

УДК 81'42

А. Н. Палагина

Белорусский государственный университет

**ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ВРАЖДЕБНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ
ИНТЕРНЕТ-ДИСКУРСЕ: КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ
И РЕЧЕВЫЕ ТАКТИКИ (НА ПРИМЕРЕ ГРУППЫ БОГАТЫХ ЛЮДЕЙ)**

В статье рассматривается номенклатура коммуникативных стратегий и речевых тактик, которые используются участниками англоязычного дискурсивного сообщества для вербализации враждебности по отношению к социальной группе богатых людей. Актуальность исследования обусловлена широкой распространенностью интернет-дискурса в современном обществе, значительной ролью концепта богатства в концептосфере английской культуры, а также опасностью дискредитации социальных групп в условиях их интенсивного взаимодействия в рамках компьютерно-опосредованной коммуникации и глобализации. Цель исследования – установить номенклатуру коммуникативных стратегий и речевых тактик, которые используются для дискредитации социальной группы богатых людей в англоязычном дискурсивном сообществе, а также определить прагмакоммуникативную специфику вербализации враждебности в данном сообществе. Фактическим материалом исследования являются поликодовые тексты на английском языке, репрезентирующие концепт «богатство» и опубликованные на видеохостинге YouTube в 2023 и 2024 гг. В результате исследования установлено, что для вербализации враждебности по отношению к социальной группе богатых людей чаще всего используются речевые тактики оскорбления, обвинения, поляризации, приписывания враждебных намерений и вынужденной интолерантности, относящиеся к коммуникативной стратегии дискредитации, речевая тактика приведения себя в пример, относящаяся к стратегии положительной самопрезентации, тактика смещения акцентов, относящаяся к стратегии манипулирования. Тактики побуждения к интолерантности, легитимации интолерантности, прецедента, угрозы, мнимого извинения, мнимого согласия, причисления себя к положительно воспринимаемой группе, апелляции к авторитету и некоторые другие не характеризуются высокой частотностью в данных дискурсивных условиях.

Ключевые слова: поликодовый текст, интолерантный дискурс, интернет-комментарий, концепт, богатство, английский язык, язык вражды.

Для цитирования: Палагина А. Н. Вербализация враждебности в англоязычном интернет-дискурсе: коммуникативные стратегии и речевые тактики (на примере группы богатых людей) // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. 2026. № 1 (303). С. 131–143.

DOI: 10.52065/2520-6729-2026-303-14.

A. N. Palahina

Belarusian State University

**VERBALIZATION OF HOSTILITY IN THE ENGLISH-LANGUAGE INTERNET
DISCOURSE: COMMUNICATIVE STRATEGIES AND SPEECH TACTICS
(BASED ON THE EXAMPLE OF THE RICH)**

The article examines the list of communicative strategies and speech tactics used by the members of English-language discourse community for hostility verbalization towards rich people social group. The relevance of the study is conditioned by the widespread use of Internet discourse in modern society, the significant role of the concept of wealth in the English conceptosphere, as well as the danger of discreditation of social groups in terms of their intensive interaction in the sphere of computer-mediated communication and globalization. The purpose of the study is to establish the list of communicative strategies and speech tactics used for discreditation of the social group of rich people in the English-language discourse community, as well as to determine pragmatic specifics of hostility verbalization in the named discourse community. The factual material is represented by English-language polycode texts revealing the concept of wealth and published on YouTube in 2023 and 2024. The study found that the speech tactics of insult, accusation, polarization, attribution of hostile intentions and forced intolerance

referred to the communicative strategy of discreditation, the tactics of setting oneself as a role model referred to the strategy of positive self-presentation, and the tactics of emphasis change referred to the strategy of manipulation are most often used. Tactics of prompting intolerance, legitimizing intolerance, precedent, threat, mock apologize, mock agreement, regarding oneself to a positively perceived group, appealing to the authority, etc. are not characterized by high frequency in the given discourse conditions. The participants of the English-language discourse community may express hate speech because of socially disapproved behavior, bad character traits, actions of low dignity and social use demonstrated in the polycode texts by the rich; the speakers themselves don't tend to show being ready to perform intolerant acts towards the social group of the rich. It also must be mentioned that communicants become aggressive rather from illegitimate ways of becoming wealthy rather than because of the very fact of being wealthy. Hate speech towards the rich, as a rule, takes place in the polycode texts revealing the topic of wealth of a certain person, organization, or country, the topic of advice how to become rich. The degree of hate speech towards a social group on the basis of an acquired characteristics is lower in comparison with hostility degree on the basis of an inborn characteristics. Traditionally positive attitude to the rich in the English culture also has an impact on the extent of hate speech towards the examined social group.

Keywords: polycode text, videohosting, intolerant discourse, internet comment, concept, wealth, English language, hate speech.

For citation: Palahina A. N. Verbalization of hostility in the English-language internet discourse: communicative strategies and speech tactics (based on the example of the rich). *Proceedings of BSTU, issue 4, Print- and Mediatechnologies*, 2026, no. 1 (303), pp. 131–143 (In Russian).

DOI: 10.52065/2520-6729-2026-303-14.

Введение. Концепт «богатство» относится к одному из базовых концептов английской культуры, поскольку в современном мире все люди тем или иным образом соприкасаются с финансовым аспектом деятельности, выстраивают на основе материальных благ свое состояние и планируют будущее. Возможна и другая трактовка богатства как чего-то весьма ценного для индивида. В таком случае как богатство могут трактоваться здоровье, семья, знания, урожай и др. Люди, принадлежащие к самым разным народам и культурам, выражают свое восприятие богатства в языке, запечатлевая его в языковой картине мира.

