

Rycheva, Ekaterina ; Bezkorovayna, Tetyana

Стилистически сниженная лексика в речи бизнес-тренера (на материале выступлений Ирины Хакамады)

Opera Slavica. 2023, vol. 33, iss. 2, pp. 41-56

ISSN 1211-7676 (print); ISSN 2336-4459 (online)

Stable URL (DOI): <https://doi.org/10.5817/OS2023-2-3>

Stable URL (handle): <https://hdl.handle.net/11222.digilib/digilib.78286>

License: [CC BY-SA 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Access Date: 27. 11. 2024

Version: 20230705

Terms of use: Digital Library of the Faculty of Arts, Masaryk University provides access to digitized documents strictly for personal use, unless otherwise specified.

Стилистически сниженная лексика в речи бизнес-тренера (на материале выступлений Ирины Хакамады)

Special Colloquial Vocabulary in Speech of a Business Coach (Based on the Speeches of Irina Khakamada)

Екатерина Рычева — Татьяна Безкоровайна

(Прага, Чехия)

Абстракт:

Речь бизнес-тренеров отличается стремлением говорящего оказать влияние на сознание реципиента благодаря использованию различных языковых средств. Адресант учитывает не только цель коммуникации (информирование, привлечение внимания / развлечение, убеждение), но и ее синтетический характер, сочетающий в себе вертикальные и горизонтальный векторы. Говорящий пытается завоевать и удержать расположение аудитории, получить ее поддержку, понимание и доверие благодаря комплексному воздействию на чувства, эмоции и подсознание адресата, а также демонстрации принадлежности к группе «своих». Одной из особенностей речи Ирины Хакамады в роли бизнес-тренера является употребление стилистически сниженной лексики (молодежный сленг, арго, вульгаризмы, обценная лексика).

Ключевые слова:

речь; речевой портрет; речевое поведение; речевой имидж; молодежный сленг; арго; вульгаризм; обценная лексика; говорящий; слушающий; реципиент; адресант; адресат; манипулятивный прием

Abstract:

The speech of business coaches is distinguished by the speaker's desire to influence the mind of the recipient through the use of various linguistic means. The addresser takes

into account not only the goal of communication (informing, attracting attention / entertainment, persuasion), but also its synthetic character, which combines vertical and horizontal vectors. The speaker is trying to gain and keep the sympathy of the audience, get its support, understanding, and trust by complexly influencing the feelings, emotions, and subconscious of the addressee, as well as by demonstrating belonging to the “In-group”. One of the features of Irina Khakamada’s speech as a business coach is the use of special colloquial vocabulary (youth slang, argot, vulgarisms, obscene vocabulary).

Key words:

speech; speech portrait; speech behavior; speech image; youth slang; argot; vulgarism; obscene vocabulary; speaker; listener; recipient; addresser; addressee; manipulative technique

В связи с растущей популярностью деловых тренингов и курсов личностного роста актуальной проблемой является анализ речевого имиджа бизнес-тренеров и коучей. Оратор должен владеть как языком специальности, так и широким набором средств выразительности, которые позволяют говорящему в понятной и доступной форме передавать информацию и воздействовать на сознание реципиента, убеждая его в правильности своих слов. Для достижения этой цели в современной публичной речи нередко используются различные языковые единицы, обладающие яркой образностью, экспрессивностью и оценочностью, которые позволяют установить близкий контакт с аудиторией и показать принадлежность говорящего к группе «своих»: метафоры (А. Н. Баранов, Ю. Н. Караулов, А. П. Чудинов, Е. О. Опарина и др.), фразеологические единицы и паремии (Н. В. Баско, И. В. Сопова, Ю. В. Мишанова и др.), прецедентные феномены (Д. Б. Гудков, Л. А. Бутахина, А. В. Филиппова и др.), а также стилистически сниженная лексика (R. Szymula, Л. Ю. Королева, Е. А. Рычева и др.).

