

**НАУЧНАЯ СТАТЬЯ**

УДК 811.161.1'42:811.111'42

Дата поступления: 17.04.2023

рецензирования: 18.06.2023

принятия: 25.08.2023

**Фрустрационная vs провокационная стратегии:
эффективность использования в период пандемии****О.И. Исмаилова**

Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., г. Саратов, Российская Федерация

E-mail: olgais2303@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4668-5503>

Аннотация: В данной работе рассматриваются особенности новостных заголовков в период массовой заболеваемости коронавирусом, лихорадкой Эбола и оспой обезьян. Цель исследования состоит в выявлении наиболее распространенных речевых стратегий и тактик, языковых средств, применяемых для воздействия на адресата. Автор уделяет особое внимание таким экспрессивным речевым стратегиям, как фрустрационная и провокационная. Фрустрационная стратегия предполагает воздействие на психологическое состояние адресата, касаясь его биологического, социального или экзистенциального страха. Данная речевая стратегия реализуется посредством тактики нагнетания отрицательных эмоций и шокирования «фактами», тактики запугивания, тактики апелляции к статистическим данным и т. д. Провокационная стратегия исследуется как преднамеренное поведение адресанта по отношению к реципиенту, дестабилизирующее его эмоциональное состояние и подстрекающее его к желаемым для автора действиям. Описываемая стратегия зачастую реализуется с помощью тактики выведывания информации или эмоционально дестабилизирующих тактик. В статье анализируются примеры новостных заголовков, демонстрирующие применение фрустрационной и провокационной речевых стратегий, а также тактик и языковых средств, посредством которых реализуются данные стратегии. В ходе исследования автор приходит к выводу, что авторы новостных выпусков/статей используют такие языковые средства, воздействующие на аудиторию, как омонимы, паронимы, окказионализмы, эпифора, метафора, олицетворение, антитеза, многозначность, прецедентные феномены, идиомы, пословицы, парцелляция.

Ключевые слова: медиадискурс; речевое воздействие; речевая стратегия; фрустрационная стратегия; провокационная стратегия; речевая тактика; языковая игра; языковые средства.

Цитирование. Исмаилова О.И. Фрустрационная vs провокационная стратегии: эффективность использования в период пандемии // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology. 2023. Т. 29, № 3. С. 129–136. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2023-29-3-129-136>.

Информация о конфликте интересов: автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

© Исмаилова О.И., 2023

Ольга Исмаиловна Исмаилова – старший преподаватель кафедры «Переводоведение и межкультурная коммуникация», Саратовский государственный технический университет имени Гагарина Ю.А., 410003, Российская Федерация, г. Саратов, ул. Радищева, 89.

SCIENTIFIC ARTICLE

Submitted: 17.04.2023

Revised: 18.06.2023

Accepted: 25.08.2023

Frustration vs provocative strategies: the efficiency of use during a pandemic**O.I. Ismailova**

Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, Saratov, Russian Federation

E-mail: olgais2303@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4668-5503>

Abstract: The article deals with the features of news headlines during the period of high prevalence of coronavirus, Ebola fever and monkey pox. The purpose of the study is to identify the most common speech strategies and tactics, linguistic means which are used to influence the addressee. The author pays special attention to such expressive speech strategies as frustrating and provocative ones. The frustration strategy involves influencing the psychological condition of the addressee, affecting his biological, social or existential fear. This speech strategy is implemented through the tactics of mongering negative emotions and shocking with «facts», the intimidation tactics, the tactics of appealing to statistical data, etc. The provocative strategy is investigated as the intentional conduct of the addresser towards the recipient, destabilizing his emotional state and inciting him to the actions desired by the author. The described strategy is often implemented with the investigating information tactics or the emotionally destabilizing tactics. The article analyzes examples of news headlines demonstrating the use of frustrating and provocative speech strategies, as well as tactics and linguistic means that are used to implement these strategies. In the research the author comes to the conclusion that the authors of newscasts or news articles use such linguistic means that affect the audience as homonyms, paronyms, occasional words, epiphora, metaphor, personification, antithesis, polysemy, precedent phenomena, idioms, proverbs, parcellation.

Key words: media discourse; linguistic manipulation; speech strategy; frustration strategy; provocative strategy; speech tactics; language game; expressive means of language.

Citation. Ismailova O.I. Frustration vs provocative strategies: the efficiency of use during a pandemic. *Vestnik Samarskogo universiteta. Istorii, pedagogika, filologiya Vestnik of Samara University. History, pedagogics, philology*, 2023, vol. 29, no. 3, pp. 129–136. DOI: <http://doi.org/10.18287/2542-0445-2023-29-3-129-136>. (In Russ.)