В английском языке XXI в. концепт «богатство» сохраняет традиционные способы репрезентации, однако в качестве нового отмечается трактовка богатства как американской мечты и способа формирования культуры [1, с. 328]. Классически богатство связывается с тяжелым трудом, удачей, успехом, интеллектуальными способностями, готовностью посвящать силы и время, властью; негативная интерпретация концепта обусловлена такими феноменами, как неравенство, потенциальная нечестность, зависимость, несчастье, закрытость. Нематериальный аспект богатства англоязычные респонденты раскрывают как уважение, любовь, доброе имя, здоровье, душевные качества, образование, веселье, счастье, честность. Богатство может представляться как цель или испытание, а также американская мечта в виде свободы и возможностей [1, с. 328]. Отметим, что подавляющее большинство репрезентаций концепта в англоязычной культуре свидетельствует о положительном отношении ее представителей к концепту «богатство»; богатство – это достойная цель, источник счастья и возможностей, однако эту цель необходимо достигать трудолюбием и честностью.

Пословицы на английском языке, содержащие репрезентацию смежного концепта «деньги», представлены несколькими семантическими группами: «Могущество, власть денег», «Деньги выше моральных ценностей», «Моральные ценности выше денег», «Влияние денег» [2, с. 79]. При этом важно то, что положительная оценка влияния финансов на человека и социум в целом в английских пословицах встречается чаще [2, с. 80]. Показательно и то, что «в английских пословицах концепт «Бедность» лексически не выражен, сравнение богатых и бедных реализуется в имплицитной форме» [3, с. 609].

Система концепта «богатство», объективированная средствами английского языка, характеризуется многочисленностью и разнообразием прямых и косвенных номинаций. Достаточно упомянуть, что в английском языке зафиксировано около 140 лексем, которые используются для наименования денег; при этом номинации эти в большинстве своем

образованы посредством метафоры и метонимии, по-разному характеризую материал, цвет, отношение к деньгам или имена президентов (для долларов) [2, с. 79].

Исследование концепта «богатство», как правило, проводится на материале паремий, фольклорных и авторских произведений, образцов диалектной речи [1–4]. Напротив, актуализация данного концепта в компьютерно-опосредованной коммуникации изучена недостаточно. В нашем исследовании рассматривается прагмакоммуникативный аспект коммуникации, основным семантическим центром которой является концепт «богатство». Актуальность исследования обеспечивается популярностью и востребованностью компьютерно-опосредованной коммуникации в целом, развитием жанров интернет-коммуникации, важной ролью концепта «богатство» в концептосфере английской культуры. К концепту «богатство» в контексте компьютерно-опосредованной коммуникации мы обращались ранее в исследованиях, объектом которых являлись поликодовые тексты, опубликованные в 2022 г. на видеохостинге YouTube [5–7].

Специфика компьютерно-опосредованной коммуникации способствует более свободному выражению мнений и позволяет провести анализ более «непосредственного» материала, созданного без долгих, по сравнению со скоростью порождения устной речи, раздумий и рефлексии. Анализ интернет-контента позволяет определить специфику актуализации концепта «богатство» не по рецензированным и проверенным пособиям, не на основе произведений, созданных конкретным автором, а более разносторонне и репрезентативно – посредством оценки высказываний множества участников дискурсивного сообщества.

Цель данного исследования – установить номенклатуру коммуникативных стратегий и речевых тактик, которые используются участниками англоязычного дискурсивного сообщества для вербализации враждебности по отношению к социальной группе богатых людей, а также специфические черты данного типа интолерантного дискурса.

Объектом исследования являются поликодовые тексты на английском языке, опубликованные на видеохостинге YouTube в 2023 и 2024 гг., в которых наблюдается репрезентация концепта «богатство». Отбор поликодовых текстов осуществлен методом сплошной выборки по наличию концептуальных лексем *rich* и *wealth* в заголовке текста [8].

В качестве фактического материала исследования выступают 380 поликодовых текстов на английском языке с концептуальной лексемой *rich* в заголовке и 274 – с концептуальной лексемой *wealth* в заголовке. В рамках исследования применяются количественный анализ, анализ корпусных данных и частотных словарей, прием сплошной выборки, прагмакоммуникативный и контекстуальный анализ. В основе анализа коммуникативных стратегий и речевых тактик лежит классификация речевых тактик интолерантного дискурса Е. Н. Василенко [9, с. 149–191]. В настоящем исследовании данная система адаптирована в соответствии со спецификой социальной группы, в отношении которой вербализуется враждебность; особую важность представляет тот факт, что социальная группа богатых людей выделяется на основе приобретенного, а не врожденного признака, в отличие от подавляющего большинства дискредитируемых групп. Научный интерес заслуживает и то, как именно и на каких основаниях происходит вербализация враждебности по отношению к группе, которая является не угнетаемой, а представляющей более успешную часть социума, ведущей более благополучный образ жизни.

Основная часть. Основными коммуникативными стратегиями, составляющими прагматическую основу интолерантного дискурса, являются стратегии дискредитации, положительной самопрезентации и манипулирования. Основной стратегией в данных дискурсивных условиях является стратегия дискредитации, что соответствует коммуникативной цели некоторых участников дискурсивного сообщества дискредитировать социальную группу и отдельных лиц как ее представителей. Данная стратегия оказывает наиболее сильное прагмакоммуникативное воздействие, что, как следствие, негативно влияет на психоэмоциональное и физиологическое состояние представителей угнетаемой группы. Стратегии положительной самопрезентации и манипулирования носят вспомогательный характер; они могут

получать актуализацию в том же самом высказывании, что и стратегия дискредитации, либо использоваться самостоятельно. В таком случае есть смысл говорить о том, что коммуникант не желает выражать свою враждебность к социальной группе прямо в силу различных причин (например, желает наделить своего коммуникативного персонажа более приемлемыми с точки зрения социума характеристиками: толерантностью, пониманием, уважительностью и др.) и задействует более «мягкие» коммуникативные стратегии. Однако этот факт не отменяет разрушительного воздействия интолерантности как феномена.

