; «русские – нерусские», и «бедные – богатые». Как известно, наличие данных оппозиций в социуме всегда является источником скрытых или явных социальных конфликтов. В рамках указанных оппозиций в качестве социумных объектов агрессии в современном российском коллективном когнитивном пространстве можно выделить такие концепты, как *чиновник (чиновники), мигранты, олигархи*¹⁰ и др.

Безусловно, круг подобных объектов меняется, может сужаться или расширяться в зависимости от экстралингвистических факторов. Однако общий принцип формирования социумных объектов речевой агрессии универсален, и на основе этого принципа можно при необходимости «просчитывать» перспективу возможных социальных конфликтов.

Таким образом, с точки зрения коммуникативно-дискурсивного подхода, **речевая агрессия** – это конфликтогенное речевое поведение, в основе которого лежит установка на субъектно-объектный тип общения и негативизирующее воздействие на адресата. Речевая агрессия может проявляться в рамках любого типа общения (межличностного, группового, массового) и любого дискурса, независимо от его временных и национальных факторов. Речевые и языковые параметры данного типа речевого поведения определяются дискурсивными условиями. Следовательно, речевая агрессия носит универсальный характер и не является приметой современной российской действительности. Коммуникативно-дискурсивный анализ речевой агрессии позволяет, в

¹⁰ О концепте *олигарх* см.: [Воронцова 2006, 213–224].

конечном счете, выйти на проблему оптимального общения в различных типах дискурса.

Список литературы

1. Аристов, С. А. Коммуникативно-когнитивная лингвистика и разговорный дискурс / С. А. Аристов, И. П. Сусов // Лингвистический вестник. – Ижевск : Удмуртск. ун-т, 1999. – Вып. 1. – С. 3–15.
2. Арутюнова, Н. Д. Язык и мир человека. – 2-е изд., испр. – / Н. Д. Арутюнова. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 896 с.
3. Барт, Р. Война языков / Р. Барт // Избранные работы : Семиотика. Поэтика / сост., общ. ред. и вступ. ст. Г. К. Косикова. – М. : Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. – С. 535–540.
4. Басовская, Е. Н. Творцы черно-белой реальности: о вербальной агрессии в средствах массовой информации / Е. Н. Басовская // Критика и семиотика. – Новосибирск : НГУ, 2004. – Вып. 7. – С. 257–263.
5. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М.М. Бахтин. – М. : Искусство, 1979. – 423 с.
6. Бахтин, М. М. < Риторика, в меру своей лживости...> / М. М. Бахтин // Собр. соч. : в 7 т. – М. : Русские словари, 1996. – Т. 5. – С. 63–70.
7. Блакар, Р. М. Язык как инструмент социальной власти / Р.М. Блакар // Язык и моделирование социального взаимодействия : сб. ст. / общ. ред. В.В. Петрова. – М. : Прогресс, 1987. – С. 88–125.
8. Борисова, И. Н. Русский разговорный диалог / И. Н. Борисова. – Екатеринбург : Изд-во Уральск. ун-та, 2001. – 408 с.
9. Булик, Ю. В. Реклама как элемент вербальной агрессии / Ю. В. Булик // Культура народов Причерноморья. – Симферополь : Межвуз. центр «Крым», 2003. – № 44. – С. 135–139.
10. Булыгина, Е. Ю. Проявление языковой агрессии в СМИ / Е. Ю. Булыгина, Т. И. Стексова // Юрислингвистика-2: Русский язык в его

естественном и юридическом бытии : межвуз. сб. науч. тр. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2000. – С. 148–157.

11. Булыгина, Т. В. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелев. – М. : Школа; Языки русской культуры, 1997. – 576 с.

12. Бэрон, Р. Агрессия / Р. Бэрон, Д. Ричардсон. – СПб. : Питер, 2001. – 352 с.

