ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

УДК 81'33

doi: 10.26907/2541-7738.2024.5.95-111

СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ И МИТИГАЦИИ КАК ФОРМЫ ПРОЯВЛЕННОСТИ СЕТЕВОЙ ЛИЧНОСТИ В КОНФЛИКТОГЕННОМ ДИСКУРСЕ

Е.С. Палеха

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, 420008, Россия

Аннотация

Настоящая статья посвящена проблеме речевого оформления конфликтогенного дискурса общественно значимой тематики. Описаны особенности современного сетевого текста в широком понимании, его отличия от медиатекста; выявлены смена роли автора и адресата, речевые функции, прагмаустановки пишущего, его стратегии речевого поведения в Сети. Выделены пять значимых существенных характеристик сетевого дискурса новой формации, предполагающего прямое или косвенное взаимодействие коммуникантов (явную диалогизацию). В качестве иллюстративного материала рассматривались каналы мессенджера «Телеграм» общественной тематики, освещающие острые социально-политические темы и имеющие неодинаковые читательские аудитории, разные коммуникативные задачи, а также презентующие различные целевые установки их авторов. На примере двух типичных для общественно-политического дискурса речевых стратегий – дискредитации и митигации, противоположных по своей прагманаравленности – показано, какое преломление они получают в современном сетевом потенциально конфликтном пространстве; как их тактическая реализация зависит от позиции автора, его личностных особенностей. Практические речевые данные приведены только в качестве иллюстраций и подробно освещены в других работах автора.

Ключевые слова: речевые стратегии, лингвокриминалистика, сетевая языковая личность, интернет-дискурс, вербальный конфликт, политическая лингвистика, прагмалингвистика

Пространство Сети в языкознании и речеведении изучается многоаспектно уже несколько десятилетий. Оно рассматривается как место для вербальных экспериментов, языковой свободы и брендинга Я-концепта. Ученые активно исследуют языковую специфику интернет-текста как разновидности медиатекста [1; 2], его лингвокультурологический аспект [3], потенциал экспрессивности, языковой игры [4–6] и др. Изучено понятие гипертекстуальности, введен термин «нетикет», обсуждается тема коммуникационной [7] и коммуникативной безопасности личности [8], частично описано языковое пространство блогосферы, телеграм-каналов [9–11].

Примечательно, что интернет-пространство сочетает в себе противоположные тенденции. Разножанровая публичность, речевая проявленность субъекта,

открытость коммуникативного поля удивительным образом сосуществуют с возможностями ложной идентичности личности, конструирования целевой ирреальной картины мира и стирания границ авторского «Я». И если во времена «догигабайтного» общения публичность, массовость взаимодействия все же предполагали выход из зоны ближайшего окружения говорящего, установку на открытость и принятие норм, правил говорения «вовне», то теперь, ввиду специфики пространства Сети, эти законы работают не в полной мере, а зачастую и вовсе отменяются. Наша гипотеза относительно новых особенностей интернет-коммуникации была ранее частично представлена в одной из работ [12] и основывалась на идее вербальной радикализации значительной части сетевого пространства, распространении дискommunikации как главной стратегии проявления авторского «Я», отчуждения нетикета как избыточного элемента при сохранении установки на масочность контактов. Мы предлагали ввести в оборот термин «радикализованный дискурс», под которым понимали «не только речевую пропаганду идей терроризма и экстремизма, распространение информации, содержащей призывы к осуществлению террористической деятельности либо обосновывающей/оправдывающей необходимость осуществления таковой», но и «речевые практики языковой агрессии и языкового насилия, ксенофобные нападки в комментариях соцсетей, контент, способствующий распространению “языка вражды” и чувства обострения разного рода социальных конфликтов у коммуникантов» [12, с. 61].

Поводом для написания настоящей статьи, развивающей уже озвученные идеи, стали наши размышления в процессе проведения судебной лингвистической экспертизы материалов экстремистской, радикальной и диффамационной тематики, полученных в ходе мониторинга социальных сетей, интернет-СМИ, мессенджеров правовыми и волонтерскими организациями по заявлению граждан и в рамках реализации различных госпрограмм. Начиная с февраля-марта 2022 г. количество таких спорных публикаций резко увеличилось в разных жанровых направлениях (статьи, интервью, посты, комментарии, мемы, демотиваторы и др.), что обусловлено совокупностью историко-политических, юридических и психолого-социальных факторов. В общей сложности более трех тысяч текстовых единиц, размещенных в разных каналах «Телеграм» общественно значимой тематики онлайн и имеющих спорную смысловую направленность, стали объектом нашего описания и комплексного лингвоанализа.

В качестве еще одного вводного замечания отметим, что современная научная библиотека изобилует исследованиями преимущественно по медиатексту, под которым понимается «динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций» [13, с. 11]. К числу значимых признаков такого текста, помимо массовости его адресата, также относят поликодовость и открытость [14]. Т.Г. Добросклонская отмечает, что традиционное понимание текста в применении к сфере интернет-СМИ расширилось и вышло «за пределы знаковой системы вербального уровня, приближаясь к семиотическому толкованию... которое подразумевает последовательность любых знаков» [15, с. 29]. Заметим, что возникающий в связи с этим вопрос о границах текста остается пока не решенным:

к примеру, текст статьи, размещенной на странице новостного портала, содержит собственно авторский текст, заголовок, подводку, фотосопровождение; однако существуют сомнения относительно того, следует ли включать в пространство такого текста комментарии читателей к статье, околотекстовую рекламу, рекомендованные к прочтению статьи на сходную тематику, которые гипотетический читатель будет видеть на полях интересующей его публикации, гиперссылки в самом теле статьи, отправляющие читателя к другим материалам портала или даже сторонним сайтам. Так или иначе вышеперечисленные элементы могут рассматриваться как фоновые гиперфакторы, которые оказывают определенное влияние на восприятие первичного авторского текста читателем, а значит, они отчасти являются составляющим (дополняющим) элементом первичного текста.

Вне исследовательского прицела остаются тексты авторской блогосферы, телеграм-каналов, комментинга, диджитал-постеры (мемы, демотиваторы, листовки, иллюстрации к постам) – для обозначения всей их совокупности до сих пор не имеется общепризнанного термина: сочетания «сетевой текст», «интернет-текст» все же нельзя назвать терминологичными, а между тем следует признать необходимость введения подобного понятия.