В рамках стратегии дискредитации может происходить актуализация речевых тактик оскорбления, преуменьшения, издевки, отрицания, обвинения, приписывания враждебных намерений, поляризации, вынужденной интолерантности, побуждения к интолерантности, легитимации интолерантности, прецедента и угрозы. При реализации любой речевой тактики возможно графическое выделение (изменение начертания либо размера текста) высказывания адресантом с целью демонстрации логического акцента.

Вербализация враждебности в отношении социальной группы богатых людей часто осуществляется при помощи речевой **тактики оскорбления**, которая заключается в прямом или косвенном указании на неполноценность либо отрицательные качества социальной группы. В высказываниях коммуникантов, как правило, отсутствует аргументация данной точки зрения. При анализе фактического материала были выявлены такие маркеры тактики оскорбления, как лексемы с пейоративной коннотацией. В англоязычном дискурсе редко употребляются словообразовательные окказионализмы с негативным лексическим значением. Оскорбление в высказывании может быть эксплицировано либо имплицировано. Убежденность говорящего в собственной правоте обуславливает модальное значение полной уверенности; некоторые из высказываний могут быть восклицательными. В некоторых высказываниях может быть очевидна апелляция говорящего к распространенным в обществе стереотипам и предрассудкам. Направленность деструктивного отношения коммуниканта определяется личными местоимениями 2-го и 3-го лица; при акценте на мнение адресанта могут употребляться личные и притяжательные местоимения 1-го лица. Напр.: *These people are just trash with a bit coin* [A-23-613]; *How many times have I seen people who are barely managing trying to wear flashy gold and colors and tacky sparkles! I've also seen the generic, economic clothing with a known designer name printed on the front* [A-24-820]; *LMFAO as an apex predator myself the fact that you lucked out or was born in the right family definitely does not make you an apex predator lmfao* [A-24-817]. Все примеры интолерантных высказываний представлены в соответствии с авторской орфографией, пунктуацией и графическим оформлением, в скобках указан порядковый номер поликодового текста в электронном корпусе источников фактического материала, созданном в ходе исследования. Порядковый номер состоит из указания на язык поликодового текста («А» – английский язык), год публикации поликодового текста («24» – 2024 год, «23» – 2023 год) и его порядковый номер в корпусе. Тактика оскорбления является одной из самых частотных тактик интолерантного дискурса при дискредитации группы богатых людей на материале английского языка. Чаще всего участники англоязычного дискурсивного сообщества дискредитируют богатых людей, указывая на вычурность, отсутствие красоты, ненужный блеск и роскошь, неприличное поведение, отсутствие пользы для общества.

Тактика обвинения подразумевает наличие определенных аргументов и доказательств для подтверждения своих взглядов. Данная тактика также может быть выражена как непосредственно, так и косвенно. Она является одной из самых частотных при вербализации враждебности по отношению к социальной группе богатых людей. С ее помощью реализуется желание адресанта подчеркнуть свою точку зрения определенными доказательствами. Маркерами тактики являются сложноподчиненные предложения с придаточными изъяснительными и придаточными причины, следствия. Напр.: *Their only new cos they didn't get their wealth through horrible and exploitative ways like old money did for years and years, they worked super hard to get up there. Plus most times old money is literally just the titles but its not enough*

to be spending like this [A-23-613], these people are actors living off your clicks [A-23-627]; So, the 2% my cc company gives me is actually 'stolen' from poor hard workers of America? [A-23-626]; Rich people don't leave big tips. That's how they stay rich [A-24-817]. В рамках данной тактики встречаются преимущественно конструкции с модальным значением полной уверенности. Комментаторы также могут прибегать к риторическим конструкциям. При реализации речевой тактики обвинения участниками англоязычного дискурсивного сообщества наблюдается аргументация «Они приобрели богатство нелегальным/нечестным/жестоким путем», «Они приобрели богатство за счет более бедных людей», «Они богаты, потому что не обладают хорошими качествами (добротой, щедростью и т. д.)», «Они богаты, потому что никогда не поделятся своим богатством», «Они плохие, потому что с помощью богатства делают так, чтобы политика государства была выгодна именно им, помогала увеличить их финансы», «Они беспокоятся только о своей выгоде». Дальнейшее развитие подобных точек зрения происходит в рамках тактик поляризации и приписывания враждебных намерений.

Для создания в сознании реципиента негативного образа социальной группы адресант может прибегать к **тактике приписывания враждебных намерений**. В высказываниях, реализующих данную тактику, как правило, содержится название социальной группы либо личные местоимения 3-го лица, а также глагольные формы преимущественно будущего времени либо сослагательного наклонения. Некоторые участники дискурсивного сообщества могут апеллировать к прошлому и настоящему, подтверждая справедливость своего нетерпимого отношения к уязвимой социальной группе. В качестве маркеров тактики можно определить риторические вопросы, восклицательные конструкции, в отдельных случаях – аллюзии к историческим событиям и религии, антитезы, синтаксический параллелизм, повторы. Напр.: *I feel like rich people love to tell their experiences, but don't tell you the steps they took, I mean in detail. Because they want you to stay uneducated and unaware, and that poor people make the rich richer. So why would they actually help you? [A-23-616]; then corporations were given more incentive to fund their shareholders over employees... you get let go around 55 years of age because healthcare costs double for companies at that age and your salary starts to get too high and there are cheaper young folk to hire... The blame should go to our tax structure. We should have a structure that encourages investment in workers not rich shareholders [A-24-837]; Whatever the financial institutions can't take from us, aggressive taxation will take! There is nothing but misery and suffering and oppressive bureaucracy lurking around every corner in America! [A-24-854].* Основные точки зрения, выражаемые участниками англоязычного дискурсивного сообщества и направленные на дискредитацию исследуемой социальной группы, следующие: 1) «Они не делятся секретами успеха, чтобы бедные и дальше делали их богатыми»; 2) «Они будут увольнять работников, обеспечение которых невыгодно»; 3) «Они будут использовать богатство, чтобы обеспечить принятие выгодных им политических решений»; 4) «Корпорации заботятся о спонсорах, а не работниках»; 5) «Они могут с помощью богатства уклоняться от налогов».

