

НАСМЕШКА КАК ТАКТИКА ДЕСТРУКТИВНОЙ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Я.Ю. Хлопотунов

*Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого
(Тула, Россия)*

yktula17@gmail.com

Целью настоящей статьи является изучение речевой тактики насмешки в американском политическом дискурсе. Актуальность исследования состоит в усилении деструктивных элементов в американской политической коммуникации, которая приобретает все менее конвенциональный и все более агрессивный характер. В данных условиях насмешка становится востребованной речевой тактикой, поскольку она одновременно унижает и принижает оппонента адресанта. Высмеивание конкурентов позволяет коммуниканту разрушить их профессиональную репутацию, выставить в негативном свете. Объектами насмешки становятся не только политики, но и целые социальные, политические и экономические группы лиц, презируемые субъектом высказывания. Настоящая статья показывает, что насмешка часто используется в американском предвыборном дискурсе, где целью субъекта высказывания является победа над конкурентами в результате выборов. Речевая тактика насмешки включает в себе элементы, характерные для деструктивной коммуникации: инвективы, отрицательные эпитеты, дисфемизмы, пейоративы. Вербализированное осмеяние может сопровождаться дополнительной визуализацией при помощи жестов, мимики или графического материала (карикатуры, видео и др). Анализ эмпирического материала указывает также на то, что насмешка редко имеет односторонний характер и вызывает ответную реакцию со стороны адресата. Издевательский тон осмеяния позволяет продемонстрировать взаимное неуважение участников профессиональной политической коммуникации друг к другу, а также воздействовать на чувства избирателей путем их развлечения и деформирования в сознании образа соперника.

Ключевые слова: политический дискурс, коммуникативная стратегия, коммуникативная тактика, функциональная лингвистика, насмешка, речевая агрессия, профессиональная коммуникация

1. ВВЕДЕНИЕ

Современный американский политический дискурс все чаще приобретает деконвенционализированные формы, характеризующиеся усилением речевой агрессии и употреблением ненормативных коммуникативно-этических единиц [Храмченко, 2014; Khramchenko, 2017]. Следствием этого является интенсификация использования инвективной лексики, риторики ненависти, коммуникативных стратегий и тактик дискредитации, угроз и оскорблений, ранее несвойственных данному институциональному типу дискурса [Храмченко, 2017]. Раскол американского общества, вызванный выборами президента в 2016 году, спровоцировал обсуждение в научном и медийном сообществах вопросов о допустимости тех или иных тем для обсуждения в публичном пространстве, а также об ограничении свободы слова и «хейтспича». Соответственно, происходит трансформация современного политического языка, который становится все более агрессивным и менее конвенциональным [Khramchenko, 2015; Malakhova & Smirnova, 2019].

Если раньше в качестве речевых тактик и средств уязвления и дискредитации применялись косвенные формы принижения (ирония, каламбур, шутка, косвенная угроза), то сегодня со стороны американских политических деятелей можно услышать прямые оскорбления, угрозы, запугивания, издеательства. В силу сложившихся в

последние годы экстралингвистический условий насмешка также становится одной из востребованных форм принижения. Целью настоящей статьи является исследование речевых способов применения тактики осмеяния в американском политическом дискурсе.

2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР

Для начала необходимо дифференцировать понятия «коммуникативная стратегия» и «речевая тактика», чтобы избежать терминологической путаницы. Под коммуникативными стратегиями, как правило, понимается совокупность речевых действий, необходимых для реализации общей коммуникативной цели говорящего [Иссерс, 2003]. В свою очередь речевая тактика включает в себя конкретные коммуникативные действия, используемые в рамках выбранной стратегии общения [там же]. Таким образом, каждая коммуникативная стратегия состоит из определенного набора речевых тактик, направляющих ход беседы в то или иное русло.

Т.А. Орлова относит речевую тактику насмешки к числу конфликтных (деструктивных) речевых действий, используемых в некооперативных стратегиях. Адресант обращается к данному типу стратегий для достижения личных целей в условиях конфронтации при помощи агрессивного, враждебного и угрожающего коммуникативного поведения. По мнению Т.А. Орловой, насмешка зачастую является более жесткой формой оскорбления и позволяет уязвить оппонента, повергнуть в состояние душевного дискомфорта путем намеренной деформации образа объекта высказывания [Орлова, 2017].