13. Вайнрих, Х. Лингвистика лжи / Х. Вайнрих // Язык и моделирование социального взаимодействия. – М. : Прогресс, 1987. – С. 44–87.

14. Васильев, А. Д. Слово в российском телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления / А. Д. Васильев. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 224 с.

15. Вепрева, И. Т. Языковая рефлексия в постсоветскую эпоху / И. Т. Вепрева. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2002. – 380 с.

16. Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика. / Р. Водак. – Волгоград : Перемена, 1997. – 139 с.

17. Волошинов, В. Н. Слово в жизни и слово в поэзии / В. Н. Волошинов // Бахтин М. М. (Под маской). Фрейдизм. Формальный метод в литературоведении. Марксизм и философия языка. Статьи. – М. : Лабиринт, 2000. – С. 72–96.

18. Волошинов, В. Н. Марксизм и философия языка / В. Н. Волошинов // Бахтин М. М. (Под маской). Фрейдизм. Формальный метод в литературоведении. Марксизм и философия языка. Статьи. – М. : Лабиринт, 2000. – С. 349–486.

19. Вольф, Е. М. Функциональная семантика оценки. / Е. М. Вольф. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 280 с.

20. Воробьев, В. В. Лингвокультурология (теория и методы) / В. В. Воробьев. – М. : РУДН, 1997. – 331 с.

21. Воронцова, Т. А. Речевая агрессия: вторжение в коммуникативное пространство / Т. А. Воронцова. – Ижевск : Издательский дом «Удмуртский университет», 2006. – 252 с.

22. Галяшина, Е. И. Лингвистика vs экстремизма: В помощь судьям, следователям, экспертам / Е. И. Галяшина. – М. : Юридический Мир, 2006. – 96 с.
23. Гаспаров, Б. М. Язык, память, образ. Лингвистика языкового существования / Б. М. Гаспаров. – М. : Новое литературное обозрение, 1996. – 352 с.
24. Голев, Н. Д. Юридический аспект языка в лингвистическом освещении / Н. Д. Голев // Юрислингвистика-1: Проблемы и перспективы : межвуз. сб. науч. тр. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 1999. – С. 11–58.
25. Грайс, Г. П. Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике. – М. : Прогресс, 1985. – Вып. 16: Лингвистическая прагматика. – С. 217–237.
26. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.
27. Дейк, Т. А. ван. Язык и идеология: к вопросу о построении теории взаимодействия / Т. А. ван Дейк // Методология исследований политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов. – Минск : БГУ, 2000. – С. 50–64.
28. Демьянков, В. З. Намерение в интерпретации и интерпретация намерений в речи / В. З. Демьянков // Текст: Структура и анализ. – М. : Ин-т языкознания АН СССР, 1989. – С. 41–46.
29. Демьянков, В. З. Понятие и концепт в художественной литературе и в научном языке / В. З. Демьянков // Вопросы филологии. – М., 2001. – № 1. – С. 35–47.
30. Дмитриовская, М. А. Знание и мнение: образ мира, образ человека / М. А. Дмитриовская // Логический анализ языка. Избранное. 1988–1995. – М. : Индрик, 2003. – С. 47–55.
31. Енина, Л. В. Речевая агрессия и речевая толерантность в средствах массовой информации. – [Электронный ресурс] / Л. В. Енина // Российская пресса в поликультурном обществе: толерантность и мультикультурализм