Information on the conflict of interests: the author declares no conflict of interest.

© Ismailova O.I., 2023

Olga I. Ismailova – senior lecturer of the Department of Translation Studies and Intercultural Communication, Yuri Gagarin State Technical University of Saratov, 89, Radishchev Street, Saratov, 410003, Russian Federation.

Введение

В медиадискурсе находят отражение все актуальные мировые проблемы, в том числе темы эпидемии и пандемии. В период пандемии или эпидемии человечество сталкивается с необходимостью различать истинную и ложную информацию о заболеваемости, рисках, возможностях медицины и т. п. Масс-медиа, в свою очередь, стараются привлечь большее количество читателей, слушателей, зрителей, раскрывая «тайну» появления заболевания, стремясь первыми сообщить новость о создании лекарства или вакцины.

Реципиенты обычно не способны отличить ложную новость от истинной, т. к. авторы новостного текста зачастую смешивают эти виды информации, чтобы заинтересовать, «сбить с толку», вызвать желание поделиться этой новостью (так новость становится ‘вирусной’). Кроме того, адресаты сами становятся источником ложных новостей, когда начинают интерпретировать их согласно своим убеждениям, ценностям, т. н. «склонностью к подтверждению своей точки зрения или предвзятостью утверждения» (англ. confirmation bias) [Moravec, Minas, Dennis 2018]. В период пандемии желание обсудить и распространить полученную информацию возрастает из-за появления одной из первичных эмоций – страха (страх неопределенности, страх за свою жизнь и жизнь близких, страх перемен и т. п.). Адресат делает это, надеясь, что собеседник разделит его эмоции или опровергнет его опасения.

С целью вовлечь в обсуждение новости большее количество читателей/зрителей автор новостного текста зачастую использует экспрессивные речевые стратегии. Актуальность исследования обусловлена важностью изучения речевых стратегий, речевых тактик и языковых средств передачи информации с применением экспрессивной составляющей в рамках эмоционально ориентированного воздействия. О.С. Иссерс полагает, что стратегия основывается на интерпретации, которая является первичным компонентом речевого воздействия. Речевые стратегии предполагают наличие мотива, связанного с желанием, волей субъекта, его знаниями, ценностными категориями или эмоциями [Иссерс 2003, с. 122]. Адресант стимулирует определенный интерес к событию, затем у адресата формируется эмоциональное отношение к познанному. Такой тип речевых стратегий содер-

жит психолингвистический компонент, к которому относятся чувства, эмоции, языковые модели, личностные черты, стиль общения и «привлекательность» новости или удобочитаемость (англ. readability). Целью данного исследования является определение языковых особенностей новостных заголовков в период глобального распространения заболеваний и раскрытие субъективного отношения авторов к описываемой проблеме в рамках реализации речевых стратегий.

Авторы новостных выпусков или статей, посвященных пандемии коронавируса, эпидемии Эбола, а также оспе обезьян, чаще всего используют следующие экспрессивные речевые стратегии: фрустрационную и провокационную.

Реализация фрустрационной и провокационной стратегий в медиадискурсе

Фрустрационная стратегия направлена на создание психологического напряжения, искусственно вызванного состоянием тревоги, страха, подозрений относительно правдивости информации. Авторы, использующие данную речевую стратегию, стараются воздействовать на инстинкт самосохранения адресата, затрагивая биологический, социальный или экзистенциальный виды страха, связанные с угрозой жизни человека, изменением его социального статуса (например, в связи с потерей работы по причине болезни) или с самой сущностью человека (страх смерти) [Щербатых 2007, с. 31–33].

Фрустрационная стратегия обычно реализуется посредством тактики нагнетания отрицательных эмоций и шокирования «фактами», тактики запугивания, тактики апелляции к статистическим данным, тактики демонстрации последствий, тактики негативного прогнозирования, тактики сравнения, тактики отрицания очевидного.

Тактика «нагнетание отрицательных эмоций» заключается в увеличении давления на реципиента посредством эмотивно окрашенных единиц пейзажной семантики для привлечения внимания к деталям (способным вызвать эмоциональный отклик (сопереживание, возмущение, негодование и т. п.), например, disease, infection, disorder, death и т. п. (Катенева 2010).

Тактика шокирования фактами помогает автору сформировать у адресата негативное отношение к какому-либо лицу, событию, явлению при помощи

демонстрации ярких наблюдений, визуализации, фактов, которые могут взволновать, возмутить, шокировать.