Бизнес-тренеры стараются создать особый *речевой имидж*, который представляет собой социально значимый публичный речевой образ говорящего, намеренно конструируемый и поддерживаемый с целью воздействия на адресата (А. К. Михальская, Е. В. Осетрова, Л. Г. Павлова, Ж. Сладкевич, В. А. Сулимов и др.). Такая своеобразная «визитная карточка» выгодно демонстрирует профессиональные и личностные преимущества оратора по отношению к его конкурентам, а также привлекает и удерживает внимание целевой аудитории. Речевой имидж формируется в результате целенаправленной деятельности со стороны говорящего под воздействием запросов социальной среды¹. По

1 SULIMOV, V. A.: *Problema formirovanija rečevogo imidža*. Govor: al'manach. 1995, № 9 (9), s. 101–105.

мнению Ж. Сладкевич, речевой имидж — это «внешняя часть языковой личности, находящаяся под контролем говорящего субъекта и сознательно формируемая в соответствии с его коммуникативными задачами»².

Речь бизнес-тренеров и коучей может быть обращена как к широкой общественности, так и к узкой целевой аудитории, объединенной на основе профессиональных или социальных признаков (предприниматели, политики, общественные деятели, молодые специалисты, студенты и др.), что определяет речевое поведение³ оратора. В данной статье мы придерживаемся концепции *audience design*, предложенной А. Беллом, согласно которой говорящий меняет речевое поведение в зависимости от ситуации общения: «Speakers have alternatives or choices—a ‘that way’ which could have been chosen instead of a ‘this way’. Speakers talk in different ways in different situations, and these different ways of speaking can carry different social meanings.»⁴. Другими словами, при построении высказывания говорящий ориентируется на аудиторию, чтобы установить с ней контакт, показать свою близость к ней или дистанцироваться от нее. В зависимости от типа реципиента говорящий выбирает определенную речевую стратегию: например, обращаясь к массовой аудитории, оратор, как правило, поясняет значение специальной лексики и фразеологии, предупреждая возникновение коммуникативных неудач. Напротив, выступая перед узкой целевой аудиторией, бизнес-тренер может использовать термины и профессиональный жаргон без последующего трактования, подразумевая, что значение слов и выражений знакомы реципиентам.

Бизнес-тренинги характеризуются особым типом построения отношений между говорящим и слушающим, а именно — сочетанием *вертикального* и *горизонтального вектора* коммуникации. «Вертикальная» коммуникация предполагает передачу информации «сверху вниз»: в ходе делового тренинга оратор должен продемонстрировать свой профессионализм и компетентность, чтобы аудитория воспринимала его как эксперта. В то же время говорящему необходимо обращать внимание на «горизонтальный» вектор коммуникации:

2 SLADKEVIČ, Ž.: Rečevoj imidž opozicionnega žurnalista v pragmatolingvističeskem rakurse. *Przeegląd wschodnioeuropejski*, XI/2, 2020, s. 156.

3 В «Новом словаре методических терминов и понятий» *речевое поведение* определяется как «форма взаимодействия человека с окружающей средой, выраженная в речи. Обусловлена ситуацией, задачей, условиями общения, коммуникативными потребностями, национально-культурной спецификой поведения участников общения. Говорящий/пишущий меняет тактику речевого поведения в зависимости от ситуации общения (официальная/неофициальная), времени, места, социального статуса собеседника или адресата, коммуникативной компетенции и др.».

4 BELL, A.: Language Style as Audience Design. In: COUPLAND, N. – JAWORSKI, A. (eds.) *Sociolinguistics: a Reader and Coursebook*. New York: St Mattin's Press Inc. 1984, s. 240.

говорить с аудиторией «на одном языке», что помогает установить близкие, доброжелательные и доверительные отношения с реципиентом для достижения большего прагматического эффекта.