Широкое употребление в исследуемых дискурсивных сообществах находит **тактика поляризации**, основанная на базовой семиотической оппозиции *свои – чужие* и выражающая противопоставление «МЫ-группы» и «ОНИ-группы», «своего» и «чужого» [9, с. 170]. Само противопоставление богатых и бедных людей настолько целостно, что некоторые исследователи рассматривают «богатство» и «бедность» как единый концепт, так как один элемент оппозиции предполагает наличие второго, автоматически влечет активацию второго в сознании; это как два полюса одного целого [10, с. 59]. Н. В. Гриченко отмечает, что сама оппозиция «богатство – бедность» обладает сильными ментальными связями, что отражает когнитивные принципы дифференциации и противопоставления [11, с. 32]. В речевой деятельности применение данной тактики часто проявляется через противопоставление местоимений 1-го и 3-го лица и их деривативов, упоминание названия социальной группы. Тактика поляризации в заданных дискурсивных условиях характеризуется высокой частотностью актуализации. Напр.: *New money is work, effort and merit. Old money is just having money*

because you are born in the right family, nothing to be proud about [A-23-613]; Proverbs 13:7 7. One pretends to be rich, yet has nothing; another pretends to be poor, yet has great wealth... some people are rich -like they have money, fancy cars, fancy houses but their actual life experience/existence is very poor as compared to some people who pretend to be poor -like they actually don't have much money or live in big fancy houses but their actual lifestyle, their life experiences is very rich and colorful [A-24-820], She made a mistake by not distinguishing between being Rich and having true Wealth [A-24-817], Workers are productive and skilled than ever before but get paid less relative to their boss and company owners [A-24-849]. Как правило, данная тактика основана на убеждении превосходства «МЫ-группы» [9, с. 170] по сравнению с «ОНИ-группой», что объясняет наличие в некоторых комментариях элементов тактик положительной самопрезентации, искажения информации, приписывания враждебных намерений, обобщения. Как следствие, основными маркерами данной тактики являются личные и притяжательные местоимения 1-го и 3-го лица, часто противопоставляется «работники» и «компании»/«корпорации». Характерная лексика с пейоративным значением при реализации тактики поляризации в заданных дискурсивных условиях наблюдается относительно редко.

Специфично то, что коммуниканты могут проводить дифференциацию между различными категориями богатых людей (*Wealth is quiet. rich is loud. Poor is flashy [A-24-820]*) либо менее стереотипно подходить к трактовке поведения представителей разных по материальному достатку социальных групп (*I learned that rich people don't give away their money, poor people's other hand wants to flex and show you that they have a lot of money [A-24-817]; Yeah the way I heard it was rich shouts wealth whispers. It's true as well rich people wear clothes with big names shouting out the brand a wealthy person will wear what looks like ordinary plain no brand clothes but if you check labels you will see they are £1k jeans and £500 t shirts [A-24-820]*). В таком контексте часто вербализуется оппозиция «old money» и «new money»: *I prefer new money people over old money ones. New money is work, effort and merit. Old money is just having money because you are born in the right family, nothing to be proud about. Also looking down on new money and admiring old money while being "no money" is not smart. No matter what you do, you will never be part of the old money club if you're not born into money. However you can eventually become new money [A-23-613]*). В заданных дискурсивных условиях встречаются и иные трактовки: «old money» выступают как носители традиционных моделей получения богатства, традиционных духовных ценностей, в то время как недавно разбогатевшие «new money» могут характеризоваться как наглые, беспринципные.

Представители англоязычного дискурсивного сообщества в рамках тактики поляризации высказывают следующие позиции: 1) «У богатых людей больше возможностей и меньше ограничений, чем у бедных; некоторые запреты могут не иметь значения для богатых людей»; 2) «Богатые люди более скупы, чем бедные»; 3) «Богатые люди ведут роскошный образ жизни, какой не могут себе позволить бедные»; 4) «Богатые люди ничего не делают, но получают большие деньги; бедные работают усердно, но их финансы ничтожно малы»; 5) «Богатые люди могут вести свой роскошный образ жизни напоказ, но очень богатые люди ведут себя скромно».

Оппозиция «свой – чужие» является основой для **тактики вынужденной интолерантности**; в этом случае представители ингруппы пытаются представить доказательства для оправдания своего негативного отношения к аутгруппе, для оправдания ее дискриминации и дискредитации, при этом перекладывая вину на ее представителей, т. е. в соответствии с мнением говорящего, «враждебное отношение к социальной группе вызывается поведением самой социальной группы» [9, с. 176]. Среди маркеров данной тактики также можно назвать лексику с пейоративным значением и логически выделенные личные местоимения 3-го лица, указывающие на уязвимую социальную группу. Напр.: *This persons can change the poverty but they don't do anything like this [A-23-321]; I couldn't watch till the end. The blond first woman is unbereable and the second wanting to be a queen got into my nervs [A-23-613]; all these rich old geezers telling us to live frugally and miserably while they keep taking home*

million dollar bonuses for doing nothing [A-24-827]; *Weath is ignorant and will not leave a tip* [A-24-820]; *I know off aristocrats (that have been rich for 1000 years) the minute they inherit they buy a luxury car and spend the rest on coke and trips to the south of france until the money runs out (except what is entailed or held in a trust)* [A-24-820]. В англоязычном дискурсе при реализации данной тактики чаще используются не сложноподчиненные, а сложносочиненные предложения. Основные позиции, излагаемые представителями англоязычного дискурсивного сообщества, следующие: 1) «Они не используют богатство для удовлетворения социально важных потребностей»; 2) «Они используют богатство для удовлетворения зависимостей, для приобретения не жизненно необходимых вещей»; 3) «Они потребительски и высокомерно относятся к бедным людям»; 4) «Они выставляют свое богатство напоказ / выпендриваются»; 5) «Они скупы и стремятся к выгоде»; 6) «Они не обладают хорошими духовными качествами».