Что касается тактики негативного прогнозирования, то она осуществляется с помощью создания оппозиции «прошлое – настоящее/будущее», т. е. параллелей между трагичными периодами в истории народа и событиями настоящего или пугающего будущего, апеллируя к чувствам неуверенности и неопределенности перед угрозой [Кабанова 2020]. Кроме того, автор может не только изображать мрачное настоящее, сравнивая его с явлениями прошлого, но и показывать, к какому будущему могут привести те или иные события, действия или бездействие реципиента, тогда применяется тактика демонстрации последствий.

Тактика запугивания осуществляется посредством внушения адресату постоянного страха, вызывающего в нем робость, боязнь кого-либо или чего-либо из-за надвигающейся угрозы.

Тактика апелляции к статистическим данным строится на перенасыщении статьи или новостного выпуска информацией статистического характера (опросы, проценты, числовые значения), призванной убедить адресата в правдивости текста.

В свою очередь, тактика сравнения реализуется вследствие сопоставления двух явлений, событий или лиц, одно из которых предстает в невыгодном для него свете, а второе на фоне негативно окрашенного выглядит более выигрышно.

Тактика отрицания очевидного осуществляется посредством отрицания на первый взгляд прозрачного, понятного и очевидного факта. Данная тактика ставит под сомнение правдивость или возможность существования описываемого факта, заставляя реципиента задуматься или даже пересмотреть свое мнение.

Говоря о провокационной стратегии, некоторые исследователи используют нейтральную коннотацию данного понятия и определяют провокацию как искусственное возбуждение, усиление каких-либо явлений или признаков [Норман 1994, с. 50–51] или как тип иллюзивного вынуждения, когда говорящий демонстрирует в речи свое психологическое состояние с целью передать его собеседнику и вызвать у него аналогичное внутреннее состояние [Степанов 2003, с. 173–175]. В данной работе мы будем придерживаться более узкой трактовки: провокационная стратегия подразумевает преднамеренное контролируемое поведение автора по отношению к читателю/зрителю, дестабилизирующее его эмоциональное состояние и подстрекающее его к действиям, которые могут привести к желаемым для адресанта последствиям. В рамках данной стратегии автор стремится показать описываемое событие как нечто необычное, удивительное или шокирующее, что также побуждает адресата распространять информацию в виде слухов [Иссерс 2009].

Для реализации провокационной стратегии авторы применяют тактики выведывания информа-

ции или эмоционально дестабилизирующие тактики. В контексте создания новостных заголовков наибольший интерес представляют следующие типы эмоционально дестабилизирующих тактик: прямое и косвенное обвинение, выражение недоверия, насмешка, угроза и т. п.

Тактика «прямое и косвенное обвинение» строится на отрицательной оценке действий личности, вовлеченной в описываемые события, не умаляя интеллектуальные или нравственные качества данной личности; при этом прямое обвинение реализуется посредством деэвфемизации и персонификации, а косвенное обвинение – иносказательно [Романовская 2020].

Речевая тактика «выражение недоверия» ставит под сомнение достоверность явления, что может быть выражено через прямое уличение действующих лиц в дезинформации адресата или опосредованно.

По мнению О.С. Ахмановой, тактика насмешки предполагает тонкое, ироничное внесение критически-оценочной характеристики объекта коммуникации (Ахманова 1966, с. 177).

Тактика угрозы представляет собой незаслуженное подавление интеллектуальной составляющей сознания адресата посредством применения психического давления, но Дж.М. Сейдок считает, что данная тактика также может являться формой предупреждения о неочевидных для адресата предстоящих событиях [Sadock 1974, p. 49].

Для выявления использования данных речевых стратегий были проанализированы материалы 2020–2022 гг., посвященные пандемии коронавирусной инфекции, эпидемии геморрагической лихорадки Эбола и вспышке оспы обезьян.

Рассмотрим примеры использования фрустрационной стратегии в англо- и русскоязычных масс-медиа.

Fresh pandemic

Monkeypox declared global emergency by World Health Organisation after cases spread to more than 70 countries (The Sun, 2022).

В данном примере автор обращается к **тактике негативного прогнозирования**, применяя эпитет *fresh* (рус. «новый») в сочетании с лексемой *pandemic* по отношению к вспышке оспы обезьян, намекая на развитие событий, схожее с пандемией коронавируса. Дополнительное воздействие оказывает статистика распространения заболевания в более чем 70 странах, упоминаемая автором в подзаголовке статьи, что говорит об употреблении добавочной тактики апелляции к статистическим данным.

В следующем примере автор статьи также использовал тактику негативного прогнозирования, применяя языковую игру на основе паронимии и разделив прецедентное имя персонажа *Batman*, чтобы акцентировать внимание на передаче вируса от летучих мышей (англ. *bat*) человеку (англ. *man*). Здесь данная тактика строится на оппозиции «прошлое – будущее», т. к. автор употребляет сло-

восочетание next pandemic (рус. «следующая пандемия») в новостном подзаголовке.