С.В. Доронина проводит параллель между лексемами *насмехаться* и *издеваться*, *унижать*, *оскорблять*, в семантике которых содержится общий прагматический компонент выхода за грани дозволенного при совершении номинируемых речевых действий. Исследователь относит насмешку к разновидности инвективов, вызывающих резкое снижение статуса объекта высказывания с помощью осмеяния его личных качеств [Доронина, 2009]. Данная речевая тактика не регламентируется принципами коммуникативной толерантности и системой этических норм.

В.И. Карасик отмечает, что в англоязычном дискурсе насмешка ассоциируется с презрением и мимически изображается в образе искривленных губ. Кроме того, исследователь дифференцирует насмешку по цели на более злую и менее уничижительную. Задача насмешки первого типа – причинить вред объекту высказывания. Во втором же случае адресант просто желает повеселиться, и насмешка носит больше издевательский характер, нежели уничижительный [Карасик, 2009].

Под политическим дискурсом мы будем понимать институциональный вид дискурса, включающий в себя совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом [Баранов, Казакевич, 1991], [Malakhova & Smirnova, 2019]. В качестве особенности современного политического общения А.А. Горностаева называет приобретение им все больше агрессивного и развлекательного характера [Горностаева, 2018]. Насмешка в сочетании с другими частотными стилистическими приемами, например, идиомами и метафорами, усиливает прагматический эффект всего высказывания [Малахова, 2017], [Malakhova & Desyatova, 2018].

Таким образом, насмешка, сочетающая в себе деструктивные и развлекательные речевые ходы, становится востребованной коммуникативной тактикой политических деятелей.

В настоящей статье мы рассмотрим особенности тактической реализации насмешки на материале публичных выступлений американских политиков.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

Объектами насмешки в американском политическом дискурсе могут становиться как политические конкуренты субъекта высказывания, так и различные социальные, политические и экономические группы. Например, в приведенном ниже высказывании президент США Дональд Трамп высмеивает политических беженцев:

They're all met by the lawyers. They say, say the following phrase: I am very afraid for my life. I'm afraid for my life. I look at the guy. He looks like he just got out of the ring, he's the heavyweight champion of the world. He's afraid for his life? It's a big, fat con job, folks. It's a big, fat con job [Rolling Stone, 2019].

С помощью лексического повтора прилагательного *afraid* Дональд Трамп намеренно принижает значение данного слова, указывая на неискренность людей, желающих получить статус беженца в США. Кроме того, президент высмеивает внешний вид одного из эмигрантов, сравнивая его с борцами в тяжелом весе, а также использует инвективные и отрицательные эпитеты *big* и *fat* в сочетании с идиомой *a con job*, усиливая характеристику объекта высказывания как нелцеприятного афериста, пытающегося нелегально попасть в страну. Эмоционально-экспрессивный тон высказывания позволяет Д. Трампу обращаться не к разуму и логике его избирателей, а к чувствам, т.е. не столько убедить их в необходимости усиления антиэмиграционного законодательства, сколько развлечь и деформировать существующий в сознании реципиентов образ беженцев как людей, спасающихся от социальной и политической несправедливости в другой стране.

Интенсивно насмешка используется в предвыборном дискурсе, где целью адресанта является принижение образа конкурента, чтобы добиться победы над ним на выборах. Насмешка может быть не только вербализированной, но и визуализированной. Так, Дональд Трамп в своем микроблоге разместил видео, где его возможный конкурент в 2020 году Джо Байден, бывший вице-президент США, с помощью монтажного приема подвергается домогательствам со стороны самого себя. Трамп сопровождает свой пост издевательской подписью *WELCOME BACK JOE*, агрессивно высмеивая возвращение соперника в большую политику, а также предвыборный скандал, связанный с обвинениями нескольких женщин Байдена в неподобающем поведении [Twitter, 2019]. При этом адресат в своем ответном заявлении также использует тактику насмешки:

I see that you are on the job and presidential, as always [Twitter, 2019].