Напомним, что закон № 97-ФЗ от 5 мая 2014 г. «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей» (97-ФЗ) обязал обладателей интернет-ресурсов с аудиторией «более 3 000 посещений в сутки» регистрироваться в Роскомнадзоре, то есть фактически наложил определенные ограничения на контент и наделил блогеров рядом прав и обязанностей классических СМИ; при этом текстовое пространство соцсетей детальному научному осмыслению именно с позиций лингвистического знания подвергнуто не было. Имеются узко тематические исследования, в частности касающиеся отдельных жанров – YouTube-интервью, комментария, авторского блога, мемов [16–20], но значимой всеобъемлющей концепции дискурса блогосферы пока не выработано.

Думается, этому есть логичное объяснение. Язык, на котором вот уже более двух десятилетий люди общаются в мессенджерах и соцсетях, относят к письменной разновидности устной речи, а ее концепция, равно как и теория разговорного стиля речи, в современной науке о языке категории весьма разработанные.

Исторически сложилось так, что интернет-текст был в фокусе исследований, ранее занимавшихся изучением публицистических жанров – газетных текстов, текстов радио и ТВ. В.Г. Костомаров еще в своих ранних работах определил эстетику языка и прагматику подобных текстов как «основанную на единстве стандарта и экспрессии и их динамическом объединении» [21, с. 89]. Ученый полагал, что именно чередование экспрессивных и информативных блоков, субъективного и объективного помогает авторам СМИ удерживать внимание читателя и воздействовать на его отношение к прочитанному [21, с. 92], поэтому манипулятивная и оценочная функции массмедиа зачастую подавляют функцию объективной передачи информации – гносеологическую. В более поздних работах автора [22] отмечается, что массовая природа медийности значительно повлияла на

соотношение письменных и устных текстов, стерла границы между книжностью и разговорностью, а значит, уже в конце XX в. язык медиа осмыслялся как экспериментальная база для наблюдения за языком в моменте его трансформации, перерождения, обновления. Позднее о способности медиатекстов, особенно сетевых, отражать живую разговорную речь, трансформировать культурно-языковые клише писали Т.Г. Добросклонская [15], О.А. Гаврикова [23], Е.И. Горошко, Л.В. Павлова [24] и др.

А.В. Полонский полагает, что современные печатные, визуальные и онлайн-медиа следует рассматривать как некий контекст, в рамках которого освещаются все социальные события, закрепляются нравственно-эстетические поведенческие паттерны, формируется картина мира носителя языка, его когнитивно-аксиологический опыт (в дополнение к когнитивно-логическому) [25, с. 233]. Наша коллега Л.М. Салмина еще в монографии 2001 г. писала о том, что такой опыт «представляет собой неизбежное следствие и условие взаимодействия человека с миром» и «существенным образом влияет на моделирование поведения личности как члена данного социума» [26, с. 49]. Приведенный довод лишь подтверждает значимость научного осмысления не только сетевого медиатекста, но и текстового пространства соцсетей, пабликов, блогов во всех его жанровых проявлениях – с позиций коммуникативной прагматики прежде всего. Справедливости ради стоит отметить и тот факт, что зачастую провести четкую границу между медиаресурсом и соцсетью непросто (примером подобной «сложной» диагностики могут стать канал в мессенджере «Телеграм» или страница в социальной сети «ВКонтакте» агентства «РИА-новости»).

Завершая первую (вводную) часть нашего исследования, отметим пять важных, на наш взгляд, особенностей дискурса соцсетей, которые несколько выделяют их на фоне медиа- и интернет-текстов, а заодно и поднимают круг исследовательских и социальных вопросов и проблем, о которых пока массово в научном дискурсе не говорят.

Первое – соотношение спонтанного и условно контролируемого в речи: в соцсетях, блогах, тематических группах и каналах мессенджеров спонтанности гораздо больше, чем в медиапространстве, где тексты вычитываются редакторами, «подгоняются» под корпоративную политику издания и требования закона. Элементы цензуры вводятся в некоторых соцсетях (например, в запрещенной на территории РФ сети Instagram), модераторы которых реагируют на нецензурную лексику в постах, комментариях, этнофолизмы, а также на слова «секс», «деньги», «лечить» в рекламном контенте. Обойти такую цензуру помогает графическая замена буквенных элементов или эвфемизация понятий. При этом контент в блогах и на страницах пользователей не маркируется возрастными ограничениями, не верифицируется авторами (то есть не подвергается проверке на истинность) и т. д., а следовательно, он представляет собой зону риска для проявленности фактов речевой агрессии или распространения недостоверной информации.

Второе – размытость границ между авторским контентом и контентом гипертекстовой природы (упоминали об этом чуть выше), что поднимает проблему ответственности субъекта за распространение нелегитимного, нарушающего чьи-либо права или ложного контента. Так, остаются нерешенными следующие

вопросы: предполагает ли репост сторонней публикации на личную страницу пользователя, страницу группы или в тематический канал ответственность за распространение противоправного контента; должно ли использование чужой оформленной цитаты с комментарием о несогласии автора с позицией цитируемого рассматриваться с позиций лингвокриминалистики как спорный контент, подлежащий анализу и судебному рассмотрению: ведь, несмотря на несогласие, автор распространяет текст, способствует тому, чтобы его увидело большее количество пользователей. С научных позиций требуется переосмыслить понятия автора и адресата сетевого текста, механизмов диалогизации и отражения структуры языковой личности в Сети, поскольку сетевая личность не просто потребляет контент – она всегда коммуницирует с сетевой личностью «Другого» (исходим из позиции: у любого сетевого текста есть автор, хотя вскоре ввиду расцвета искусственного интеллекта, способного продуцировать тексты любой природы, и этот постулат может быть оспорен) и выступает неким «отраженным» автором.

Третье – сетевая коммуникация уже давно не является лишь зоной обмена текстами-репликами, текстами-высказываниями по примеру привычного нам диалога (имеем в виду следующие феномены: посты и реакции на них, подкасты/интервью с экспертами или селебрити и комментарии к ним, комментарий и ответ на него в дереве комментариев, объявление о вакансии и отклик на него). Взаимодействие в интернет-пространстве напоминает, скорее, обмен взаимно направленными (ответ на комментарий) или массово ориентированными (пост, сторис, прямой эфир, статус) вербализованными и невербализованными действиями субъектов. Примером вербализованного действия может стать комментарий-похвала, комментарий-критика или комментарий-дискуссия под публикацией в СМИ или блоге, невербализованного – (дис)лайк под видео или постом, сохранение его в закладки, репост, отметка человека или страницы в сторис/статусе, реакция на видео, приглашение вступить в закрытую группу и т. д. В подобных случаях мы также сталкиваемся с вопросом правовой оценки: если контент попадает под категорию запрещенного для распространения в публичном пространстве, то как следует расценивать подобные речевые и неречевые действия? Лайки, комментарии, репосты повышают популярность публикации и тем самым косвенно способствуют ее распространению, аккумулируя ее сетевой рейтинг именно через взаимодействие с ней. Или, к примеру, отклик на вакансию на сайте или в приложении с объявлениями – это сообщение текстовой природы или текст, который сопровождает лично значимый поступок – решение пользователя о пригодности вакансии?