Целью настоящей статьи является анализ специфики использования стилистически сниженной лексики (молодежного сленга, арготизмов, вульгаризмов и обценной лексики) в речи Ирины Хакамады, известного российского бизнес-тренера, общественного деятеля и бывшего политика. Материалом для исследования послужили 42 статьи и интервью, размещенные на ее официальном сайте с 2017 по 2019 гг.

1. *Молодежный сленг* представляет собой социолект определенной возрастной группы (молодые люди от 13 до 35 лет), лексический состав которого является чрезвычайно подвижным. Для молодежного сленга характерна высокая степень эмоциональности, оценочности и экспрессивности слов и выражений, стремление говорящего к языковой игре, самовыражению и обособлению от группы «чужих». На основании данной специфики лингвисты выделяют следующие функции молодежного сленга: конспиративную, опознавательную, номинативную, эмоционально-экспрессивную, мировоззренческую, оппозиционную, игровую, контролирующую, катаргическую, эстетическую⁵, а также демонстративную, корпоративную и функцию творческого самовыражения⁶.

Границы молодежного сленга становятся более прозрачными вследствие демократизации речевого общения и доступности Интернета, проникновения сленгизмов в публичную коммуникацию и средства массовой информации (СМИ). По словам Л. А. Брусенской, в настоящее время происходит *жаргонизация устной интеллигентной речи*, что приводит к возникновению так называемого «общего жаргона», единицы которого могут быть использованы в разных формах современного общения⁷. Следует отметить, что сленгизмы, чаще всего встречающиеся в речи Ирины Хакамады, в настоящее время перешли из молодежного сленга в «общий жаргон»⁸: *крутой/офигенный* в значении

5 CIBIZOVA, O. V.: *Sovremennyy molodežnyj žargon: problemy leksikografičeskogo opisanija*. Dissertacija. Severodvinsk, 2006.

6 ORLOVA, N. O. – BOGDANOVA, O. Ju.: Funkcional'noje naznačeniye slenga (na materiale russkich i amerikanskich slengizmov). *Vestnik Severnogo federal'nogo universiteta. Serija: Gumanitarnyje i social'nyje nauki*, 2021, № 6, s. 98–104.

7 BRUSENSKAJA, L. A.: Kriminalizacija institucional'nogo diskursa: problema žargonizacii sovremen-nogo russkogo jazyka. *Filosofija prava*, 2014, № 3 (64), s. 85.

8 След за Н. В. Хорошевой, мы определяем *общий жаргон* как «промежуточное языковое образование, через которое лексика социальных диалектов проникает не только в просторечие, но и в разговорный язык в целом.» (CHOROŠEVA, N. V.: *Russkij obščij žargon: k opredeleniju ponjatija*. Izmenjajuščijsja jazykovoju mir. Perm', 2002. [online]. Dostupno na: <http://www.philology.ru/linguistics2/khorosheva-02.htm>. [cit. 15.12.2022].).

«первоклассный; очень хороший; желанный», *продвинутый* в значении «опережающий кого-либо в уровне знаний», *сносить крышу* в значении «свести с ума», *доставать* в значении «надоедать» и пр.

1.1 Первая подгруппа сленговых единиц, употребляемых в речи Ирины Хакамады, представляет собой заимствования из английского языка. Например, в высказывании «Только **лузер** может говорить, что у него нет времени или денег, чтобы заниматься спортом, следить за собой, ходить в театр, читать книги...»⁹ говорящий использует лексему *лузер* со значением «неудачник; человек, который постоянно проигрывает в борьбе; человек, которому все время не везет». В данном случае Ирина Хакамада применяет манипулятивный прием¹⁰ наклеивания ярлыков с целью яркого противопоставления характеристик успешных и неуспешных людей. Употребление сленговой лексики *лузер*, обладающей негативной оценочностью, помогает говорящему создать желаемый образ в сознании слушающего и побудить его к осуществлению определенных действий.