В англоязычном интернет-дискурсе относительно распространена тактика **издевки** в отношении социальной группы богатых людей. Тактика заключается в высказывании фиктивной похвалы или обидной шутки в адрес представителя социальной группы либо социальной группы в целом с целью подвергнуть объект насмешки унижению, осмеянию. Напр.: *U really think they're coming out with Lamborghini SVJ's for poor people?* 😏😏 *this is complete nonsense* [A-24-849], *Don't buy a plane, walk instead* [A-24-827], *He lives in a small fucked up apartment, but sure he is a multimillionaire* 😏 [A-24-860]. Широко распространено использование лексем с пейоративной коннотацией, нецензурной лексики, что влечет за собой нарушение этико-речевой нормы, с целью экспрессивности говорящий может прибегать к риторическим вопросам, побудительным, восклицательным конструкциям. Комментарии с использованием данной тактики преимущественно направлены на определенное лицо, что грамматически выражается в использовании личных местоимений 2-го лица и соответствующих глагольных форм.

Участники дискурсивного сообщества также могут вкладывать в свои высказывания семантику «проблемы данной социальной группы неважны либо преувеличены», в этом проявляется **тактика преуменьшения**. Ее маркерами являются синтаксические конструкции с модальным значением сомнения, как следствие, в предложениях могут употребляться лексемы с отрицательными аффиксами и отрицательные частицы. Характерной чертой высказываний, в которых наблюдается реализация данной тактики, являются сарказм, ирония, антитеза, риторические вопросы и восклицания, посредством которых демонстрируется позиция говорящего. Лексемы в переносном значении и окказионализмы с пейоративным значением при реализации данной тактики в англоязычном дискурсе встречаются редко. Напр.: *Peice of mind is worth more than the money saved* [A-23-626]; *no, money does not make wealth. wealth is what you have, except the money* [A-24-817]; *Wealth isn't about what you own; it's about what you can do with your time. That's the real flex!* [A-24-829].

Тактика отрицания заключается в отрицании проблемы дискриминации социальной группы или установленных научных фактов, которые приводятся либо в самом поликодовом тексте, либо предыдущим комментатором для подтверждения своей позиции. Типичными маркерами являются отрицательные синтаксические конструкции и высказывания с модальным значением полной уверенности. В заданных дискурсивных условиях тактика реализуется посредством аргументации «Богатые люди не имеют значения», «Богатство не имеет значения»; т. е. при вербализации враждебности по отношению к изучаемой социальной группе данная тактика обладает определенной спецификой. Сама проблема дискриминации по признаку большого материального достатка не осознается участниками дискурсивного сообщества в достаточной степени; однако они могут выражать сомнение в значимости богатых людей и феномена богатства в обществе либо уверенность в отсутствии этой значимости. Напр.: *Remember people money does not matter at all* [A-23-319]; *Forget about getting rich. Just be happy* [A-24-817].

Речевые тактики отрицания и преуменьшения не являются высокочастотными при вербализации враждебности к социальной группе богатых людей предположительно по причине специфики социальной группы, так как богатые люди чаще воспринимаются как более привилегированная группа в социуме. Принимая во внимание то, что необходимость толерантного отношения к некоторым социальным группам, например выделяемым по признаку национальности, этнической принадлежности, пола, расы, широко освещается в научной литературе, СМИ, юриспруденции, представляется вероятным, что в обыденном сознании отсутствует или недостаточно развито убеждение, что привилегированная социальная группа может быть угнетаемой группой. Однако высокий статус группы не является защитой от враждебности.

Англоязычные коммуниканты исключительно редко обращаются к **тактике угрозы**, состоящей в выражении мнения, какие меры наказания должны быть применены к представителям социальной группы. Напр.: *100% a year? this guy needs to be investigated* [A-24-854]; *Karma coming in a big way for this person* [A-24-854]. Отметим, что в данных дискурсивных условиях коммуниканты не призывают ни к каким карательным мерам только по причине принадлежности человека к социальной группе; требуется наказание в соответствии с существующими в государстве законами. Акцент делается на легитимность получения богатства.

В англоязычном интолерантном интернет-дискурсе, обусловленном семантикой материального достатка, коммуниканты не используют или используют исключительно редко тактики побуждения к интолерантности, легитимации интолерантности, прецедента, угрозы, относящиеся к коммуникативной стратегии дискредитации. Данный факт предположительно свидетельствует о более толерантном отношении к социальной группе богатых людей, поскольку именно эти тактики наиболее направлены на продвижение и укоренение дискредитации социальной группы.

Стратегию положительной самопрезентации в рамках интолерантного дискурса могут представлять тактики мнимого извинения, мнимой уступки, мнимого отрицания, переноса, причисления себя к положительно воспринимаемой группе и приведения себя в пример. В заданных дискурсивных условиях речевые тактики мнимого извинения и переноса не получают или практически не получают реализации.

Стремясь создать более толерантного коммуникативного персонажа в восприятии дискурсивного сообщества, коммуниканты могут прибегать к **тактике мнимого отрицания**. Маркерами данной тактики выступают отрицательные конструкции с последующим противопоставлением. Напр.: *Off topic but I dislike how people want tips on a job they chose & are already paid to do. The cooks & folks doing dishes work harder* [A-24-817]. Реализация данной тактики в отношении социальной группы богатых людей характеризуется исключительно низкой частотностью.