Bat man

BAT flu can spread to humans and could spark next pandemic, experts warn (The Sun, 2019).

В русскоязычных масс-медиа также были обнаружены примеры тактики негативного прогнозирования. В первом примере предполагается рост числа заболевших штаммом коронавируса омикроном. Автор использует олицетворение как стилистическое средство и дополнительно воздействует на читателя посредством парцеллята, сообщая о необходимости защититься от нового штамма.

Во втором примере автор заменяет часть прецедентного текста «Новый год шагает по планете» на то же название штамма омикрон, что и в первом заголовке. Посредством такого приема автор показывает, что заболевание коснется населения всех стран, но в парцелляте демонстрируется неопределенность будущего только для нашей страны.

1) *Омикрон готовится к прыжку в России: что нужно знать, чтобы защитит себя* (Комсомольская правда, 2022);

2) *Омикрон шагает по планете: какой будет новая волна коронавируса в России* (Комсомольская правда, 2022).

Dead spread

Coronavirus scientists confirm first spread of the disease from a dead body (The Sun, 2020).

В рамках фрустрационной стратегии в данном заголовке автор реализует тактику нагнетания отрицательных эмоций посредством эпифоры [ded sprd], повторяя конечные звуки. Так, автор стремится показать подтвержденный факт передачи коронавируса от умершего.

Bank of England: UK resilient but Covid fears remain

UK households have remained «resilient» despite the end of the furlough scheme and other Covid support measures, the Bank of England has said (The New York Times, 2021).

В анализируемом заголовке автор также задействует тактику нагнетания отрицательных эмоций. Посредством антитезы *resilient but ... fears remain* автор сначала дает надежду адресанту на стабилизацию экономики (*resilient* – рус. «устойчивый»), а затем добавляет негативно окрашенную лексику *fears remain* (рус. «опасения остаются»), которая не способствует появлению уверенности читателя в завтрашнем дне.

В русскоязычных СМИ также встречаются примеры тактики нагнетания отрицательных эмоций. В следующем заголовке данная тактика реализуется посредством языковой игры на основе трансформации прецедентного феномена «остров невезения», показывая возможность неблагоприятного стечения обстоятельств и появления нового вируса на территории страны.

Осна невезения: придет ли в Россию «обезьяний» вирус (Известия, 2022).

Deep in a Covid wave, Europe counts cases and carries on

Even in countries that once took strict measures, the authorities are relying on vaccination and past infections to take the sting out of omicron subvariants (The New York Times, 2022).

В рассматриваемом примере адресант применяет тактику запугивания, используя метафору *deep in a Covid wave* (рус. «погрузившая в очередную волну ковида»). Автор показывает таким образом ухудшение ситуации, связанной с заболеваемостью коронавирусной инфекцией в европейских странах, усиливая воздействие на читателя посредством таких словосочетаний, как *counts cases, Even... took strict measures*.

Автор следующей статьи также прибегает к тактике запугивания при помощи метафоры в заголовке *New Threat*, называя оспу обезьян «новой угрозой». Кроме того, необходимый адресанту эффект достигается благодаря словосочетанию *children... at high risk*, т. к. у адресата возникает страх за своих детей.

New Threat

First cases of monkeypox in kids as experts warn children under 8 at «high risk» (The Sun, 2022).

В следующем заголовке автор также применяет тактику запугивания посредством метафоры *silent killer* (рус. «безмолвный убийца»), говоря о вирусе Эбола. Так автор образно передал бессимптомное течение заболевания у человека на протяжении семи лет.

Silent killer

The world's latest Ebola virus outbreak may have been caused by a person who was infected over seven years ago, scientists have said (The Sun, 2021).

Dance with death

China's gung ho biolabs have «REPEATEDLY released deadly viruses onto the world» – so Covid lab leak is no shock (The Sun, 2021).

В рассматриваемом примере автор использует тактику запугивания при помощи идиомы *dance with death* (рус. «танцевать со смертью») в значении «делать что-то опасное/рискованное». Воздействие на читателя усиливается за счет выделения прописными буквами слова *REPEATEDLY*, что говорит о повторяющихся действиях, а также благодаря употреблению наречия *deadly*, однокоренного со словом *death*.

В следующем заголовке также применяется тактика запугивания посредством идиомы *gates of hell* (рус. «врата ада»). Языковая игра строится на основе омонимии *gates* – врата и *Gates* – фамилия Билла Гейтса, соучредителя корпорации Microsoft, который ранее «предсказал» появление пандемии, а теперь предрекает человечеству серьезные изменения климата и биотерроризм, что, по мнению автора, сравнимо с адом на Земле.