Уместным в обозначенной связи кажется использование понятия когнитивной лингвистики – фрейма – применительно к сетевой коммуникации. Одно из классических его пониманий восходит к концепциям И. Филлмора, Э. Гоффмана, Г. Бейтсона и презентует его как «схему, сценарий, когнитивную модель» или «единицу знаний, организованную вокруг некоторого понятия» и соединяющую «несколько видов информации: использование, что следует ожидать затем, что делать, если ожидания не подтвердятся» [27, с. 542]. Можно смело утверждать, что сетевая личность обладает рядом навыков: 1) ориентации в интернет-пространстве и его когнициирования (вход), 2) выбора стратегии коммуникативного

ответа на стимулы пространства (ориентация), 3) реализации стратегии в конкретной коммуникативной тактике (действие), 4) оценивания потребности в развитии, продолжении сетевого диалога в конкретном сетевом контакт-случае (рефлексия). Этот фрейм сетевого поведения отражает схему псевдосоциальных контактов и ситуаций их психологического проживания.

Четвертая особенность связана со сменой соотношения коммуникативных функций в сетевом общении. Если за сетевым медиатекстом закрепляют, помимо основной информационной функции, «консолидирующую, адаптирующую и собственно формирующую» [5, с. 59], то блогинг как главная стратегия инфлюэнс-маркетинга, а также общение в комментариях под новостными статьями, постами или отзывами на товары и услуги и даже поисковики, выдающие информацию по запросу пользователя, в полной мере реализуют функции регулятивную и волюнтаривную (помогают принять решение и сформировать желание). Новое преломление получает и фатическая функция: роль «социальных поглаживаний» выполняют не только комментарии и лайки, но и скроллинг новостной или блогерской ленты («я в контакте с социумом и миром», «я в курсе происходящего»). При этом, поскольку реального контакта не происходит, а дофаминопроизводящая система эксплуатируется, человек в Сети все чаще выбирает стратегии конфликта, эпатажа, дискommunikации. Так, согласно данным Р.А. Абдуллаевой, негативные комментарии в Интернете оставляют чаще без просьбы об отзыве, а люди, которые проводят онлайн от двух-трех часов в день, более других склонны выбирать стратегии критики, «хейта», диффамации [28].

Пятая особенность следующая: установка на диалогизацию на уровне поступков, фреймирование коммуникации, стирание границ между автором/адресатом сетевого сообщения, иные приоритетные функции взаимодействия личностей в блогах, каналах мессенджеров и соцсетях и многое другое – все это делает немедийное и околomedийное сетевое пространство повышенно конфликтным, а в крайних случаях – радикализованным. В нашем раннем исследовании мы уже отмечали потенциальную конфликтность интернет-среды [12], объясняя ее природой Сети и принципами личностного поведения в ней. Добавим сюда усиливающееся в последние годы разделение сетевого пространства и его участников на «своих» и «чужих» (по Е.В. Кишиной, наследие политического, а ранее историко-культурного дискурса [29]), причем набор критериев разделения все более усложняется: политическая, религиозная или философская позиция субъектом может напрямую и не высказываться, но проявляться в ряде его сетевых фреймов. При этом речевое поведение сетевой личности для специалистов по прагмалингвистике, психолингвистике может стать маркером социальных девиаций, приверженности потенциально опасным умонастроениям (например, колумбайн, ваххабизм), сектам («Аум Синрикё», «Свидетели Иеговы»), а значит, может использоваться в программах социальной профилактики.

В качестве примера того, как проявляется коммуникативная конфликтность интернет-среды в преломлении речевых стратегий разных типов языковых личностей, нами были рассмотрены две противоположные по эмоционально-интенциональной направленности, прагмаустановке стратегии – дискредитация и митигация. Обе стратегии характеризуются как типичные для общественно-по-

литического или так называемого парламентского дискурса, а потому выбраны нами как публично и медийно уместные приемы ведения диалога с очевидными оппонентами. Их оппозицию можно условно описать как «жесткое» и «мягкое» вербальное противостояние.

Стратегия дискредитации (от фр. *discrediter* – ‘подрывать доверие’) зачастую рассматривается как одна из форм проявления речевой агрессии в предвыборном политическом дискурсе или медиадискурсе [30, с. 3]. Целью ее является создание у массового адресата негативного образа какого-либо субъекта или события. Ее природа «я»-центрична: за счет умаления достоинств другого автор стремится прямо или косвенно возвеличить себя. Ее языковым выражением становятся утверждения о фактах прошлого с негативным смысловым компонентом, оценочные суждения и дефиниции, символические коннотации, иронические зарисовки, намеки и прочие речевые инструменты.

Стратегия митигации (от лат. *mitigare* – ‘смягчать’, ‘ослаблять’) не имеет фиксированной трактовки, но чаще рассматривается как реализованное в речи желание общающегося избежать возможных коммуникативных рисков и найти оптимальные тактики их минимизации в целях сохранения статус-кво, лица говорящего, ситуации сетевого мира [31–35]. Ее языковым выражением становятся этикетные формулы, фатические высказывания, оформленное авторское мнение говорящего, эвфемизация, образные и прямые диминутивы и т. д.

С позиции информационно-коммуникативной безопасности вторая стратегия предпочтительна в массовой среде: она по сути неконфликтна, ориентирована «вовне», хотя и допускает возможное несогласие с адресатом, не нарушает эмоционального баланса в диалоге, нацелена на выстраивание взаимодействия, не несет деструктивных последствий для личности автора/адресата, не попадает в поле правовой и лингвокриминалистической оценки.