С помощью обособленного дискурсивного элемента *as always*, следующего за однородными *on the job* и *presidential*, Байден в свою очередь высмеивает бестактность и непрофессионализм Трампа, занятого не президентскими делами, а дискредитированием оппонента в социальных сетях. Насмешку в отношении поведения президента используют и другие его оппоненты:

- (1) *And not only that, China, if you're listening, why don't you get Trump's tax returns? I'm sure our media would richly reward you* [The Washington Post, 2019].
- (2) *It was curious to see President Trump in China. Candidate Trump said that what's happening in China trade was the greatest theft in the history of the world, and yesterday he said our trade deficit with China, which is huge, is not China's fault. You can almost hear the leadership of the Chinese government laughing from China to America. Maybe you can feel it coming through the ground, because if you dig a hole here, you will reach China* [The Washington Free Beacon, 2017].
- (3) *He thinks he's not being treated fairly. Really? Donald Trump's not being treated fairly by the press? He consumes all the press! He's a Stradivarius violinist from the Vienna Symphony who plays the press. Poor little Donald, being mistreated. If you think he's going to be mistreated now? How do you think the general election's going to work out? Or dealing with [Russian President Vladimir] Putin? Or dealing*

with the challenges of being president? That notion just doesn't pass muster [The Washington Post, 2019].

- (4) *One of the most disturbing things about this election is just the unbelievable rhetoric coming at the top of the Republican ticket. I don't need to repeat it. There are children in the room* [ABC News, 2016].

В высказывании (1) бывший конкурент Трампа пост президента США Хиллари Клинтон шуточно обращается к правительству Китая с просьбой предоставить налоговую декларацию ее оппонента средствам массовой информации. Таким образом Клинтон использует аллюзию на высказывание самого Трампа, который во время предвыборной гонки в 2016 году обращался к российскому правительству с просьбой предоставить 30 тысяч электронных писем Хиллари Клинтон, которые она удалила за время работы госсекретарем. Соответственно, насмешка оппонента президента носит ответный издевательский характер на давние заявления самого президента. Х. Клинтон указывает на нечистоплотность действий Трампа за время ведения избирательной кампании, косвенно обвиняя его в мошеннических финансовых операциях с налогами и отсутствии у него поддержки со стороны СМИ, которые, по ее мнению, будут благодарны любому компромату на руководителя страны.

С помощью насмешки представитель демократической партии Нэнси Пелоси в высказывании (2) пытается обратить внимание избирателей на несоответствие действий Дональда Трампа его предвыборным обещаниям. Так, она характеризует визит президента в Китай с помощью наречия *curious*, имеющего явно иронический оттенок, поскольку ранее Трамп обвинял китайское правительство в воровстве, но затем сменил агрессивную риторику на более мягкую после победы на выборах. Гиперболизированные метафоры *you can almost hear the leadership of the Chinese government laughing from China to America* и *you can feel it coming through the ground, because if you dig a hole here, you will reach China* используются продуцентом высказывания для выражения насмешливого отношения к политике Трампа, косвенно указывая также на неуважение к самому президенту как американских, так и китайских политиков.

Джеб Буш, один из конкурентов Трампа на выборах в 2016 году, в высказывании (3) высмеивает необоснованные, по его мнению, обвинения Трампа в предвзятости и дурном обращении прессы. Номинация *poor little Donald* является издевкой со стороны Буша, демонстрирующей фамильярное и неуважительное отношение к конкуренту, а метафорическое сравнение *a Stradivarius violinist from the Vienna Symphony who plays the press* позволяет репрезентовать соперника как шоумена, постоянно привлекающего внимание СМИ к своей персоне. В свою очередь риторические вопросы подчеркивают иронический тон коммуниканта в разговоре об оппоненте, а также выражают сомнение в способностях Трампа руководить страной.

В высказывании (4) бывший президент США Барак Обама высмеивает риторику Трампа, используя по отношению к ней в целом положительное определение *unbelievable*, которое, однако, в условиях макроконтекста приобретает пейоративный характер. Выражение *there are children in the room* усиливает издевательский тон слов бывшего президента, косвенно указывающий на неприличность и глупость высказываний Трампа. Кроме того, Обама отказывается называть своего оппонента по имени, используя по отношению к нему номинацию *the top of the Republican ticket*. Таким образом, дискредитируется не только сам Трамп, но и в целом республиканская партия США, а также ее сторонники и спонсоры.

Речевую тактику насмешки Барак Обама применял по отношению и к губернатору Ромни в 2012 году, и к сенатору МакКейну, который был его конкурентом на президентских выборах в 2008 году:

- (1) *He's asking you to pay more so that people like him can pay less. So that people like me pay less* [The New York Times, 2012].
- (2) *[McCain] served as Washington's biggest cheerleader for going to war in Iraq, and supports economic policies that are no different from the last eight years. So Sen. McCain worked hard to get Dick Cheney's support* [The Hill, 2008].