Gates of hell

Bill Gates warns of next two global disasters after predicting Covid-style virus pandemic. ... In a recent interview, the Microsoft co-founder said that he be-

lieves the greatest future threats to humanity are climate change and bioterrorism (The Sun, 2021).

В российских масс-медиа фрустрационная стратегия реализуется также посредством **тактики шокирования «фактами»**. Так, в следующем примере автор поражает читателя языковой игрой на основе пословицы «путь к сердцу мужчины лежит через желудок», заменяя часть пословицы на название вируса и давая понять, что способ заражения коронавирусом может отличаться от изученного ранее.

Путь коронавируса лежит ... через желудок? (Комсомольская правда, 2021).

Вот зараза: ученые показали, чем вирус-мутант Омикрон-штамма прикрепляется к клеткам человека (Комсомольская правда, 2022).

В данном примере автор также использует тактику шокирования «фактами», но языковая игра строится на основе парцелляции и многозначности лексемы «зараза», т. е. разговорного обозначения заболевания и междометия, выражающего раздражение происходящим. Так автор хотел показать, что новый штамм коронавируса из-за особенностей своего строения более опасен, чем предыдущие.

В отличие от англоязычных, русскоязычные масс-медиа используют **тактику демонстрации последствий** с целью реализации фрустрационной стратегии. В следующем примере автор воздействует на читателя, используя устойчивое словосочетание «шлейф остался» в переносном значении, желая показать, что коронавирус не проходит бесследно и вызывает осложнения у заболевших.

Болезнь прошла, а шлейф остался

Врач назвал людей, которым не грозят постковидные осложнения при «омикроне» (Комсомольская правда, 2022).

Анализ примеров показал, что англоязычные масс-медиа чаще используют фрустрационную стратегию, чем русскоязычные (табл. 1), при этом в большинстве случаев осуществляемую посредством тактики запугивания. Что касается языковых средств реализации данной речевой стратегии, авторы применяют языковую игру на

различных языковых уровнях от фонологического до синтаксического на основе омонимии, паронимии, эпитеты, метафоры, олицетворения, антитезы, многозначности, трансформации прецедентного феномена, идиомы, пословицы, парцелляции.

Далее необходимо рассмотреть примеры использования провокационной стратегии в англо- и русскоязычных масс-медиа.

Blame Shame

Coronavirus – China warns officials «will be nailed on a pillar of shame for eternity» if they cover up bug crisis (The Sun, 2020).

В данном заголовке провокационная речевая стратегия реализуется посредством **тактики обвинения**. Автор усиливает воздействие на читателя с помощью идиомы в заголовке статьи blame shame, чтобы показать противозаконность действий властей при попытке сокрытия реального положения дел относительно заболеваемости коронавирусом.

От завышенных цен на тесты до «очищения» в могиле: Как нас разводят на страхе перед коронавирусом (Комсомольская правда, 2022).

Российские масс-медиа также используют тактику обвинения в рамках реализации провокационной стратегии, но при помощи других языковых средств. Автор рассматриваемого примера для привлечения внимания среднестатистического читателя применяет метафоричное словосочетание «очищение в могиле» и добавляет эмоциональную окраску за счет жаргонной лексики «разводить на чем-либо». При этом автор объединяет себя с адресатом через использование местоимения «нас», что положительно сказывается на отклике реципиентов.

В следующем примере автор реализует провокационную стратегию посредством **тактики насмешки**, показывая несостоятельность властей и несвоевременно принятые меры по предотвращению распространения коронавируса. Для достижения необходимого психологического эффекта автор использует оксюморон **a little too late** (рус. «немного слишком поздно») в заголовке сюжета, смягчив его при помощи a little и показав, что была возможность уменьшить количество заболевших и умерших.

Таблица 1

Реализация фрустрационной стратегии в масс-медиа

Table 1

Implementation of a frustration strategy in the media

СМИ	Фрустрационная стратегия				
	Т. негативного прогнозирования	Т. нагнетания отрицательных эмоций	Т. запугивания	Т. шокирования «фактами»	Т. демонстрации последствий
Англоязычные СМИ	2 (13,3 %)	2 (13,3 %)	5 (33,3 %)	–	–
Русскоязычные СМИ	2 (13,3 %)	1 (6,7 %)	–	2 (13,3 %)	1 (6,7 %)

A little too late

Coronavirus – Chinese revolt over government’s slow response as ‘Wuhan is sealed off’ trends on Weibo (The Sun, 2020).