В качестве иллюстраций приведем некоторые примеры из телеграм-каналов общественно-значимой тематики (были выбраны каналы, различающиеся по охвату аудитории, авторские и тематические, с разными сетевыми личностями авторов – по возрасту, гендеру, транслируемой общественной позиции):

– «Павел Островский» (191 138 подписчиков, <https://t.me/pavelostrovski>, авторский канал широкой общественной тематики, в том числе религиозной, ориентирован на взрослую православную аудиторию РФ),

– «БП Онлайн» (68 172 подписчика, <https://t.me/bponline>, новостной канал с групповым автором, авторы – женщины),

– «Екатерина Мизулина» (751 322 подписчика, https://t.me/ekaterina_mizulina, авторский канал правозащитной направленности, ориентирован на молодежь),

– «Кристина Потупчик» (139 307 подписчиков, <https://t.me/krispotupchik>, авторский канал общественно-политической, историко-просветительской направленности, ориентирован на образованную аудиторию среднего возраста),

– «Дмитрий Медведев» (1 368 359 подписчиков, https://t.me/medvedev_telegram, авторский канал с широкой аудиторией).

Среди публикаций каждого канала можно найти речевые примеры и стратегии дискредитации, и стратегии митигации, однако разными являются их количественное соотношение и тактики речевого воплощения.

Так, в канале «Кристина Потупчик» при всей его смысловой смелости и эпатажности наряду со стратегией дискредитации регулярно используется тактика смягчения оценки, при этом интенция очернить образ противника сохраняется (автор актуализирует концептуальную оппозицию «Россия – США»). К примеру, в рамках одной публикации сначала дается эвфемистичная негативная оценка, затем используется достаточно жесткая тактика доведения ситуации до абсурда:

*«Все-таки американская система медицинской помощи с каждым годом становится все более **странной** (митигация. – Е. П.). В пяти штатах разрешили доступ к ней людям, недавно вышедшим из тюрьмы. Обосновывается это тем, что им нужна поддержка при интеграции в социум, а потому для них такая возможность предоставляется по сути просто так. **То есть какой-нибудь студент в кредитах и приезжий работага никакой помощи не получают, а вот отсидевший преступник – вполне. Или по логике законодателей теперь честные, но бедные граждане должны совершать преступления, чтобы для них такие возможности открылись?** (дискредитация. – Е. П.)»¹.*

В целом комбинация дискредитирующих прямых утверждений о фактах и мягкой митигативной оценки характерна для женского стиля автора канала. Текст следующей публикации начинается с жесткой стратегии, а завершается мягкой – в целом создается «минус»-образ и правительства Японии, и американских военных:

*«С бесчинствами американских военных на Окинаве все не так просто – случаев **преступлений сексуального характера** там еще больше. Судя по всему, чиновники совместно с американцами хотели замять дело, но не получилось. Причем известно о них еще с прошлого года, но обвинений так никому и не предъявили. Но это все мелочи. Токио умудрился забыть, кто на Японию ядерные бомбы сбрасывал, а подобные **американские шалости** (митигация. – Е. П.) для него вообще не проблема»².*

Другой автор-женщина, ведущая канала «Екатерина Мизулина», гораздо более сдержанна в оценках и склонна заменять языковую оценочность на смысловую оценку с позиций права – в итоге текст с точки зрения языка выглядит нейтрально, однако воспринимается как сообщение о преступлении или нелцеприятном поступке именно благодаря оценке автора как носителя правовой экспертизы: на уровне языка это выражается в использовании юридической терминологии, примет официально-делового стиля речи. Приведем один из множества типичных контекстов:

*«Получили **ответ от Прокуратуры Воронежской области по небезызвестной ситуации с досмотром на ЕГЭ. Как сообщается в ответе, по результатам проверки фактов принуждения к снятию одежды не выявлено. Вместе с тем проверка показала, что осуществление досмотра проведено с нарушением закона, в связи с чем губернатору региона внесено представление об устранении нарушений, виновные должностные лица были привлечены к дисципли-***

¹ <https://t.me/krispotupchik/10599>.

² <https://t.me/krispotupchik/10598>.

плинарной ответственности. В отношении сотрудников ППЭ составлены протоколы об административном правонарушении. Также в СУ СК региона проводится доследственная проверка по сообщению о халатности и самоуправстве сотрудников пункта проведения экзамена»³.

Примечательно, что автор настойчиво использует официальную «мы»-форму повествования, хотя и ведет авторский канал единолично: *«История вызвала широкий общественный резонанс в регионе, а семья мальчика обратилась ко мне. На днях мы получили ответ от Прокуратуры Свердловской области...»⁴*. Считаем, что подобную манеру подачи социально острой информации можно рассматривать в рамках митигативных стратегий.

Гораздо реже комбинация митигативной иронии и жестких утверждений негативной (зачастую правовой) направленности наблюдается в телеграм-стиле автора канала «Дмитрий Медведев»:

*«Столтенберг надеется на членство Украины в НАТО к 2034 году. **Вот, право слово, молодец!** Это ответ честно человека (митигация. – Е. П.). К 2034 году ни одного из нынешних руководителей стран НАТО не останется на своих местах. Часть из них будет на пенсии или в лучшем из миров / в аду (выбрать требуемое). И самой страны 404 не будет (дискредитация. – Е. П.)»⁵.*

Однако стратегия дискредитации представителей группы «Они/чужие» в канале автора-мужчины с высоким должностным положением превалирует, причем в самых крайних вариантах речевого оформления при сохранении той же концептуальной оппозиции «Россия – недружественные страны». На уровне речевых особенностей она проявляется следующим образом:

а) использование грубой, обсценированной или жаргонной номинативной лексики для достижения эффекта гиперболизации (*«Это не детская игра в спички или невинная шалость с зеленкой. Это прямое содействие тем **выродкам**, которые сегодня обстреливают наши города»*);

б) использование тактики предсказания наказания за содеянное (*«Все недодля, которые совершают преступления на избирательных участках или рядом с ними (поджоги, вандализм и пр.), должны помнить, что они могут быть привлечены к ответственности отнюдь не по ст. 141 УК РФ “Воспрепятствование осуществлению избирательных прав или работе избирательных комиссий”. Они – предатели, и их деяния могут быть квалифицированы гораздо строже: по ст. 275 УК РФ – государственная измена в форме оказания иностранному государству какой-либо помощи в период войны... Криминальные активисты на избирательных участках должны осознавать, что за свой поступок могут загреметь лет на двадцать особого режима...»⁶*);

в) уничтожение – смысловое, графическое (написание со строчной буквы имени собственного: *«...и с ними **изображающий из себя президента несуществующей страны латвии ничтожество по фамилии ринкевичс, пожелавший смерти России»⁷***);

³ https://t.me/ekaterina_mizulina/9670.

⁴ https://t.me/ekaterina_mizulina/9673.

⁵ https://t.me/medvedev_telegram/514.