В высказывании (1) Обама с помощью синтаксического параллелизма выстраивает силлогическую конструкцию, чтобы указать аудитории на социально-экономическую несправедливость налоговой политики Ромни, который планирует сократить налоговые вычеты для крупного бизнеса. Противопоставление *he/you* актуализирует в сознании избирателя концепт «свой-чужой», косвенно репрезентируя конкурента Обамы как представителя истеблишмента, желающего добиться с помощью высокого поста выгодных условий для обеспеченных слоев населения. Насмешливая ремарка *people like me pay less* указывает на имплицитное противопоставление политики Обамы и Ромни, поскольку Обама пытается убедить избирателей в том, что не хочет добиться для себя налоговых преференций, находясь в должности президента.

Используя по отношению к конкуренту дисфемизм *biggest cheerleader*, Барак Обама в высказывании (2) высмеивает критику Джона МакКейна в отношении администрации Джорджа Буша-мл. и Дика Чейни, поскольку, по мнению бывшего президента, сенатор на самом деле поддерживал их. Выражение *worked hard to get Dick Cheney's support* также указывает на возможную ангажированность МакКейна со стороны администрации Буша. Следовательно, Обама с помощью насмешки принижает образ своего оппонента, позиционирующего себя как независимого кандидата, противостоящего партийному истеблишменту.

В свою очередь сенатор МакКейн также высмеивает в одном из своих высказываний позиционирование соперника:

Taking in my opponent's performances is a little like watching a big summer blockbuster and an hour in, realizing that all the best scenes were in the trailer you saw last fall [NBC New York, 2009].

Джон МакКейн использует элементы *performance* и *blockbuster*, более свойственные дискурсу современного искусства, для обозначения выступлений Барака Обамы, имплицитно указывая на их неестественность и бездумность. Выражение *all the best scenes were in the trailer you saw last fall* также характеризует риторику оппонента как вторичную, построенную на самоповторах. Тем самым МакКейн пытается дискредитировать образ Обамы как сильного оратора и деятельного политика.

Насмешка в дебатах используется коммуникантами также для того, чтобы уличить соперников в непоследовательности. Например, Джордж Буш-мл. во время дебатов с Джоном Керри иронизирует по поводу отношения соперника к войне в Ираке: *Now, almost two years after he voted for the war in Iraq, and almost 220 days after switching positions to declare himself the anti-war candidate, my opponent has found a new nuance. After months of questioning my motives and even my credibility, Sen. Kerry now agrees with me. There are still 84 days left in the campaign* [Billings Gazette, 2004].

Буш-мл. с помощью повтора конструкции *almost ... after* указывает на конъюктурность риторики своего соперника, постоянно меняющего позицию по войне в зависимости от собственной выгоды. Усилительная частица *even* имплицитно характеризует Керри как непатриотичного политика, сомневающегося в способностях президента руководить страной. Противопоставление *now agrees / there are still 84 days left* содержит иронию в отношении позиции Керри, который, по мнению продуцента речи, вновь может поменять в будущем своё мнение об обоснованности войны в Ираке.

Часто при тактической реализации насмешки в американском политическом дискурсе для номинации оппонентов используются прозвища, придуманные адресантом для того, чтобы выразить несерьезное отношение к своему сопернику. Например, Дональд Трамп использует язвительные инвективы по отношению к своим конкурентам на выборах:

- (1) ***Crazy Bernie** has just entered the race. I wish him well!* [Twitter, 2019].
- (2) *[Laughter] Who knows? I got Buttigieg. I got 'em all. I got Beto. Beto. Beto is falling fast. What the hell happened? Remember, about four weeks ago, he said, "I was made for this". He was made for it. He was made to fall like **a rock**. [Laughter] What happened to him? But he's trying to restart his campaign* [The New York Times, 2019].
- (3) *The Dems are getting another beauty to join their group. Bill de Blasio of NYC, considered the worst mayor in the U.S., will supposedly be making an announcement for president today. He is **a JOKE**, but if you like high taxes & crime, he's your man. NYC HATES HIM!* [Twitter, 2019].
- (4) *Let's start it. Pick somebody. There was a young man, **boot edge edge. Edge, edge.** They say **edge, edge**. He's got a great chance, says he'll be great, he'll be great. Representing us against President Xi of China, that'll be great, that'd be great. I want to be in that room. I want to watch that one. By the way, you see the tariffs were down because they broke the deal* [The New York Times, 2019].
- (5) *Watched Da Nang Dick Blumenthal on television spewing facts almost as accurate as his bravery in Vietnam (which he never saw). As the bullets whizzed by Da Nang Dicks head, as he was saving soldiers [...]. Next time I go to Vietnam I will ask **"the Dick"** to travel with me!* [Twitter, 2018].
- (6) *The **Al Frankenstien** picture is really bad, speaks a thousand words. Where do his hands go in pictures 2, 3, 4, 5 & 6 while she sleeps?* [Twitter, 2018].
- (7) *Well, it happened again. Amy Klobuchar announced that she is running for President, talking proudly of fighting global warming while standing in a virtual blizzard of snow, ice and freezing temperatures. Bad timing. By the end of her speech she looked like a **Snowman(woman)**!* [Twitter, 2019].
- (8) *If Elizabeth Warren, often referred to by me as **Pocahontas**, did this commercial from Bighorn or Wounded Knee instead of her kitchen, with her husband dressed in full Indian garb, it would have been a smash!* [Twitter, 2019].