Как замечает сама Ирина Хакамада, некоторые заимствования из английского языка, могут становиться «модными словами»¹¹, то есть актуальными в определенный период времени: «Сейчас стало модно **хайповать**». Но что такое **хайп**? **Хайп** — это просто модное слово. Люди идут на тренд. Но имейте в виду, что если все прилетели на этот тренд и вы уже не первый, то вы опоздали. Поэтому лучше создавать свой тренд, чтобы вас **хайповали**, а не вы. Например, я в инстаграме начала танцевать медитативные танцы, а теперь другие звезды начинают делать то же самое. И что получается? Они **подсаживаются** на мой **хайп**. И это гораздо **круче**.»¹² Говорящий рассуждает о семантическом наполнении сленгизмов *хайп* и *хайповать*, предлагая слушающему собственную трактовку их значения. Благодаря включению данных лексем в текст выступления оратор показывает свою эрудированность и осведомленность, а также устанавливает доверительные отношения с реципиентом.

9 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. V nestabil'noje vremja vazno naučit'sja konvertirovat' èmocii.* [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/irina-hakamada-v-nestabilnoe-vremya-vazhno-nauchit-sya-konvertirovat-emotsii/>. [cit. 15.12.2022].

10 Под *манипулятивным приемом* мы понимаем отдельные способы осуществления языкового манипулирования для скрытого внедрения в сознание адресата определенной оценки, отношения или установок в интересах адресанта.

11 См. NOVIKOV, V.: *Novyj slovar' modnyh slov.* Moskva: Slovarei XXI veka, 2016.

12 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Iščite sebja, a ne slavu, brend radi brenda — opustošajuščaja istorija.* [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/ishhite-sebja-a-ne-slavu-brend-radi-brenda-opustošayushhaya-istoriya/>. [cit. 15.12.2022].

1.2 Ко второй подгруппе сленговых единиц, употребляемых в выступлениях Ирины Хакамады, относятся слова и выражения, возникшие в среде молодежного сленга либо перешедшие в молодежный сленг из других социолектов (например, из компьютерного сленга, сленга наркоманов и пр.).

Сленгизмы используются в речи бизнес-тренера для создания комфортной, дружеской атмосферы. Например, Ирина Хакамада зачастую отдает предпочтение выражению *ловить кайф* вместо нейтрального словосочетания *получать удовольствие*: «**Ловите кайф** от каждого мгновения!»¹³; «**Мало здесь и сейчас ловить кайф**, но **кайф** этот должен быть полезным, интересным и социальным.»¹⁴; «**Но если оразить эпоху, стать таким же переменчивым, рождаться каждый день заново в ответ на новые вызовы и ловить от этого кайф** — тогда все получится.»¹⁵; «**Вот буквально кайф** от нее (работы) **ловить!**»¹⁶. Употребление сленговой единицы *ловить кайф* помогает оратору не только интенсифицировать эмоциональность и выразительность высказывания, но и сократить дистанцию между говорящим и реципиентом.

С помощью вкраплений сленговых лексем в ткань повествования Ирина Хакамада использует прием обманутого ожидания¹⁷: «**Если все, что происходит вокруг, вас беспокоит и делает печальным, значит вы... *глючите!***»¹⁸. Данный манипулятивный прием позволяет адресанту создать комический эффект и удивить адресата, тем самым вызвать у него любопытство и интерес к содержанию высказывания.

Итак, единицы молодежного сленга используются говорящим для привлечения внимания слушающего, указания на принадлежность к группе «своих», придания речи большей экспрессивности и эмоциональности, а также для демонстрации своей оригинальности и креативности.

13 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Upravljajte vremenem i budet vam kajf, drajv i kar'jera*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/upravlyajte-vremenem-i-budet-vam-kajf-drajv-i-karera/>. [cit. 15.12.2022].

14 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Kak žit' v uslovijach turbulentnosti*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/kak-zhit-v-usloviyah-turbulentnosti-10-instruktsij-iriny-hakamady/>. [cit. 15.12.2022].

15 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. 8 šagov k peremenam*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/8-shagov-k-peremenam/>. [cit. 15.12.2022].