⁶ https://t.me/medvedev_telegram/466.

⁷ https://t.me/medvedev_telegram/465.

г) угроза возмездия, оформленная в категориях будущего времени («*И там же будут болтаться убудки, обстреливающие мирных жителей наших городов... Memento mori!*»⁸);

д) тактика высмеивания.

Кстати, использование грубой лексики, этнофолизмов в других исследованных нами каналах встречалось крайне редко и исключительно в иронических контекстах, контекстах с намеками (более мягкий вариант дискредитации), например в канале «БП онлайн».

Близкий к нейтральному эмоциональный градус публикации с дискредитирующими данными автору удастся сохранить благодаря множественным вводным и ссылочным конструкциям – практически в каждом сложном предложении с уничтожающими деловую честь солдата фактами: «...и об этом пишут не российские СМИ, и суд проходит не в Москве; об этом пишут чешские сми, и суд проходит в Праге»; «по словам прокурора Мартина Биле...»; «согласно материалам»; «согласно обвинительному заключению»; «по словам свидетелей» и т. д. Такой вариант стратегии по прагматике ближе к митигации, чем к открытому обвинению.

Автор канала «Павел Островский» в целом тяготеет к митигации, даже если в тексте высказывается явная критика. Так, нередко пишущий использует известный в риторике «прием бутерброда», когда критическое замечание предваряется и закрывается похвалой, например: «*Сегодня с женой сходил на Всероссийский парад семьи, чтобы лично поддержать это важнейшее начинание. Надеюсь, что данный парад станет не только традиционным для страны, но и приобретет грандиозный масштаб. От себя хочу добавить небольшую ложку дегтя – официальную часть финального концерта надо бы делать в разы меньше, ибо это просто лютая скукота: слушать 20 минут о достижениях выставки “Россия”... Детей маленьких надо щадить, а не приучать с малолетства, что официальные мероприятия – это долго и нудно. :) Сам же парад был очень крутецким – организаторам поклон*»⁹. Литота (небольшая ложка дегтя), использование пунктуационного смайла сразу после высказывания с критикой – маркеры стратегии смягчения.

Таким образом, анализ показал наличие разных способов речевой реализации стратегий дискредитации и митигации в каналах со сходными тематическими направлениями, но с разным позиционированием, неодинаковой степенью проявленности авторского начала, различными коммуникативными задачами и потенциальными адресатами.

Авторы каналов с прозрачной политической повесткой (пророссийской, близкой к официальной) чаще оперируют прямыми стратегиями дискредитации, построенными на утверждениях о фактах, ссылках на источники информации. Явной негативной оценки избегают, подают ее в ироническом ключе или подкрепляют правозащитной позицией.

Исключение составляет канал с названием «Дмитрий Медведев». Он также содержит значительную долю правовых контекстов, однако они поданы через тактики угроз или возмездия. Оценка зачастую имеет номинативную форму выра-

⁸ https://t.me/medvedev_telegram/465.

⁹ <https://t.me/pavelostrovski/9176>.

жения (она более «жесткая», чем оценка адъективная). В обозначенном смысле канал являет собой образец текстов-дебатов с элементами классических парламентских речей, воззваний (см. об этом в работах у Я.А. Волковой, Н.Н. Панченко, Н.М. Головиной [37; 38]). Социальный статус сетевой языковой личности автора канала значительно выше, чем у авторов других каналов – отсюда и бóльшая речевая смелость, эмоциональная хлесткость.

Каналы авторов-женщин ожидаемо содержат больше примеров митигативных стратегий, эвфемистичных оценок, риторических приемов для смягчения дискредитирующих фактов, что в целом, скорее, опровергает теорию некоторых авторов об отсутствии гендерных различий в смыслопорождении, лексико-семантических предпочтениях политиков [39] – в текстах телеграм-каналов они есть, хоть и не такие значительные.

Речевой рисунок канала «Павел Островский» можно охарактеризовать как ориентированный на прямые эксплицитные оценки, данные хотя и при помощи разговорной лексики, но адъективно, «мягко», и фактологичность, доказательность. Здесь можно наблюдать определенную сдержанность как в стратегии дискредитации, так и в стратегии митигации, что отражает позиционирование автора (священнослужитель, блогер и общественный деятель).

Как видно, языковое оформление, речевая подача, прагматика контента разных каналов мессенджера «Телеграм» отражают и сетевую языковую личность его автора/авторов, и идеологическую позицию, и социальный статус, и половозрастные характеристики. Следует признать, что специфика телеграм-канала с точки зрения жанра позволяет отнести его к разновидности онлайн-дневников с определенной долей саморедактуры, а значит, и в содержании, и в форме его представления находят отражение спонтанные личностные эмоции. Взаимодействие с адресатом происходит постоянно (у части каналов открыта возможность комментирования, постановки реакций, пользователи могут отправить сообщение автору в мессенджер), что помогает ведущим каналов управлять контентом (например, выкладывать отдельные комментарии, заблокировать пользователя, если он нарушает нетикет или личные границы кого-либо из участников коммуникации) на уровне речевого поступка. Автор канала «Екатерина Мизулина» открыто пишет, почему комментарии в ее публикациях закрыты – это способ защитить аудиторию от чрезмерной речевой агрессии, визуального насилия, то есть автор канала чувствует собственную ответственность в том числе и за комментарии других пользователей в ее авторском пространстве, и за конфликтность информационного поля, которое создается дискурсом повестки канала.

Указанные признаки демонстрируют отличие подобных сетевых контактов от медиалингвистики. Настоящее исследование имеет несколько вариантов продолжения: проводится контент-анализ использования конкретных лексем, вычисляется математическое соотношение степени речевой эмоциональности текста публикации и количества реакций пользователей, рассматриваются иные стратегии самопрезентации авторов и воздействия на аудиторию в ракурсе политической лингвистики, социолингвистики, психолингвистики.

Конфликт интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Источники

- 97-ФЗ – Федеральный закон № 97-ФЗ от 5 мая 2014 г. «О внесении изменений в Федеральный закон “Об информации, информационных технологиях и о защите информации” и отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам упорядочения обмена информацией с использованием информационно-телекоммуникационных сетей». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201405050068>, свободный.