В высказывании (1) Трамп номинирует демократа Берни Сандерса как *Crazy Bernie*, чтобы закрепить в сознании избирателей негативную коннотацию, построенную на сочетании имени политика и инвектива, используемого по отношению к нему. Фраза *wish him well*, позаимствованная из этикетного дискурса, в контексте предыдущего предложения приобретает противоположные прагма-смысловые компоненты, усиленные с помощью восклицательной интонации предложения.

По отношению к другим кандидатам в президенты – Бето О'Рурку (2) и Биллу Де Блазио (3) – Дональд Трамп использует сравнения *a rock* и *a joke*, принижая тем самым интеллектуальные достоинства своих конкурентов. Фразеологизм *got them all* в данном контексте позволяет выразить превосходство адресанта над своими оппонентами, продемонстрировать уверенность в своей победе. Для того, чтобы почеркнуть издевательское отношение к соперникам, Трамп также использует в высказывании (2) риторические вопросы и синтаксический параллелизм, имеющие уничижительное значение. В свою очередь условное наклонение в высказывании (3) позволяет косвенно дискредитировать политическую деятельность оппонента, поскольку она соотносится с повышением налогов и преступностью. Таким образом, Трамп манипулирует сознанием избирателей, указывая, что их выбор в пользу данного кандидата является голосом за

коррупцию и криминал. Кроме того, предложение *NYC HATES HIM!*, выделенное коммуникантом в твиттере прописными буквами, подменяет факт действительности мнением пишущего субъекта, что также позволяет воздействовать на когнитивную сферу электората.

В высказываниях (4) Трамп намеренно искажает фамилию политика Пита Буттиджича, поскольку она труднопроизносима и легко трансформируется в каламбур *boot edge*, который несколько раз повторяется вместе с эпитетом *the great*, приобретающим в данном контексте отрицательное значение. Похожий прием Трамп использует и в высказывании (5), где с помощью игры слов называет сенатора Ричарда Блюменталю инвективом *the Dick*, и в высказывании (6), где фамилия политического деятеля Эла Франкена изменена на Франкенштейн, вызывая тем самым негативные ассоциации с литературным персонажем романа Мэри Шелли «Франкенштейн, или современный Прометей».

Номинация *a Snowman(woman)* (7) по отношению к сенатору Эми Клоубар, помимо оскорбительного значения, имеет издевательский характер, с помощью которого Трамп высмеивает экологические и феминистические взгляды конкурента. Выражение *well, it happened again*, а также словосочетания *virtual blizzard of snow, ice and freezing temperatures* в свою очередь указывают на несерьезное отношение коммуниканта к политической кампании Клоубар.

В высказывании (8) Дональд Трамп замечает, что часто называет сенатора Элизабет Уоррен Покахонтас. С помощью данной номинации Трамп высмеивает прошлое Уоррен, поскольку раньше она заявляла о своем индейском происхождении, но вскоре это было опровергнуто СМИ. Подобным образом президент США указывает на лицемерие и неискренность сенатора, воспользовавшегося расовой темой для политической карьеры. Кроме того, с помощью условного наклонения Трамп реализует тактику издевки, представляя, как бы изменился предвыборный ролик Уоррен, если бы он был снят в индейском антураже. В другом высказывании, посвященном данному ролику, Дональд Трамп репрезентует сенатора в качестве алкоголика:

Best line in the Elizabeth Warren beer catastrophe is, to her husband, "Thank you for being here. I'm glad you're here" It's their house, he's supposed to be there! [Twitter, 2019].