16 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. U nas dva lišnih ministerstva*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/u-nas-dva-lišnih-ministerstva-ministerstvo-obrazovaniya-i-ministerstvo-kultury/>. [cit. 15.12.2022].

17 JAKOBSON, R. O.: Lingvistika i poëtika. In: *Strukturalizm: «za» i «protiv»: Sbornik statej*. Moskva. 1975. [online.] Dostupno na: <http://www.philology.ru/linguistics1/jakobson-75.htm>. [cit. 15.12.2022].

18 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Kak žit' v uslovijach turbulentnosti*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/kak-zhit-v-usloviyah-turbulentnosti-10-instruktsij-iriny-hakamady/>. [cit. 15.12.2022].

2. В речи Ирины Хакамады встречаются *арготические единицы*¹⁹: *отжать* в значении «отнять бизнес», *наезжать* в значении «предъявлять претензии», *шестерка* в значении «человек на побегушках», *тюрьма светит* в значении «ожидается, что кто-либо попадет в тюрьму», *рвать когти* в значении «бежать из-под стражи» и пр.

Арго характеризуется социальной ограниченностью употребления (криминальная и маргинальная сфера), резкой негативной оценочностью и образностью и намеренной затемненностью семантики слов и выражений. Основными функциями арго являются номинативная, опознавательная, конспиративная и мировоззренческая²⁰. М. А. Грачев подчеркивает, что подавляющая часть арготической лексики относится к безэквивалентной²¹, то есть в общелитературном языке не существует номинаций для реалий, которые относятся к криминальному миру.

В настоящее время можно наблюдать, что аргоизмы переходят в систему «общего жаргона» и используются в речи публичных людей, в кинематографии и СМИ. По словам М. А. Грачева, «свобода слова породила в среде журналистов своеволие»²². Причинами этого явления можно считать специфичность общественно-исторической ситуации (рост количества деклассированных элементов), популярность фильмов и сериалов криминальной тематики, романтизация образа жизни заключенных, а также употребление арго в СМИ и речи публичных людей. Несмотря на переход в «общий жаргон», арготические единицы сохраняют резко негативную коннотацию и могут служить средством выражения речевой агрессии²³.

Ирина Хакамада использует арготические вкрапления в процессе коммуникации, намеренно переключая стилистический регистр: *«Вот где почувствовала личную ответственность за все: приходилось быть и бухгалтером, и кадровиком,*

19 Под *арго* мы понимаем язык криминальной субкультуры (маргиналов, преступников, заключенных), который выполняет, в первую очередь, конспирологическую функцию.

20 GRAČEV, M. A.: V pogone za efektom. Blatnyje slova na gazetnoj polose. *Russkaja reč'*, 2001. № 5, s. 67–72.

21 Там же, с. 112–113.

22 Там же, с. 67–72.

23 Вслед за К. Ф. Седовым, мы определяем *речевую агрессию* как «целенаправленное коммуникативное действие, ориентированное на то, чтобы вызвать негативное эмоционально-психологическое состояние (страх, фрустрацию и т. п.) у объекта речевого воздействия» (SEDOV, K. F.: Agressija i manipuljacija v povsednevnoj komunikaciji. *Jurislingvistika*, 2005, № 6, s. 88).

и переговорщиком, а еще надо было **вести «терки»** с малопонятными личностями.»²⁴. Говоря профессиональным путем в бизнесе, говорящий перечисляет трудности, с которыми встречается предприниматель. В контексте, связанном с криминальной/маргинальной сферой, Ирина Хакамада употребляет арготическую фразеологическую единицу (ФЕ) *вести терки* со значением «проводить переговоры криминального характера», акцентируя внимание на финальной части высказывания. Включение данной ФЕ мотивировано контекстом, так как такое «общение» подразумевает конфликтный и напряженный тон и потенциально несет угрозу для обеих сторон.