Следующий пример также демонстрирует применение тактики насмешки в рамках провокационной стратегии. В данном заголовке автор иронично высказывается о нетрадиционных блюдах китайской кухни, употребление которых, по версии ученых, способствовало передаче коронавируса от летучих мышей человеку. Воздействие достигается посредством использования оксюморона *deadly delicacy*, в котором объединяются лексема *deadly* (рус. «смертельный»), показывающая последствия заражения вирусом после поедания «сомнительной пищи», и контрастирующая лексема *delicacy* (рус. деликатес).

Deadly delicacy

CHINESE scientists have claimed that the new coronavirus shared a strain of virus found in bats. But what is bat soup and is it safe to eat? (The Sun, 2020).

Zombieland

Coronavirus will infect 350,000 in Wuhan alone experts say as vid ‘shows corpses blocking hospital corridors’ (The Sun, 2020).

В рассматриваемом примере автор также использует тактику насмешки, с сарказмом описывая большое количество тел умерших от коронавируса, скопившихся в больницах г. Уханя. В заголовке статьи автор привлекает внимание адресата метафорой на основе прецедентного одноименного названия фильма ужасов *Zombieland*, сравнивая увеличение числа заболевших и умерших с нашествием зомби.

Однако такой же прием и заголовок использует и автор другой статьи, показывая нелепость жителей одной из китайских деревень, перекапывающих дороги в попытке остановить «нашествие» заболевших, не желающих соблюдать карантин.

ZOMBIELAND

Coronavirus – Desperate villagers in China arm themselves with spears and dig up roads to stop sick escaping quarantine (The Sun, 2020).

В следующем заголовке автор образует окказионализм *jabulous* из лексем *jab* (рус. «прививка») и *fabulous* (рус. «сказочный, невероятный»), насме-

хаясь и обесценивания таким образом исследования ученых, утверждающих, что новая прививка может защитить человека от коронавируса на всю жизнь, при этом сообщая о растущем числе заболевших.

Jabulous

Two Pfizer and Moderna jabs could give lifetime protection against Covid, study finds (The Sun, 2021).

Помимо описанных выше тактик, авторы также используют тактику выражения недоверия для реализации провокационной стратегии в следующих примерах:

1) **Playing with fire**

World’s most dangerous biolabs studying diseases with NO CURE as Covid leak feared to have infected dozens in Taiwan (The Sun, 2020).

В данном примере автор привлекает читателя идиомой *to play with fire* (рус. «играть с огнем») в заголовке статьи, показывая опасность изучения новых заболеваний (в том числе ковида) при отсутствии необходимого лекарства;

2) **Omicron: India aims to avoid «pandemic roulette».**

As the country tries to contain the spread of the Omicron variant, laboratories like the NIV are working round the clock to identify people who might be infected by it. (The Sun, 2021).

В рассматриваемом примере автор производит замену в идиоме «русская рулетка», на «пандемийная» (*pandemic roulette*), сохраняя значение опасности и непредсказуемости. Автор показывает, что невозможно предугадать дальнейшее распространение заболеваемости, несмотря на меры, принимаемые правительством и лабораториями.

В следующем примере русскоязычных масс-медиа тактика недоверия также выражается заменой в идиоме, связанной с игрой. Автор демонстрирует несерьезность ситуации, используя словосочетание «игра в коронавирус», а в парцелляте уверяет, что найдена причина такого отношения многих граждан к информации о данном заболевании.

«**Игра в коронавирус**»: ученые поняли, что заставляет людей не верить в реальность пандемии
 Психолог объяснила феномен конспирологического ковидного «заговора» (Комсомольская правда, 2021).

Таблица 2

Реализация провокационной стратегии в масс-медиа

Table 2

Implementation of a provocative strategy in the media

СМИ	Провокационная стратегия		
	Т. обвинения	Т. насмешки	Т. выражения недоверия
Англоязычные СМИ	1 (10 %)	5 (50 %)	2 (20 %)
Русскоязычные СМИ	1 (10 %)	–	1 (10 %)

Проанализировав примеры новостных заголовков, реализующих провокационную стратегию, мы пришли к выводу, что англоязычные масс-медиа чаще всего используют тактику насмешки, говоря о заболеваемости коронавирусом, лихорадкой Эбола или оспой обезьян (табл. 2). При этом авторы употребляют такие языковые средства, как оксюморон, метафора и окказионализм. В свою очередь русскоязычные СМИ не применяют тактику насмешки в заголовках указанной тематики. Что касается тактики обвинения и тактики выражения недоверия, и англо-, и русскоязычные масс-медиа реализуют их посредством употребления устойчивых выражений, идиом и трансформированных идиом.