Соответственно, целью насмешливых прозвищ в данных высказываниях становится не только унижение соперников, но и их дискредитирующая репрезентация как недостойных кандидатов в президенты, неспособных составить конкуренцию действующему президенту. Аналогичный тактический прием по отношению к конкурентам использовали и другие политики:

(1) *My dog knows more about foreign affairs than these two bozos. It's crazy. [...] And look, if you listen to Governor Clinton and Ozone Man, if you listen to them. You know why I call him Ozone Man? This guy is so far off in the environmental extreme, we'll be up to our neck in owls and out of work for every American. This guy's crazy! He's way out, far out, man!* [The Washington Post, 2019].

(2) *There are so many nicknames that I'm inclined to give this guy. We could just start with clown* [The Hill, 2019].

В высказывании (1) бывший президент США Джордж Буш-ст. характеризует своих соперников по выборам Билла Клинтона и Альберта Гору с помощью инвектива *bozos*. Выражение *my dog knows more about foreign affairs* эксплицитно указывает на непрофессионализм конкурентов коммуниканта и его сомнение в их интеллектуальных способностях. Кроме того, Буш-ст. использует по отношению к Гору прозвище *Ozone Man*, эпитет *crazy* и дейктическую конструкцию *this guy*, высмеивая тем самым

«зеленые» убеждения своего соперника и демонстрируя пренебрежительно-фамильярное отношение к нему.

В высказывании (2) Джон Байден характеризует Дональда Трампа с помощью инвектива *clown*, которое позволяет высмеять его артистичное поведение и нелепую политику. Выражение *there are so many nicknames that I'm inclined* является ответной реакцией Байдена на прозвища, которые дает Трамп своим соперникам. Следовательно, между политиками выстраивается деструктивная профессиональная политическая коммуникация, где каждый из участников пытается дискредитировать другого отнюдь не с помощью убедительных аргументов, прибегая к оскорбительной риторике и насмешливому речевому поведению.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Речевая тактика насмешки активно реализуется в американском политическом дискурсе с целью уязвления и принижения соперника адресанта, социальных, политических и экономических групп, а также для того, чтобы оказывать прагматическое воздействие на интеллектуальную, эмоциональную и волевую сферы избирателей. Данная коммуникативная тактика может включать в себя использование таких языковых приёмов и средств, как инвективы, дисфемизмы, отрицательные эпитеты, саркастические высказывания, пейоративы, с помощью которых высмеиваются личные и профессиональные качества конкурентов. Как правило, в американской политической коммуникации насмешка часто вызывает ответную реакцию со стороны объекта высказывания, в которой он с помощью схожих средств пытается контратаковать своего обидчика. Подобное речевое поведение в целом носит деструктивный характер для политической риторики и заслуживает, на наш взгляд, дальнейшего изучения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов А.Н., Казакевич Е.Г. Парламентские дебаты: традиции и новации. Москва: Знание, 1991.
2. Горностаева А.А. Иронические метафоры в политическом дискурсе // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2018. № 1. С. 108-125.
3. Доронина С. В. «Насмешка» в зеркале обыденного метаязыкового сознания // Обыденное метаязыковое сознание: онтологические и гносеологические аспекты. Томск: Изд-во ТГПУ, 2009. Ч. 2. С. 202-213.
4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Москва: Едиториал УРСС, 2003.
5. Карасик В.И. Концептуализация насмешки в языковом сознании // Язык. Текст. Дискурс: научный альманах Ставропольского отделения РАЛК. Ставрополь: Изд-во СГПИ, 2009. Вып. 10. С. 51-64.
6. Малахова В.Л. Типы фразеологически репрезентируемых концептов в английском языке // Научные Ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки. 2017. № 7(256). Выпуск 33. С. 65-75.
7. Орлова Т.А. Деструктивные тактики общения в конфликтном англоязычном дискурсе // Коммуникация в современном поликультурном мире: массовая коммуникация и языковая личность. Москва, 2017. Т. 5. С. 35-41.
8. Храмченко Д.С. Конвенциональность и дерегламентация современного английского делового дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2014. № 1(31). Ч. I. С. 194-197.