В рекомендации *«Ничего не доказывайте! Меньше получите агрессивных наездов и не будете тратить время на опустошающие споры.»*²⁵ говорящий использует лексему *наезд* со значением «агрессивное давление на кого-либо; обвинение человека в чем-либо; враждебное отношение к кому-либо» с оценочным прилагательным *агрессивный*, входящим в семантику слова *наезд*, дополнительно усиливая суггестивное воздействие на реципиента.

Неожиданное использование арготизмов в речи бизнес-тренера становится кульминацией эмоционально-оценочного напряжения, притягивая внимание реципиента: *«Сегодня нужно отказаться от всех лишних расходов. А они у нас связаны, прежде всего, с «понтами». Это дорогие офисы, представительские машины, полеты в командировки бизнес-классом...»*²⁶. Лексема *понты* имеет значение «вызывающее поведение, целью которого является стремление произвести сильное впечатление на кого-л.». В данном высказывании оратор поясняет семантику арготизма для целевой аудитории, предупреждая возникновение коммуникативной неудачи. Кроме того, благодаря включению арготизмов в определенное контекстуальное окружение, говорящий мотивирует их значение, упрощая процесс декодирования сообщения.

В речи Ирины Хакамады встречается концентрированное использование арготических единиц, что позволяет говорящему интенсифицировать негативную окраску и экспрессивность высказывания, а также «оживить» речь, создавая определенный колорит: *«Не гоняйся за суперденьгами, суперквартирами, супермашинами. Чтобы все сразу и в 25 лет. Я это наблюдала на примере одного*

24 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Irina Chakamada — self-made woman.* [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/%D0%98%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0-%D0%A5%D0%B0%D0%BA%D0%B0%D0%BC%D0%B0%D0%B4%D0%B0-self-made-women/>. [cit. 15.12.2022].

25 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Vaša žizn' — èto vaš superprojekt. I vy jeho menedžer.* [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/vasha-zhizn-eto-vash-superprojekt-i-vy-ego-menedzher/>. [cit. 15.12.2022].

26 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Perezagruzka v èpochu chaosa.* [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/perezagruzka-v-epohu-haosa/>. [cit. 15.12.2022].

молодого человека. Он говорил: «Не могу жить с бабушкой, родители нищие. Голову положу, стану чиновником, обворую кого угодно, а куплю квартиру». Пошел во все тяжкие и купил. Знаете, его хватило ровно на три месяца, через три месяца он пришел и сказал: «Не могу жить в «корыте». Теперь я хочу квартиру в центре!». А потом *сел*, потому «*шестерок*» сажают, чтобы они расплачивались за больших начальников. Так что перестаньте за всем этим гоняться: *супербабки* придавливают к земле, заставляют «*вертеть задницей*», да еще *тюрьма светит*».²⁷ Эмоционально-экспрессивное своеобразие данного высказывания определяется концентрированным употреблением арготических единиц: *сесть* со значением «попасть в тюрьму», *шестерка* со значением «человек, прислуживающий заключенным, мнение которого не учитывается», *бабки* со значением «деньги», *вертеть задницей* — «суесться, изворачиваться», *тюрьма светит* со значением «кому-либо грозит тюремное заключение». Намеренное переключение стилистического регистра позволяет продемонстрировать осведомленность говорящего в вопросах противоправных действий и реалий криминального мира. Кроме того, Ирина Хакамада использует в данном высказывании разговорную ФЕ *пуститься во все тяжкие* со значением «с полной отдачей делать что-либо», которая передает неодобрительное отношение оратора к описываемой ситуации.

Следует подчеркнуть, что использование арготизмов в речи Ирины Хакамады продиктовано не столько стремлением говорящего усилить эмоциональность речи и выразить свое отрицательное отношение к предмету разговора, сколько желанием назвать специфические явления, лица, ситуации, которые находятся «за гранью нормы» и принадлежат к криминальной сфере.