При реализации тактики **мнимой уступки** адресант целенаправленно избегает очевидных обобщений, выражает мнение о возможности толерантного отношения к социальной группе, что способствует созданию его собственного положительного образа. Коммуниканты могут также апеллировать к нравственному превосходству ингруппы, раскрывая подтемы дистанцирования или игнорирования представителей социальной группы богатых людей и связанных с их ролью в обществе проблем. Маркерами тактики мнимой уступки являются сложноподчиненные предложения с придаточной уступки, лексемы «ладно», «пускай». В отдельных случаях высказывания такого типа содержат фиктивную похвалу, иронию. Напр.: *...i am seeing this more than i would like to admit 😊. Maybe it's a wrong conclusion, i need to know more rich folk b4 concluding... That rich folk are cheap with others* [A-24-817]. В отношении исследуемой группы данная тактика практически не используется.

В указанных дискурсивных условиях получает реализацию речевая **тактика мнимого согласия**, заключающаяся в выражении адресантом согласия с содержанием материала-стимула и последующим выражением негативного отношения к социальной группе. При этом могут использоваться утвердительные конструкции с последующими отрицательными.

Коммуниканты могут прибегать к сложным предложениям с придаточной уступки, а также противительным конструкциям. Напр.: *Tillbury's success is respectable but his advice will come off as condescending as this is what every rich millionaire tells the poor* [A-24-1242] (также наблюдается реализация тактики обобщения); *LOL Yes, I'm familiar with Galloway and have heard his podcasts for years. He's also been making the book circuit. He has interesting ideas - theories. But, they're not tested, just his thoughts (which are astute). Nonetheless, he neglects his own hypocrisy and while he tears into the 'young men' of 2024, he's been neglecting his own boys and been raking in his own millions. I've watched him literally recite his book themes on numerous talk shows. It gets old the third time through. Beware those who self-promote for their own capital gains* [A-24-827]. В отношении группы богатых людей данная речевая тактика практически не используется.

В условиях интолерантного дискурса также может получать реализацию **тактика причисления себя к положительно воспринимаемой группе**. Напр.: *Was best part of the video. The Gondola guy's eye roll represents most of our feelings upon watching ridiculous rich folk* [A-23-613]. Однако данная тактика получает реализацию весьма редко в отношении социальной группы богатых людей. Напротив, **тактика приведения себя в пример** в данных дискурсивных условиях используется достаточно часто, напр.: *I don't need to be rich. I just need to make enough to be happy, and have a good job I'm happy working at, around good hearted people that cares about health over wealth. I hope that's not too much to ask...* [A-23-616], *I am not monetarily rich but having a family I can take care of and not have to struggle like I did makes me richer than any man I know* [A-23-627], *I don't wanna be none of those I just want to be me ... simple* [A-24-820]. В подобных высказываниях говорящие апеллируют к национальной принадлежности, религиозным и нравственным взглядам. Таким образом, говорящий позиционирует самого себя в хорошем свете как личность или как представителя социально одобряемой группы, что позволяет ему высказывать негативное мнение об аутгруппе. Также возможно утверждение авторов комментариев о том, что они всего лишь следуют установленным правилам ингруппы. В комментариях, реализующих данные тактики, часто присутствуют стоящие в логической оппозиции местоимения 1-го и 3-го лица. Участники дискурсивного сообщества могут прибегать к риторическим конструкциям, сложноподчиненным предложениям с придаточной уступки.

Стратегия манипулирования находит широкое распространение в интолерантном дискурсе; ее представляют следующие тактики: искажения информации, приписывания высказываний или взглядов, инверсии, обобщения, смещения акцентов и апелляции к авторитету. Стратегия манипулирования связана со стремлением говорящего убедить слушателей в справедливости своих высказываний при целенаправленном игнорировании определенных связанных с данной тематикой фактов. Тактики искажения информации, апелляции к авторитету в данных дискурсивных условиях не используются или используются крайне редко. Учитывая специфику социальной группы богатых людей, которая является доминирующей группой в обществе, мы не можем говорить о возможности реализации тактики инверсии при вербализации враждебности в отношении выбранной социальной группы.

Адресант может говорить от имени аутгруппы, имитируя свойственное ей поведение или мнение, соответствующее концепту аутгруппы в сознании говорящего. Таким образом говорящий стремится продемонстрировать несостоятельность убеждений и стремлений аутгруппы, а также подвергнуть ее осмеянию и дискредитации. Реализация **тактики приписывания высказываний или взглядов** отмечена в следующих комментариях: *"I literally have zero dollars..." - He said into a 2k phone* [A-23-627]; *I think he's thinking she's insufferable* [A-23-613]. Как правило, в таких высказываниях ярко выражена ирония, фиктивная похвала, могут использоваться риторические вопросы. При этом говорящий может высказываться в адрес аутгруппы отвлеченно, что демонстрируют местоимения 3-го лица, либо напрямую обращаться к ней. В данных дискурсивных условиях используется редко.

В тесной связи с тактикой искажения информации находится **тактика обобщения**. Ее распространение в интолерантном дискурсе связано с ярко выраженным присутствием в общественном сознании негативных стереотипов о социальной группе. Как отмечает Е. Н. Василенко, «помимо очевидных обобщений (абсолютно все), говорящий может использовать в речи ограничители (практически все) или прибегать к типизации (типичный X)» [9, с. 183–184]. Также маркером данной тактики является ярко выраженная оппозиция «МЫ-группы» и «ОНИ-группы», напр.: *No rich man give big tip* [A-24-817], *Wealthy people 100% drive expensive cars* [A-24-849]; *All the wealthy people I've seen don't want me to know their wealth. They drive Hondas and Toyotas. Or, if they wanna be fancy, they may get that Benz for everyday driving* [A-24-849]. Следует отметить, что в отношении социальной группы богатых людей данная тактика используется в сравнительно малом количестве.