Литература

1. Ульянова М.А. Интернет-дискурс как жанр электронной коммуникации // Наука и современность. 2011. № 11. С. 349–354.
2. Интернет-коммуникация как новая речевая формация / Е.И. Горошко, Е.Н. Галичкина, М.С. Рыжков [и др.]; науч. ред. Т.Н. Колокольцева, О.В. Лутовинова. М.: Флинта: Наука, 2012. 323 с.
3. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2009. 519 с.
4. Сиротинина О.Б. Медиалингвистика или медиастилистика? // Медиалингвистика. 2015. № 2 (8). С. 17–23.
5. Клушина Н.И., Байгожина Д.О., Тахан С.Ш. Медиатизация: стилистический вектор // Верхневолж. филологич. вестн. 2019. № 2. С. 57–62.
6. Золотарева Л.А., Андреева И.Г. Особенности заголовков в интернет-маркетинге (на примере YouTube, netology.ru, habr.com) // Мир русского слова. 2020. № 4. С. 39–48. <https://doi.org/10.24411/1811-1629-2020-14039>.
7. Покровская Е.М., Озеркин Д.В. Проблема манипуляционного воздействия на человека в информационно-коммуникационном пространстве // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 5. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=7268>, свободный.
8. Палеха Е.С. Лингвоэкология как фактор информационно-коммуникативной безопасности в сети Интернет // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2019. Т. 161, кн. 5–6. С. 117–126. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2019.5-6.117-126>.
9. Ляховенко О.И. Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России // Galactica Media: J. Media Stud. 2022. № 1. С. 114–144. <https://doi.org/10.46539/gmd.v4i1.230>.
10. Ванько Т.Р. Синтаксические параметры политической коммуникации в блогосфере // Вестн. МГЛУ. Гуманит. науки. 2020. Вып. 11 (840). С. 21–35.
11. Шапошников В.А. Преодоление коммуникативного вакуума в блогосфере // Ярославский педагогический вестник. 2014. № 1. С. 141–144.
12. Палеха Е.С. Радикализованный дискурс: понятие, структура, особенности // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2022. Т. 164, кн. 5. С. 59–73. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2022.5.59-73>.
13. Современный медиатекст / Отв. ред. Н.А. Кузьмина. Омск, 2011. 414 с.
14. Казак М.Ю. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии // Медиалингвистика. 2014. Т. 1, № 4. С. 65–76.
15. Добросклонская Т.Г. Медиатекст: теория и методы изучения // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 28–34.
16. Палеха Е.С., Садыкова И.А. Комментарии пользователей социальных сетей: еще раз к вопросу об агрессивном тексте // Филология и культура. Philology and Culture. 2018. № 2 (52). С. 98–101.

17. *Палеха Е.С.* Воздействующий потенциал Youtube-интервью: психология жанра и феномен популярности // Психология личностного и профессионального развития человека: материалы Седьмой конференции психологов образования Сибири (Иркутск, 20–21 июня 2022 г.). Иркутск: Изд-во ИГУ, 2022. С. 504–508. 1 электронный оптический диск (CD-ROM). <https://doi.org/978-5-9624-2060-8.2022.1-652>
18. *Степанова Л.Н.* Типология комментария в условиях перехода в Сеть (на основе лексикографического анализа) // Учен. зап. ТНУ им. В.И. Вернадского. Сер. «Филология. Социальные коммуникации». 2013. Т. 26 (65), № 1. С. 398–403
19. *Карпоян С.М.* Функции комментария на различных коммуникативных платформах социальных сетей // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. Т. 1. № 11-2. 2015. С. 242–245.
20. *Бабикина М.Р.* Интернет-мемы как инструмент soft-power – технологии миромоделирования современной молодежи // Политическая лингвистика. 2021. № 5 (89). С. 116–121. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_05_13.
21. *Костомаров В.Г.* Русский язык на газетной полосе: некоторые особенности языка современной газетной публицистики. М.: Изд-во МГУ, 1971. 267 с.
22. *Костомаров В.Г.* Наш язык в действии: очерки современной русской стилистики. М.: Гардарики, 2005. 287 с.
23. *Гаврикова О.А.* Прагматика кликбейтинга в интертекстуальном пространстве медиадискурса: дис. ... канд. филол. наук. Уфа, 2020. 204 с.
24. *Горошко Е.И., Павлова Л.В.* Лингвистика новых медиа как один из вызовов лингвистической традиции прошлого // Вопр. психолингвистики. 2015. № 2 (24). С. 43–54.
25. *Полонский А.В.* Медиалект: язык в формате медиа // Научные ведомости. Сер. Гуманит. науки. 2018. Т. 37, № 2. С. 230–240.
26. *Салмина Л.М.* Коммуникация. Язык. Мышление. Казань: ДАС, 2001. 168 с.
27. *Жеребило Т.В.* Словарь лингвистических терминов. Назрань: Пилигрим, 2010. 485 с.
28. *Абдуллаева Р.А.* Анализ влияния социальных сетей на жизнь современного общества // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2015. № 9-3. С. 542–546.
29. *Кишина Е.В.* Семантическая оппозиция «свой – чужой» как реализация идеолого-манипулятивного потенциала политического дискурса // Вестн. КемГУ. 2011. № 4 (48). С. 174–179.
30. *Лисюткина И.С.* Динамика реализации стратегии дискредитации в медиадискурсе 1950–2019 гг.: на материале русского и английского языков: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2021. 25 с.
31. *Труханова Д.С.* Митигативные стратегии и тактики в современном российском парламентском дискурсе: автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2021. 25 с.
32. Watts R.J., Ide S., Ehlich K. (Eds.) *Politeness in Language: Studies in Its History, Theory and Practice*. Ser.: Mouton Textbook. Berlin, New York, NY: De Gruyter Mouton, 2005. 404 p. <https://doi.org/10.1515/9783110199819>.
33. *Шаховский В.И.* Диссонанс экологичности в коммуникативном круге: человек, язык, эмоции. Волгоград: ИП Поликарпов И.Л., 2016. 504 с.
34. *Эзех А.О.* Коммуникативное смягчение в директивных речевых актах (на материале русско- и немецкоязычного диалогического дискурса): дис. ... канд. филол. наук. М., 2018. 199 с.
35. *Воинова Е.А.* Медиатизация политики как феномен новой информационной культуры: дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 237 с.

36. Ван Дейк Т.А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / Пер. с англ. Е. Переверзев, Е. Кожемякин. М.: URSS, 2013. 344 с.
37. Головина Н.М. Парламентские «непарламентские выражения»: речевая агрессия как риторическая стратегия в парламентском дискурсе // *Вопр. психолингвистики*. 2019. № 3. С. 200–215. <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2021.06.27>.
38. Волкова Я.А., Панченко Н.Н. Деструктивность в политическом дискурсе // *Вестн. РУДН. Сер.: Лингвистика*. 2016. Т. 20, № 4. С. 161–178. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2016-20-4-160-178>.
39. Верзун А.Б. Гендерная атональность политического дискурса: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2005. 24 с.