- как ориентиры профессионального поведения. – Электрон. дан. – М. : Б. и., 2002. – Режим доступа : <http://www.tolerance.ru>.
32. Жельвис, В. И. Поле брани. Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира / В. И. Жельвис. – М. : Ладомир, 1997. – 330 с.
33. Золян, С. Проблема и конфликт (Опыт логико-семантического анализа) / С. Золян // Полис. Политические исследования. – 1996. – № 4. – С. 96–106.
34. Иссерс, О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 284 с.
35. Карасик, В. И. Оценочная мотивировка, статус лица и словарная личность / В. И. Карасик // Филология – Philologica. – Краснодар, 1994. – № 3. – С. 2–7.
36. Кара-Мурза, С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2002. – 832 с.
37. Карасик, В. И. О категориях дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты : сб. науч. тр. Волгоград – Саратов : Перемена, 1998. – С. 185–197.
38. Клушина, Н. И. Стилистика публицистического текста / Н. И. Клушина. – М. : МедиаМир, 2008. – 244 с.
39. Ключев, Е. В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция) : учеб. пособие для вузов / Е. В. Ключев. – М. : ПРИОР, 2001. – 272 с.
40. Ключев, Е. В. Речевая коммуникация : учеб. пособие для ун-тов и ин-тов / Е. В. Ключев. – М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. – 320 с.
41. Колосов, С. А. Манипулятивные стратегии дискурса ненависти / С. А. Колосов // Критика и семиотика. – Новосибирск : НГУ, 2004. – Вып. 7. – С. 248–256.
42. Колшанский, Г. В. Коммуникативная функция и структура языка / Г. В. Колшанский. – М. : Наука, 1984. – 223 с.
43. Косиков, Г. К. Идеология. Коннотация. Текст (по поводу книги Р. Барта “S/Z”) / Г. К. Косиков // Барт Р. S/Z / Перевод Г. К. Косикова и В. П.

- Мурат. Общая редакция, вступит. статья Г. К. Косикова. – М. : Ad Marginem, 1994. – С. 277–302.
44. Красных, В. В. Основы психолингвистики и теории коммуникации: курс лекций / В. В. Красных. – М. : Гнозис, 2001. – 269 с.
45. Крысин, Л. П. Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). – М. : Языки русской культуры, 2000. – С. 384–409.
46. Крэйхи, Б. Социальная психология агрессии / Б. Крэйхи. – СПб. : Питер, 2003. – 336 с.
47. Кубрякова, Е. С. Язык и знание: На пути получения знаний о языке: Части речи с когнитивной точки зрения. Роль языка в познании мира. / Е. С. Кубрякова. – М. : Языки славянской культуры, 2004. – 560 с.
48. Купина, Н. А. Языковое сопротивление в контексте тоталитарной культуры / Н. А. Купина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999. – 176 с.
49. Купина, Н. А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции / Н. А. Купина. – Екатеринбург ; Пермь : Изд-во Урал. ун-та. – ЗУУНЦ, 1995. – 144 с.
50. Левицкий, Ю. А. «Это голос омара» (заметки по поводу когнитивной лингвистики) / Ю. А. Левицкий // Лексикология. Терминоведение. Стилистика. – М. ; Рязань : Пресса, 2003. – С. 115–120.
51. Лоренц, К. Агрессия (так называемое зло) / К. Лоренц. – М. : Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. – 272 с.
52. Лотман, Ю. М. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. – М. : Гнозис; Издательская группа «Прогресс», 1992. – 272 с.
53. Милославский, И. Г. Низкие истины об унижающем обмане / И. Г. Милославский // Знамя. – 1998. – №8. – С. 192–204.
54. Михальская, А. К. Русский Сократ : Лекции по сравнительно-исторической риторике : учеб. пособие. – М. : Издательский центр «Academia», 1996. – 192 с.