Также весьма распространенной речевой тактикой в рамках интолерантного дискурса является **тактика смещения акцентов**, к которой прибегает коммуникант с целью поспособствовать тому, чтобы слушатели обратили внимание на более незначительную или не имеющую прямого отношения к обсуждаемой теме. Довольно часто адресант тем самым перенаправляет агрессию на другой объект, игнорируя проблему негативного отношения к социальной группе богатых людей, напр.: *No one has mentioned that there are different types of rich. Some financially rich people are poor in mental health, physical health, spiritual gealth and other parts of their life* [A-24-820]; *Most young people these days aren't struggling financially because of over-indulgence; they're struggling because their salary is barely enough to pay rent for a one bedroom studio apartment* [A-24-827]; *"I understand homes are unaffordable but \$180 a year for Netflix is out of line"* [A-24-827]. В рамках данной тактики могут использоваться риторические вопросы, синтаксические конструкции с противительными союзами, описание объекта, на который смещает внимание говорящий, производится преимущественно посредством лексических средств. В данных дискурсивных условиях тактика смещения акцентов получает актуализацию не очень часто, в основном коммуниканты обращают внимание на необходимость совершения социально одобряемых поступков, наличия хороших качеств, различные социальные факторы.

При реализации **тактики апелляции к авторитету** в интолерантном интернет-дискурсе авторитетом может являться признанный литератор; фольклорный жанр, религиозные тексты; известный фильм или песня и др. В отношении социальной группы богатых людей чаще всего имеет место быть апелляция к религиозным текстам, но также встречается цитирование известных личностей: *"The trouble with the rat race is that even if you win, you're still a rat"* – *Lily Tomlin* [A-23-616]. Высказывания, в которых происходит актуализация данной тактики, в весьма малом количестве встречаются в англоязычном дискурсивном сообществе. В рамках данной тактики маркерами являются вводные слова, указывающие на авторитетный источник, а также цитирование широко известных афоризмов в их типичных функциях в речи (универсализирующей, метаязыковой, регулятивной) как эффективного средства обобщения, объяснения и убеждения [12, с. 175–180]. Говорящий использует информацию выборочно, опирается на мнение людей, которое возможно использовать для подтверждения своей правоты, а следовательно, для убеждения аудитории в обоснованности и даже необходимости дискриминации.

Заключение. Основными коммуникативными стратегиями, которые получают актуализацию в англоязычном интолерантном интернет-дискурсе, являются стратегии дискредитации, положительной самопрезентации и манипулирования. В отношении социальной группы богатых людей наиболее употребительны тактики оскорбления, обвинения, поляризации, приписывания враждебных намерений и вынужденной интолерантности, относящиеся к коммуникативной стратегии дискредитации. Тактики легитимации интолерантности, прецедента, побуждения к интолерантности, угрозы не используются или практически не используются. Стратегии положительной самопрезентации и манипулирования носят вспомогательный характер и относящиеся к ним тактики не отличаются высокой частотностью

реализации при вербализации враждебности по отношению к социальной группе богатых людей. Тактики мнимого извинения, мнимого согласия, мнимой уступки, причисления себя к положительно воспринимаемой группе, апелляции к авторитету, переноса, обобщения в данных дискурсивных условиях используются редко. Большей частотностью реализации из тактик стратегий положительной самопрезентации и манипулирования характеризуются тактики приведения себя в пример и смещения акцентов. Наблюдается тенденция участников англоязычного дискурсивного сообщества выступать от своего имени, а не от имени своего класса по количеству материального достатка.

Отсутствие стремления к распространению интолерантности, легитимации интолерантности к социальной группе богатых людей может быть обусловлено отсутствием убеждений в обыденном сознании о том, что группа богатых людей может восприниматься в качестве уязвимой, а также спецификой восприятия концепта «богатство» в английской культуре. Традиционное, в большей степени положительное отношение к богатству как к источнику возможностей и гаранту счастливой жизни предположительно обуславливает низкий уровень враждебности по отношению к изучаемой социальной группе в целом. Как правило, коммуникантов побуждает к интолерантности не статус представителя группы богатых людей, а незаконные методы обогащения, отрицательные качества характера, социально не одобряемые модели поведения.

Чаще всего вербализация враждебности в отношении социальной группы богатых людей происходит в поликодовых текстах, где материалом-стимулом является информация о богатстве конкретного лица, организации, государства либо – в меньшей степени – о возможностях, советах по приобретению богатства. В редких случаях нетерпимость к богатству коммуниканты совмещают с иными формами дискриминации. В поликодовых текстах развлекательного характера либо текстах, раскрывающих тему практик привлечения богатства, степень враждебности минимальна или отсутствует: у участников дискурсивного сообщества, заинтересованных в данном типе материалов, иные коммуникационные цели.

Ввиду того что концепт «богатство» является одним из ключевых концептов, отношение к социальной группе богатых людей является своеобразным отражением языковой картины людей и отличается в разных дискурсивных сообществах. Определение прагмакоммуникативной специфики интолерантного дискурса будет способствовать искоренению вербализации враждебности в отношении любой социальной группы и более ответственному подходу при выборе речевых тактик в ходе коммуникации.

Список литературы

1. Гетман А. А. Концепты «богатство» и «бедность» в XXI в. (на материале англоязычных интернет-источников) // Мир науки, культуры, образования. 2013. № 6 (43). С. 324–328.
2. Камышанченко Е. А., Нерубенко Н. В. Сопоставительный анализ пословиц и поговорок английского и немецкого языков, репрезентирующих концепт «деньги» // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2012. № 1(12). С. 78–80.
3. Бредис М. А., Иванов Е. Е. Типология пословиц прибалтийско-финских народов России о богатстве и бедности (на европейском паремиологическом фоне) // Вестник угроветения. 2021. Т. 11, № 4. С. 607–615.
4. Мендешева М. М. Первопризнаки концептов *богатство* и *wealth* в русской и английской языковых картинах мира // Вестник Кемеровского гос. ун-та. 2021. Т. 23, № 4. С. 1060–1066.
5. Палагина А. Н. Тематическое разнообразие поликодовой актуализации концепта «богатство» в польскоязычном и русскоязычном сегментах видеохостинга YouTube // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатеchnологии. 2025. № 1 (291). С. 71–77.