Поступила в редакцию 10.07.2024

Принята к публикации 05.09.2024

Палеха Екатерина Сергеевна, кандидат филологических наук, доцент, старший научный сотрудник Научно-экспертной лаборатории экспертиз социогуманитарного профиля

Казанский (Приволжский) федеральный университет
ул. Кремлёвская, д. 18, г. Казань, 420008, Россия
E-mail: katerina.paleha@gmail.com

ISSN 2541-7738 (Print)

ISSN 2500-2171 (Online)

UCHENYE ZAPISKI KAZANSKOGO UNIVERSITETA. SERIYA GUMANITARNYE NAUKI
(Proceedings of Kazan University. Humanities Series)

2024, vol. 166, no. 5, pp. 95–111

ORIGINAL ARTICLE

doi: 10.26907/2541-7738.2024.5.95-111

Discreditation and Mitigation Strategies as Two Forms of Online Identity Expression in Conflict-Generating Discourse

E.S. Palekha

Kazan Federal University, Kazan, 420008 Russia

E-mail: katerina.paleha@gmail.com

Received June 10, 2024; Accepted August 5, 2024

Abstract

This article explores the language of conflict-generating discourse in socially important contexts using the methods of complex linguo-stylistic and communicative analysis, elements of content and intent analysis, conceptual and discourse analysis, etc. The characteristics of contemporary online texts, in a broad sense, were identified. Their differences from media texts were outlined. The shifting roles of the author and audience, verbal functions, and the writer's pragmatic intentions and communication strategies on the internet were revealed. Five key characteristics of this new form of online discourse, involving either direct or indirect interaction between the communicators (explicit dialogization), were singled out. The study is based on a number of public Telegram channels that focus on burning socio-political issues, each catering to diverse audiences, fulfilling different communication tasks, and reflecting the distinct objectives of their authors. Two speech strategies typical of socio-political discourse – discreditation and mitigation, which are opposite in their pragmatic aims – were examined. Their manifestations in the modern, potentially conflict-generating online space were demonstrated. Particular attention was given to the tactical implementation of these strategies and how it depends on the author's stance and personal qualities. The speech examples under study were taken from previous works and provided here for

illustration purposes only. The conclusion was made about the interrelation between the speech strategies and tactics used by the authors of Telegram channels and their social status, content focus, and gender. The results obtained are relevant for understanding how individuals express their identity online, as well as for increasing the safety of online interaction, promoting the principles of language ecology, and preventing excessive radicalization in the online environment.

Keywords: speech strategies, forensic linguistics, online linguistic identity, internet discourse, verbal conflict, political linguistics, pragmalinguistics

Conflicts of Interest. The author declares no conflicts of interest.

References

1. Ul'yanova M.A. Internet discourse as a genre of electronic communication. *Nauka i Sovremennost'*, 2011, no. 11, pp. 349–354. (In Russian)
2. Goroshko E.I., Galichkina E.N., Ryzhkov M.S., et al. *Internet-kommunikatsiya kak novaya rechevaya formatsiya* [Internet Communication as a New Form of Speech]. Kolokol'tseva T.N., Lutovinova O.V. (Eds.). Moscow, Flinta, Nauka, 2012. 323 p. (In Russian)
3. Lutovinova O.V. Lingvocultural characteristics of virtual discourse. *Cand. Philol. Diss.* Volgograd, 2009. 519 p. (In Russian)
4. Sirotinina O.B. Media linguistics or media stylistics? *Medialingvistika*, 2015, no. 2 (8), pp. 17–23. (In Russian)
5. Klushina N.I., Baigozhina D.O., Takhan S.Sh. Mediatization: A stylistic vector. *Verkhnevolzhskii Filologicheskii Vestnik*, 2019, no. 2, pp. 57–62. (In Russian)
6. Zolotareva L.A., Andreeva I.G. The specifics of headlines in internet marketing (based on YouTube, netology.ru, and habr.com). *Mir Russkogo Slova*, 2020, no. 4, pp. 39–48. <https://doi.org/10.24411/1811-1629-2020-14039>. (In Russian)
7. Pokrovskaya E.M., Ozerkin D.V. The problem of manipulative impact on a person in the information and communication space. *Sovremennye Problemy Nauki i Obrazovaniya*, 2012, no. 5. URL: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=7268>. (In Russian)
8. Palekha E.S. Linguoecology as a factor of information and communication security on the Internet. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2019, vol. 161, no. 5–6, pp. 117–126. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2019.5-6.117-126>. (In Russian)
9. Lyakhovenko O.I. Telegram channels within the system of expert and political communication in modern Russia. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 2022, no. 1, pp. 114–144. <https://doi.org/10.46539/gmd.v4i1.230>. (In Russian)
10. Van'ko T.R. Syntactic parameters of political communication in the blogosphere. *Vestnik MGLU. Gumanitarnye Nauki*, 2020, no. 11 (840), pp. 21–35. (In Russian)
11. Shaposhnikov V.A. Overcoming the communication vacuum in the blogosphere. *Yaroslavskii Pedagogicheskii Vestnik*, 2014, no. 1, pp. 141–144. (In Russian)
12. Palekha E.S. Radicalized discourse: Definition, structure, and features. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2022, vol. 164, no. 5, pp. 59–73. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2022.5.59-73>. (In Russian)
13. *Sovremennyy mediatekst* [Modern Media Text]. Kuz'mina N.A. (Ed.). Omsk, 2011. 414 p. (In Russian)
14. Kazak M.Yu. Modern media texts: Problems of identification, delimitation, and typology. *Medialingvistika*, 2014, vol. 1, no. 4, pp. 65–76. (In Russian)
15. Dobrosklonskaya T.G. Media text: Theory and methods of studying. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika*, 2005, no. 2. pp. 28–34. (In Russian)
16. Palekha E.S., Sadykova I.A. Comments of social network users: Once again on the issue of aggressive text. *Filologiya i Kul'tura. Philology and Culture*, 2018, no. 2 (52), pp. 98–101. (In Russian)
17. Palekha E.S. The influencing potential of YouTube interviews: Psychology of the genre and the phenomenon of popularity. *Psikhologiya lichnostnogo i professional'nogo razvitiya cheloveka: materialy Sed'moi konferentsii psikhologov obrazovaniya Sibiri* (Irkutsk, 20–21 iyunya 2022 g.). [The Psychology of Personal and Professional Development: Proc. 7th Conf. Educ. Psychol.