Полученные результаты и выводы

Таким образом, проведенное исследование позволяет прийти к выводу, что англоязычные масс-медиа значительно превосходят русскоязычные в употреблении экспрессивных речевых стратегий

(фрустрационной и провокационной) в рамках новостных статей/выпусков, касающихся пандемии коронавируса, эпидемии Эбола и оспы обезьян. Проанализированные примеры говорят о намерении авторов воздействовать на первичные эмоции и желания адресата: чувство страха и тревоги, желание жить. Доказательством служат лексемы, используемые при создании языковой игры в заголовках: в англоязычных СМИ – *death* «dead, threat, fear, killer», в русскоязычных – «могила», «страх», «зараза» и т. д. При этом фрустрационная стратегия, применяемая авторами чаще провокационной в данном контексте, реализуется посредством более разнообразных языковых средств. Исходя из вышесказанного, мы можем прийти к следующему выводу: авторы чаще используют фрустрационную стратегию при передаче новостей о массовых заболеваниях, т. к. ее реализация возможна на всех языковых уровнях (от фонологического до синтаксического), что позволяет увеличить охват воздействия на адресата.

Материалы исследования

The New York Times 2021 – *The New York Times* Bank of England: UK resilient but Covid fears remain 2021. URL: <https://www.nytimes.com/2021/12/13/world/europe/covid-anxiety-depression-omicron.html?searchResultPosition=223> (дата обращения: 11.01.2023).

The New York Times 2022 – *The New York Times* Deep in a Covid Wave, Europe Counts Cases and Carries On 2022. URL: <https://www.nytimes.com/2022/07/21/world/europe/covid-ba5-wave.html?searchResultPosition=7> (дата обращения: 11.01.2023).

The Sun – *The Sun* 2019–2022. URL: <https://www.thesun.co.uk> (дата обращения: 12.01.2023).

Ахманова 1966 – *Ахманова О.С.* Словарь лингвистических терминов. Москва: Советская энциклопедия, 1966. 608 с. URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01002421989>.

Известия 2022 – *Известия*. Оспа неvezения: придет ли в Россию «обезьяний» вирус 2022. URL: <https://iz.ru/1337595/anastasiia-platonova-olga-kolentcova-roman-soldatov-veronika-kulakova/ospa-nevezeniia-pridet-li-v-rossiiu-obezianii-virus> (дата обращения: 14.01.2023).

Катенева 2010 – *Катенева И.Г.* Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ (на примере общественно-политических оппозиционных изданий): специальность 10.02.01 «Русский язык»: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Катенева Ирина Геннадьевна. Новосибирск, 2010. 24 с. URL: <https://viewer.rsl.ru/ru/rsl01003493665?page=1&rotate=0&theme=white>.

Комсомольская правда – *Комсомольская правда* 2019–2022. URL: <https://www.kp.ru> (дата обращения: 14.01.2023).

Библиографический список

Moravec, Minas, Dennis 2018 – *Moravec P., Minas R., Dennis A.R.* Fake News on Social Media: People Believe What They Want to Believe When it Makes No Sense at All // Kelley School of Business Research Paper. 2018. No. 18–87. 36 p. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3269541>.

Sadock 1974 – *Sadock J.M.* Toward a Linguistic Theory of Speech Acts. New York: Academic Press, 1974. 168 p. URL: <https://archive.org/details/towardlinguistic0000sado>.

Исмаилова 2017 – *Исмаилова О.И.* Речевые стратегии и тактики манипулятивного воздействия в масс-медиа на основе языковой игры (на примере английского и русского языков) // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 12–1 (78). С. 95–98. URL: www.gramota.net/materials/2/2017/12-1/25.html.

Иссерс 2003 – *Иссерс О.С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 3-е изд., стереотип. Москва: УРСС, 2003. 284 с. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19770663>. EDN: <https://www.elibrary.ru/qqqrld>.

Иссерс 2009 – *Иссерс О.С.* Стратегия речевой провокации в публичном диалоге // Русский язык в научном освещении. 2009. № 2 (18). С. 92–104. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/issers-09.htm?ysclid=lmhmib3nip81197635>; <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15127752>. EDN: <https://www.elibrary.ru/mtbbid>.

Кабанова 2020 – *Кабанова И.Н.* Стратегии и тактики представления террористической угрозы в англоязычном медийном дискурсе // Стратегии и тактики в различных регистрах общения (на материале современных индоевропейских языков): сборник материалов по результатам научной конференции. Нижний Новгород,

12 ноября 2019 года. Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2020. С. 47–55. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47177959>. EDN: <https://www.elibrary.ru/fuvrnd>.

Норман 1994 – *Норман Б.Ю.* Грамматика говорящего. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1994. 227 с. URL: <https://urss.ru/cgi-bin/db.pl?lang=Ru&blang=ru&page=Book&id=233208&ysclid=lmhn42yrz5671870761>.