9. Храмченко Д.С. Кооперативный эффект прагматического воздействия в английском дискурсе масс-медиа // Вопросы прикладной лингвистики. № 3(27), 2017. С. 86-95.
10. ABC News. ABC News Internet Ventures. ABC News Network. 2019. Retrieved from <https://abcnews.go.com/> (accessed: 26 May, 2019).
11. Billings Gazette. Lee Enterprises, Incorporated dba Billings Gazette. 2019. Retrieved from <https://billingsgazette.com/> (accessed: 26 May, 2019).
12. Khramchenko D.S. Planning the functional field of business English discourse: linguosynergetic approach // Вопросы прикладной лингвистики. 2015. № 18. С. 151-163.
13. Khramchenko D.S. Confrontation in modern American political discourse: linguistic aspects & teaching practice // ICERI2017 Proceedings. IATED Academy, 2017. pp. 2917-2920.
14. Malakhova V.L., Desyatova O.V. Phraseologically represented concepts as part of forming students' linguistic consciousness // INTED2018 Proceedings: 12th International Technology, Education and Development Conference March 5th-7th, 2018, Valencia, Spain. 2018. Pp. 8468-8475.
15. Malakhova V.L., Smirova K.A. The role of conceptual metaphor in formation of English discourse through the example of political texts // 6th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2019. Conference Proceedings. Vienna, 2019. Volume 6. Issue 2.1. Ancient Science. Pp. 359-366.
16. NBC New York. NBCUniversal media, LLC. 2019. Retrieved from <https://www.nbcnewyork.com/> (accessed: 26 May, 2019).
17. Rolling Stone. Rolling Stone. LLC. A subsidiary of Penske business media, LLC. 2018. Retrieved from <https://www.rollingstone.com/> (accessed: 26 May, 2019).
18. The Hill. Capitol Hill Publishing Corp. A subsidiary of news communications, INC. 2019. Retrieved from <https://thehill.com/> (accessed: 26 May, 2019).
19. The New York Times. The New York Times Company. 2019. Retrieved from <https://www.nytimes.com/> (accessed: 26 May, 2019).
20. The Washington Free Beacon. Privately owned, for-profit online newspaper. 2019. Retrieved from <https://freebeacon.com/> (accessed: 26 May, 2019).
21. The Washington Post. 1996-2019. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com> (accessed: 26 May, 2019).
22. Twitter. 2019. Retrieved from twitter.com/ (accessed: 26 May, 2019).

REFERENCES

1. ABC News. ABC News Internet Ventures. ABC News Network. (2019). Retrieved from <https://abcnews.go.com/> (accessed: 26 May, 2019).
2. Baranov, A.N., & Kazakevich, E.G. (1991). *Parlamentskie debaty: tradicii i novacii [Parliamentary debates: tradition and novation]*. Moscow: Znanie (in Russian).
3. Billings Gazette. Lee Enterprises, Incorporated dba Billings Gazette (2019). Retrieved from <https://billingsgazette.com/> (accessed: 26 May, 2019).
4. Doronina, S.V. (2009). "Nasmeshka" v zerkale obydenного metayazykovogo soznaniya ["Mockery" in the mirror of ordinary metalinguistic consciousness]. *Obydennoye metayazykovoye soznaniye: ontologicheskiye i gnoseologicheskiye aspekty [Ordinary metalinguistic consciousness: ontological and gnoseological aspects]*, Tomsk, TGPU, Vol. 2, 202-213 (in Russian).