6. Палагина А. Н. Тематическая классификация англо- и немецкоязычных видеоматериалов, посвященных богатству // Вестник Минского гос. лингв. ун-та. Сер. 1: Филология. 2024. № 5 (132). С. 101–111.
7. Палагина А. Н. Актуализация стратегии дискредитации в интолерантном дискурсе (на примере русского и польского языков) // «Благословенны первые шаги...»: сб. работ молод. исслед. Магнитогорск, 2023. С. 118–123.
8. Палагина А. Н. Анализ корпусных данных вербализации интолерантности к богатству // От слова к тексту, коммуникации, культуре: сб. ст. к 95-летию проф. А. Е. Супруна. Минск: Четыре четверти, 2024. С. 99–107.
9. Василенко Е. Н. Конфликт ценностей в интернет-коммуникации: когнитивный и прагмалингвистический аспекты. Могилев: МГУ им. А. А. Кулешова, 2022. 236 с.
10. Гордеева Н. В., Дятлова А. К. Концепт «богатство и бедность» в пословицах германских языков (на примере английского и немецкого языков) // Тенденции развития науки и образования. 2021. № 72–5. С. 58–60.
11. Гриченко Л. В. Концептуальная оппозиция «богатство-бедность» в пословичной картине мира русского народа // Балтийский гуманитарный журнал. 2016. Т. 5, № 3 (16). С. 31–35.
12. Иванов Е. Е. Функции афористических единиц в русском языке // Русистика. 2022. Т. 20, № 2. С. 167–185.

References

1. Getman A. A. Concepts “bogatstvo” and “bednost” in the XXI century (based on the material of English-language internet sources. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* [World of science, culture, and education], 2013, no. 6 (43), pp. 324–328 (In Russian).
2. Kamyshanchenko E. A., Nerubenko N. V. Comparative analysis of proverbs and sayings of the English and German languages representing the concept “den'gi”. *Filologicheskiye nauki. Voprosy teorii i praktiki* [Humanities. Questions of theory and practice], 2012, no. 1(12), pp. 78–80 (In Russian).
3. Bredis M. A., Ivanov E. E. Typology of proverbs of Baltic-Finnish peoples of Russia about wealth and poverty (on the European paremiological background). *Vestnik Ugrovedeniya* [Bulletin of Ugric studies], 2021, vol. 11, no. 4, pp. 607–615 (In Russian).
4. Mendesheva M. M. The primary signs of the concepts of *bogatstvo* and *wealth* in the Russian and English language pictures of the world. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of Kemerovo State University], 2021, vol. 23, no. 4, pp. 1060–1066 (In Russian).
5. Palahina A. N. Topical diversity of polycode actualization of the concept of wealth in the Polish-language and Russian-language segments of YouTube videohosting. *Trudy BGTU* [Proceedings of BSTU], issue 4, Print- and Media Technologies, 2025, no. 1 (291), pp. 71–77 (In Russian).
6. Palahina A. N. Topical classification of English- and German-language videomaterials, dedicated to wealth. *Vestnik Minskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta* [Bulletin of Minsk State Linguistic University], series 1, Philology, 2024, no. 5 (132), pp. 101–111 (In Russian).
7. Palahina A. N. Actualization of discreditation strategy in the intolerant discourse (on the example of the Russian and Polish languages). *Blagoslovenny pervyye shagi...: sbornik rabot molodykh issledovateley* [The first steps are blessed...: collection of works of young researchers]. Magnitogorsk, 2023, pp. 118–123 (In Russian).
8. Palahina A. N. Corpora data analysis of intolerance verbalization to wealth. *Ot slova k tekstu, kommunikatsii, kul'ture: sbornik statey k 95-letiyu professora A. E. Supruna* [From a word to a text, communication, culture: collection of articles for the 95th anniversary of Professor A. E. Suprun]. Minsk, Chetyre Chetverti Publ., 2024, pp. 99–107 (In Russian).
9. Vasilenko E. N. *Konflikt tsennostey v internet-kommunikatsii: kognitivnyy i pragmalingvisticheskiy aspekty* [Conflict of values in Internet communication: cognitive and pragmalinguistic aspects]. Mogilev, MGU imeni A. A. Kuleshova Publ., 2022, 236 p. (In Russian).

10. Gordeeva N. V., Dyatlova A. K. The concept “bogatstvo i bednost” in the proverbs of Germanic languages (with English and German as an example). *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya* [Tendencies of science and education development], 2021, no. 72–5, pp. 58–60 (In Russian).

11. Grichenko L. V. Conceptual opposition “bogatstvo-bednost” in the proverbial world picture of Russian nation. *Baltiiskiy gumanitarnyy zhurnal* [Baltic Humanities Journal], 2016, vol. 5, no. 3 (16), pp. 31–35 (In Russian).

12. Ivanov E. E. Functions of aphoristic units in the Russian language. *Rusistika* [Russian Language Studies], 2022, vol. 20, no. 2, pp. 167–185 (In Russian).

Информация об авторе

Палагина Алина Николаевна – магистр, аспирант кафедры теоретического и славянского языкознания. Белорусский государственный университет (ул. Карла Маркса, 31, 220030, г. Минск, Республика Беларусь). E-mail: alinapalagina2000@gmail.com. ORCID: 0009-0008-6220-3563.

Information about the author

Palahina Alina Nikolayevna – Master of Sciences, PhD student, the Department of Theoretical and Slavonic Linguistics. Belarusian State University (31 Karla Marksa str., 220030, Mogilev, Republic of Belarus). E-mail: alinapalagina2000@gmail.com. ORCID: 0009-0008-6220-3563.

Поступила 13.01.2026