Романовская 2020 – *Романовская Л.В.* Провокационные тактики в дискурсе англоязычных политических интервью // Стратегии и тактики в различных регистрах общения (на материале современных индоевропейских языков): сборник материалов по результатам научной конференции. Нижний Новгород, 12 ноября 2019 года. Нижний Новгород: Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова, 2020. С. 113–118. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47177953&pff=1>. EDN: <https://www.elibrary.ru/aeckyp>.

Степанов 2003 – *Степанов В.Н.* Провокационный вопрос с точки зрения прагмалингвистики // Московский лингвистический журнал. 2003. Т. 6, № 2. С. 157–180. URL: http://mj.lrsuh.ru/issues/_num_6-2-2003.pdf.

Щербатых 2007 – *Щербатых Ю.В.* Психология страха: популярная энциклопедия. Изд. 2-е, испр. и доп. Москва: Эксмо, 2007. 504 с. URL: <https://djvu.online/file/dG9wsxOv63hEW>.

References

Moravec, Minas, Dennis 2018 – *Moravec P., Minas R., Dennis A.R.* (2018) Fake News on Social Media: People Believe What They Want to Believe When it Makes No Sense at All. *Kelley School of Business Research Paper*, no. 18–87, 36 p. DOI: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3269541>.

Sadock 1974 – *Sadock J.M.* (1974) Toward a Linguistic Theory of Speech Acts. New York: Academic Press, 168 p. Available at: <https://archive.org/details/towardlinguistic0000sado>.

Ismailova 2017 – *Ismailova O.I.* (2017) Speech strategies and tactics of manipulative influence in mass media based on language game (by the example of the English and Russian languages). *Philology. Theory & Practice*, no. 12–1 (78), pp. 95–98. Available at: www.gramota.net/materials/2/2017/12-1/25.html. (In Russ.)

Issers 2003 – *Issers O.S.* (2003) Communicative strategies and tactics of Russian speech. 3rd edition, stereotyped. Moscow: URSS, 284 p. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=19770663>. EDN: <https://www.elibrary.ru/qqrlid>. (In Russ.)

Issers 2009 – *Issers O.S.* (2009) Strategy of speech provocation in public dialogue. *Russian Language and Linguistic Theory*, no. 2 (18), pp. 92–104. Available at: <http://www.philology.ru/linguistics2/issers-09.htm?ysclid=lmhmib3nip81197635>; <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=15127752>. EDN: <https://www.elibrary.ru/mtbbid>. (In Russ.)

Kabanova 2020 – *Kabanova I.N.* (2020) Strategies and tactics of terrorist threat presentation in English mass media discourse. In: *Strategies and tactics in various registers of communication (based on the material of modern Indo-European languages): collection of materials on the results of scientific conference, Nizhny Novgorod, November 12, 2019*. Nizhny Novgorod: Nizhegorodskii gosudarstvennyi lingvisticheskii universitet im. N.A. Dobrolyubova, pp. 47–55 Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47177959>. EDN: <https://www.elibrary.ru/fuvrnd>. (In Russ.)

Norman 1994 – *Norman B.Yu.* (1994) Grammar of the speaker. 227 p. Available at: <https://search.rsl.ru/ru/record/01001689125>. (In Russ.)

Норман 1994 – *Норман Б.Ю.* Грамматика говорящего. Санкт-Петербург: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 1994. 227 с. URL: <https://urss.ru/cgi-bin/db.pl?lang=Ru&blang=ru&page=Book&id=233208&ysclid=lmhn42yrz5671870761>.

Romanovskaya 2020 – *Romanovskaya L.V.* (2020) Provocation tactics in the discourse of English political interviews. In: *Strategies and tactics in various registers of communication (based on the material of modern Indo-European languages): collection of materials on the results of scientific conference, Nizhny Novgorod, November 12, 2019*. Nizhny Novgorod: Nizhegorodskii gosudarstvennyi lingvisticheskii universitet im. N.A. Dobrolyubova, pp. 113–118. Available at: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=47177953&pff=1>. EDN: <https://www.elibrary.ru/aeckyp>. (In Russ.)

Stepanov 2003 – *Stepanov V.N.* (2003) Provocative question in pragmalinguistics. *Moscow Journal of Linguistics*, vol. 6, no. 2, pp. 157–180. Available at: http://mj.lrsuh.ru/issues/_num_6-2-2003.pdf. (In Russ.)

Shcherbatykh 2007 – *Shcherbatykh Yu.V.* (2007) Psychology of fear: popular encyclopedia. 2nd edition, revised and enlarged. Moscow: Eksmo, 504 p. Available at: <https://djvu.online/file/dG9wsxOv63hEW>. (In Russ.)