5. Gornostaeva, A.A. (2018). Ironicheskie metafory v politicheskom diskurse [Ironical metaphors in political discourse]. *Vestnik RUDN. Seriya: Lingvistika [Bulletin of RUDN. Ser. Linguistics]*, No 1, 108-125 (in Russian).
6. Issers, O.S. (2003). *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoj rechi [Communicative strategies and tactics of Russian speech]*. Moscow: Editorial URSS (in Russian).
7. Karasik, V.I. (2009). Kontseptualizatsiya nasmeshki v yazykovom soznanii [Conceptualization of mockery in the linguistic consciousness]. *Yazyk. Tekst. Diskurs: nauchnyy al'manakh Stavropol'skogo otdeleniya RALK [Language. Text. Discourse: scientific almanac of the Stavropol branch of the Russian cognitive linguists association]*, No 10, 51-64 (in Russian).
8. Khranchenko, D.S. (2014). Konventsionalnost' i dereglamentatsiya sovremennogo anglijskogo delovogo diskursa [Conventionality and deregulation of modern businesses English discourse]. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki [Philology. Issues of theory and practice]*, Tambov: Gramota, No 1(31), Part 1, 194-197 (in Russian).
9. Khranchenko, D.S. (2015). Planning the functional field of business English discourse: linguosynergetic approach. *Voprosy prikladnoj lingvistiki [Issues of applied linguistics]*, No 18, 151-163.
10. Khranchenko, D.S. (2017). Confrontation in modern American political discourse: linguistic aspects & teaching practice. *ICERI2017 Proceedings*, 2917-2920.
11. Khranchenko, D.S. (2017). Kooperativnyj effekt pragmaticheskogo vozdejstviya v anglijskom diskurse mass-media [Cooperative effect of pragmatic impact in English discourse of mass media]. *Voprosy prikladnoj lingvistiki [Issues of applied linguistics]*, No 3(27), 86-95 (in Russian).
12. Malakhova, V.L. (2017). Tipy frazeologicheski reprezentiruemym konceptov v anglijskom jazyke [Types of phraseologically represented concepts in English]. *Nauchnye Vedomosti BelGU. Seriya Gumanitarnye nauki [Scientific journal of Belgorod state university. Ser. Human sciences]*, No 7(256), Issue 33, 65-75 (in Russian).
13. Malakhova, V.L., & Desyatova, O.V. (2018). Phraseologically represented concepts as part of forming students' linguistic consciousness. *INTED2018 Proceedings: 12th International Technology, Education and Development Conference March 5th-7th, 2018, Valencia, Spain*, 8468-8475.
14. Malakhova, V.L., & Smirova, K.A. (2019). The role of conceptual metaphor in formation of English discourse through the example of political texts. *6th International Multidisciplinary Scientific Conference on Social Sciences and Arts SGEM 2019. Conference Proceedings, Volume 6, Issue 2.1. Ancient Science*, 359-366.
15. NBC New York. NBCUniversal Media, LLC. (2019). Retrieved from <https://www.nbcnewyork.com/> (accessed: 26 May, 2019).
16. Orlova, T.A. (2017). Destruktivnye taktiki obshcheniya v konfliktnom angloyazychnom diskurse [Destructive tactics of communication in conflictual English discourse]. *Kommunikaciya v sovremennom polikul'turnom mire: massovaya kommunikaciya i yazykovaya lichnost [Communication in modern multicultural world: mass communication and language identity]*, Moscow, Vol. 5, 35-41 (in Russian).
17. Rolling Stone. Rolling Stone, LLC. A subsidiary of Penske Business Media, LLC. (2018). Retrieved from <https://www.rollingstone.com/> (accessed: 26 May, 2019).
18. The Hill. Capitol Hill Publishing Corp. A subsidiary of news communications, INC. (2019). Retrieved from <https://thehill.com/> (accessed: 26 May, 2019).
19. The New York Times. The New York Times Company. (2019). Retrieved from <https://www.nytimes.com/> (accessed: 26 May, 2019).

20. The Washington Free Beacon. Privately owned, for-profit online newspaper. (2019). Retrieved from <https://freebeacon.com/> (accessed: 26 May, 2019).
21. The Washington Post. (1996-2019). Retrieved from <https://www.washingtonpost.com> (accessed: 26 May, 2019).
22. Twitter. (2019). Retrieved from twitter.com/ (accessed: 26 May, 2019).

MOCKERY AS A TACTIC OF DESTRUCTIVE VERBAL COMMUNICATION IN AMERICAN POLITICAL DISCOURSE

Yaroslav Y. Khlopotunov
Tula State Lev Tolstoy Pedagogical University (Tula, Russia)
yktula17@gmail.com

The aim of this paper is to analyze the communicative tactic of mockery in American political discourse. The problem of intensification of destructive elements in American political speech requires thorough investigation as political discourse becomes less conventional and more aggressive. In this context mockery is one of the general communicative tactics, which is used for humiliation and verbal assault on the speaker's opponents. Mocking lets politicians destroy reputation of their competitors, presenting them in a negative way. Not only politicians, but also social, political and economic groups of people can become a target of mockery. The paper draws extensive empiric material to reveal that mockery is often used in pre-election discourse, because the goal of speakers in this kind of political discourse is to prevail over their opponents by all means. The communicative tactic of mockery may include destructive speech elements, e.g. invectives, negative epithets, dysphemism, pejoratives. This communicative tactic may be used along with special mimics, gestures or graphic content (caricature, video in media etc.). The analysis of empiric material proves that mockery rarely has unilateral character and frequently requires a response from the target. Users of this tactic demonstrate disrespect towards each other and try to impress and entertain their voters.

Key words: political discourse, communicative strategy, communicative tactic, functional linguistics, mockery, verbal aggression, professional communication