- in Siberia (Irkutsk, June 20–21, 2022)]. Irkutsk, Izd. IGU, 2022, pp. 504–508. CD-ROM. <https://doi.org/978-5-9624-2060-8.2022.1-652>. (In Russian)
18. Stepanova L.N. A typology of comments in the context of transition to the internet (from the lexicographic analysis). *Uchenye Zapiski TNU imeni V.I. Vernadskogo. Seriya "Filologiya. Sotsial'nye Kommunikatsii"*, 2013, vol. 26 (65), no. 1, pp. 398–403. (In Russian)
 19. Karpoyan S.M. Functions of comments on various communication platforms of social networks. *Gumanitarnye, Sotsial'no-Ekonomicheskie i Obshchestvennye Nauki*, 2015, vol. 1, no. 11-2, pp. 242–245. (In Russian)
 20. Babikova M.R. Internet memes as a soft power tool – technologies modeling the world of today's youth. *Politicheskaya Lingvistika*, 2021, no. 5 (89), pp. 116–121. https://doi.org/10.26170/1999-2629_2021_05_13. (In Russian)
 21. Kostomarov V.G. *Russkii yazyk na gazetnoi polose: nekotorye osobennosti yazyka sovremennoi gazetnoi publitsistiki* [Russian Language in Newspapers: Some Features of the Language of Modern Newspaper Journalism]. Moscow, Izd. MGU, 1971. 267 p. (In Russian)
 22. Kostomarov V.G. *Nash yazyk v deistvii: Ocherki sovremennoi russkoi stilistiki* [Our Language in Action: Essays on Stylistics of Contemporary Russian]. Moscow, Gardariki, 2005. 287 p. (In Russian)
 23. Gavrikova O.A. Pragmatics of clickbaiting in the intertextual space of media discourse. *Cand. Philol. Diss.* Ufa, 2020. 204 p. (In Russian)
 24. Goroshko E.I., Pavlova L.V. Linguistics of new media as one of the challenges to the linguistic tradition of the past. *Voprosy Psikholingvistiki*, 2015, no. 2 (24), pp. 43–54. (In Russian)
 25. Polonskii A.V. Medialect: Language in a media format. *Nauchnye Vedomosti. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2018, vol. 37, no. 2, pp. 230–240. (In Russian)
 26. Salmina L.M. *Kommunikatsiya. Yazyk. Myshlenie* [Communication. Language. Thinking]. Kazan, DAS, 2001. 168 p. (In Russian)
 27. Zherebilo T.V. *Slovar' lingvisticheskikh terminov* [Dictionary of Linguistic Terms]. Nazran, Piligrim, 2010. 485 p. (In Russian)
 28. Abdullaeva R.A. Analysis of the influence of social networks on the life of modern society. *Mezhdunarodnyi Zhurnal Prikladnykh i Fundamental'nykh Issledovaniy*, 2015, no. 9-3, pp. 542–546. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=7369>. (In Russian)
 29. Kishina E.V. The semantic opposition “friend–foe” as the manifestation of the ideological and manipulative potential of political discourse. *Vestnik KemGU*, 2011, no. 4 (48), pp. 174–179. (In Russian)
 30. Lisyutkina I.S. The dynamics of implementing the discreditation strategy in media discourse from 1950 to 2019: Based on the Russian and English languages. *Extended Abstract of Cand. Philol. Diss.* Saratov, 2021. 28 p. (In Russian)
 31. Trukhanova D.S. Mitigation strategies and tactics in contemporary Russian parliamentary discourse. *Extended Abstract of Cand. Philol. Diss.* Moscow, 2021. 25 p. (In Russian)
 32. Watts R.J., Ide S., Ehlich K. (Eds.) *Politeness in Language: Studies in Its History, Theory and Practice*. Ser.: Mouton Textbook. Berlin, New York, NY, De Gruyter Mouton, 2005. 404 p. <https://doi.org/10.1515/9783110199819>.
 33. Shakhovskii V.I. *Dissonans ekologichnosti v kommunikativnom krugue: chelovek, yazyk, emotsii* [The Dissonance of Environmental Friendliness in the Communicative Circle: Humans, Language, and Emotions]. Volgograd, IP Polikarpov I.L., 2016. 504 p. (In Russian)
 34. Ezech A.O. Communicative mitigation in directive speech acts (based on Russian and German dialogic discourse). *Cand. Philol. Diss.* Moscow, 2018. 199 p. (In Russian)
 35. Voinova E.A. The mediatization of politics as a phenomenon of the new information culture. *Cand. Philol. Diss.* Moscow, 2006. 237 p. (In Russian)
 36. Van Dijk T.A. *Diskurs i vlast': Reprezentatsiya dominirovaniya v yazyke i kommunikatsii* [Discourse and Power: Representation of Dominance in Language and Communication]. Pereverzev E., Kozhemyakin E. (Trans.). Moscow, URSS, 2013. 344 p. (In Russian)
 37. Golovina N.M. Parliamentary “non-parliamentary expressions”: Verbal aggression as a rhetorical strategy in parliamentary discourse. *Voprosy Psikholingvistiki*, 2019, no. 3, pp. 200–215. <https://doi.org/10.37882/2223-2982.2021.06.27>. (In Russian)

-
38. Volkova Ya.A., Panchenko N.N. Destructiveness in political discourse. *Vestnik RUDN. Seriya: Lingvistika*, 2016, vol. 20, no. 4, pp. 161–178. <https://doi.org/10.22363/2312-9182-2016-20-4-160-178>. (In Russian)
39. Verzun A.B. Gender atonality of political discourse. *Extended Abstract of Cand. Philol. Diss.* Volgograd, 2005. 24 p. (In Russian)
-

⟨ **Для цитирования:** Палеха Е.С. Стратегии дискредитации и митигации как формы проявления сетевой личности в конфликтогенном дискурсе // Учен. зап. Казан. ун-та. Сер. Гуманит. науки. 2024. Т. 166, кн. 5. С. 95–111. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2024.5.95-111>. ⟩

⟨ **For citation:** Palekha E.S. Discreditation and mitigation strategies as two forms of online identity expression in conflict-generating discourse. *Uchenye Zapiski Kazanskogo Universiteta. Seriya Gumanitarnye Nauki*, 2024, vol. 166, no. 5, pp. 95–111. <https://doi.org/10.26907/2541-7738.2024.5.95-111>. (In Russian) ⟩