55. Михальская, А. К. О речевом поведении политиков / А. К. Михальская // Независимая газета. – 1999. – № 227 (2043). – 3 декабря.
56. Михальская, А. К. Язык российских СМИ как манипулирующая система [Электронный ресурс] / А. К. Михальская // Язык СМИ как объект междисциплинарных исследований. – Электрон. дан. – М. : Изд-во МГУ, б. г.
57. Муравьева, Н. В. Язык конфликта [Электронный ресурс] / Н. В. Муравьева. – Электрон. дан. – М. : Термика, 2004. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
58. Надирашвили, Ш. А. Психология пропаганды / Ш. А. Надирашвили. – Тбилиси : Мецниереба, 1978. – 120 с.
59. Николаева, Т. М. О принципе «некооперации» и / или о категориях социолингвистического воздействия / Т. М. Николаева // Логический анализ языка. Избранное. 1988–1995. – М. : Индрик, 2003. – С. 268–276.
60. Норман, Б. Ю. Лексические фантомы с точки зрения лингвистики и культурологии / Б. Ю. Норман // Язык и культура: III Междунар. конф. : докл. и тез. – Киев : УИМО, 1994. – С. 53–60.
61. Паршин, П. Б. От такого и слышу: о содержании и узусе понятия манипуляции [Электронный ресурс] / П. Б. Паршин. // Компьютерная лингвистика и интеллектуальные технологии : Тр. Междунар. семинара "Диалог 2003" (Протвино, 11–16 июня 2003 г.). – Электрон. дан. – М. : Наука, 2003. – Режим доступа : <http://www.dialog-21.ru/archive/2003>.
62. Плеханова, Т. Ф. Текст как диалог / Т. Ф. Плеханова. – Минск : Изд-во МГЛУ, 2002. – 253 с.
63. Поппер, К. Логика научного исследования / К. Поппер. – М. : Республика, 2004. – 447 с.
64. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2001. – 656 с.
65. Почепцов, Г. Г. Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, К. : Ваклер, 2002. – 528 с.

66. Седов, К. Ф. Речевая агрессия в повседневной коммуникации / К. Ф. Седов // Речевая агрессия в современной культуре. – Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2005. – С. 32–41.
67. Сковородников, А. П. Языковое насилие в современной российской прессе / А. П. Сковородников // Теоретические и прикладные аспекты речевого общения : научно-методический бюллетень. – Красноярск ; Ачинск : КрасГУ, 1997. – С. 10–15.
68. Сусов, И. П. Семантика и прагматика предложения / И.П. Сусов. – Калинин : Изд-во Калинин. ун-та, 1980. – 51 с.
69. Сусов, И. П. Коммуникативно-прагматическая лингвистика и ее единицы / И. П. Сусов // Прагматика и семантика синтаксических единиц. – Калинин : Изд-во Калинин. ун-та, 1984. – С. 3–12.
70. Сусов, И. П. Деятельность, сознание, дискурс и языковая система / И. П. Сусов // Языковое общение: Процессы и единицы. – Калинин : Изд-во Калинин. ун-та, 1988. – С. 7–13.
71. Сусов, И. П. Говорящая личность в лингвосоциальном и лингвопрагматическом пространствах / И. П. Сусов // Социальная стратификация языка : матер. межвуз. конф. Пятигорск. гос. пед. ин-т иностр. яз. – Пятигорск : ПГПИИЯ, 1989. – С. 57–59.
72. Фоменко, Ю. В. Человек, слово и контекст / Ю. В. Фоменко // Концепция человека в современной философской и психологической мысли. – Новосибирск : НИЭПП, 2001. – С. 164–168.
73. Хаймс, Д. Х. Два типа лингвистических отношений / Д. Х. Хаймс // Новое в лингвистике. – М. : Прогресс, 1975. – Вып. 7 : Социолингвистика. – С. 229–298.
74. Хазагеров, Г. Г. Что слышит слушающий [Электронный ресурс] / Г. Г. Хазагеров // Отечественные записки. – 2002. – № 6. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru>.
75. Хекхаузен, Х. Агрессия / Х. Хекхаузен // Мотивация и деятельность. М. : Педагогика, 1986. – Т. 1. – С. 365–405.

76. Шарифуллин, Б. Я. Языковая агрессия и языковое насилие в свете юрислингвистики: проблема инвективы / Б. Я. Шарифуллин // Юрислингвистика-5: Юридические аспекты языка и лингвистические аспекты права : межвуз. сб. науч. тр. – Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2004. – С. 125–137.
77. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : Ин-т языкознания РАН; Волгоград: Волгогр. гос. пед. ун-т; Перемена, 2000. – 368 с.
78. Шилихина, К. М. Коммуникативное давление в русском общении / К. М. Шилихина // Теоретическая и прикладная лингвистика. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. – Вып. 2 : Язык и социальная среда. – С. 103–108.
79. Щербинина, Ю. В. Вербальная агрессия / Ю. В. Щербинина, – М. : Едиториал УРСС, 2006. – 360 с.
80. Язык мой... Проблема этнической и религиозной нетерпимости в российских СМИ / сост. А. М. Верховский. – М. : РОО «Центр Панорама», 2002. – 200 с.
81. Якобсон, Р. Лингвистика и поэтика / Р. Якобсон // Структурализм: «за» и «против». – М. : Прогресс, 1975. – С. 193–230.
82. Bandura, A. Psychological Mechanism of Aggression / A. Bandura // Aggression: Theoretical and Empirical Reviews / R. G. Geen (Eds.). – New York : Academic Press, 1983. – Vol. 1. – P. 1–40.
83. Berkowitz, L. The Frustration-Aggression Hypothesis Revisited. / L. Berkowitz // Roots of Aggression. – New York : Atherton Press, 1969. – P. 1–28.
84. Buss, A. H. The Psychology of Aggression / A. H. Buss. – New York : Wiley, 1961. – 365 p.
85. Buss, A. H. An Inventory for Assessing Different Kinds of Hostility / A.H. Buss, A. Durkee // Journal Consulting Psychology. – 1957. – № 21. – P. 343–348.

86. Dollard, J. / Frustration and Aggression / J. Dollard [et al.]. – Greenwood : Greenwood Publishing Group, 1980. – 209 p.
87. Grice, H. P. Meaning / H. P. Grice // Steinberg D., Jakobovits L. (eds.) Semantics: an Interdisciplinary Reader. – Cambridge : Cambridge University Press, 1971. – P. 147–172.
88. Gruber, H. Streitgespräche. Zur Pragmatik einer Diskursform / H. Gruber. – Opladen : Westdeutschen Verlag, 1996. – 354 s.
89. Leech, G. N. Principles of Pragmatics / G. N. Leech. – London : Longman, 1983. – 250 p.
90. Infante, D. A. Argumentativeness and Verbal Aggression: A Review of Recent Theory and Research / D. A. Infante, A. S. Rancer // Communication Yearbook. – 1996. – № 19. – P. 319–351.
91. Lakoff, G. The Neurocognitive Self: Conceptual System Research in the Twenty-first Century and the Rethinking of What a Person Is. / G. Lakoff // Solso, R. L. & Massaro, D. W. (eds.). The Science of the Mind: 2001 and Beyond. – New York : Oxford UP, 1995. – P. 221–243.
92. Parret, H. Pragmatique philosophique et épistémologie de la pragmatique: Connaissance et contextualité / H. Parret // Le langage en contexte: Études philosophiques et linguistiques de pragmatique. – Amsterdam : Benjamin's, 1980. – P. 7–189.
93. Tannen, D. Conversational Style: Analyzing Talk among Friends / D. Tannen. – New Jercey : Ablex Publishing Corporation, 1984. – 272 p.

Словари

1. Кубрякова, Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова [и др.]; под ред. Е. С. Кубряковой. – М. : Филологический факультет МГУ им. М. В. Ломоносова, 1996. – 400 с.
2. Культура русской речи: Энциклопедический словарь справочник / под ред. Л. Ю. Иванова [и др.]. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 840 с.

3. Матвеева, Т. В Учебный словарь : русский язык, культура речи, стилистика, риторика / Т. В. Матвеева. – М. : Флинта: Наука, 2003. – 432 с.

4. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М. Н. Кожинной. – М. : Флинта : Наука, 2003. – 696 с.