3. В высказываниях Ирины Хакамады встречаются *вульгаризмы* и *обсценизмы*. К вульгаризмам относится стилистически сниженная (грубая) лексика, которая находится за пределами литературного языка и чаще всего используется с целью оскорбления кого-либо (бранные слова, ругательства) или выражения негативной оценки событий или явлений (например, намеренное использование названий «неприличных» физиологических процессов для дисгармонизации речевого общения). По сравнению с вульгаризмами, обсценная лексика характеризуется еще большей степенью непристойности, поэтому употребление таких слов и выражений порицается в обществе и является табу (например, очень грубые наименования женских и мужских половых органов и использование этих слов для характеристики человека). Общей характеристикой бранной

27 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Vo-pervykh, my ofigennyje!* [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/vo-pervyh-my-ofigennyje/>. [cit. 15.12.2022].

и обценной лексики и фразеологии является «эмоционально-экспрессивная реакция на неожиданные и неприятные события, слова, действия и т. п.»²⁸.

Использование вульгаризмов и обценной лексики может выполнять различные функции в речи: увеличение эмоциональности, разрядка психологического напряжения, оскорбление/унижение адресата, проявление раскрепощенности и независимости адресанта, выражение пренебрежительного отношения к системе правил и запретов, указание на принадлежность говорящего к группе «своих»²⁹, демонстрация социального статуса и самоутверждение³⁰ говорящего. Вульгаризмы и обценная лексика в определенных ситуациях могут служить наиболее подходящим средством выражения отношения к ситуации³¹, а также психологической разрядки и вербализации крайней степени проявления негативных эмоций (гнев, негодование и пр.), которыми говорящий делится с аудиторией, акцентируя внимание на своей принадлежности к ней.

Например, в речи Ирины Хакамады вульгаризмы используются для демонстрации резко негативной оценки и пренебрежительного отношения к предмету разговора: «Иногда неудачно, какая-нибудь **херня** вообще.»³²; «Хватит заниматься **фигней!**»³³; «Если уж ничего не помогает, идите к психологу, платите деньги и срывайте на нем все что хотите: все ужасно, психолог — **дерьмо!**»³⁴. Говорящий намеренно включает вульгаризмы *херня/фигня* со значением «чушь, ерунда», *дерьмо* со значением «что-либо ничтожное или неприемлемое» в публичную речь, реализуя «горизонтальный вектор» коммуникации. Ирина Хакамада открыто и свободно демонстрирует отрицательное отношение к событиям, обстоятельствам, предметам и лицам, что показывает желание адресанта продемонстрировать адресату свою искренность и прямоту.

28 MOKIJENKO, V. M.: Russkaja brannaja leksika: cenzurnoje i necenzurnoje. *Rusistika*, 1994, № 1/2, s. 50–73. [online]. Dostupno na: <http://www.philology.ru/linguistics2/mokiyenko-94.htm>. [cit. 15.12.2022].

29 KOSTOMAROV, V. G.: *Ĵazykovej vkus ěpochi: Iz nabljudenij nad reĉevoj praktikoj mass-media*. Moskva: Centr «Zlatoust», 1999, s. 82.

30 VOLOŠIN, Ju. K. – POLITOVA, Je. A.: Semiotika i obscennaja leksika. *Aktual'nyje problemy filologii i pedagogičeskoj lingvistiki*, 2018, № 4 (32), s. 83.

31 ŽEL'VIS, V. I.: *Pole brani. Skvernoslovije kak social'naja problema v jazykach i kul'turach mira*. Moskva: Lodomir, 2001.

32 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Ja — ne obsluživajuščij personal*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/irina-hakamada-ya-ne-obsluzhivayushhij-personal/>. [cit. 15.12.2022].

33 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Irina Chakamada rasskazala, ĉto podviglo jeje pojtj v politiku*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/irina-hakamada-rasskazala-ĉto-podviglo-ee-pojti-v-politiku/>. [cit. 15.12.2022].

34 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Vo-pervyh, my ofigennyje!* [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/vo-pervyh-my-ofigennyje/>. [cit. 15.12.2022].

В текстах выступлений Ирины Хакамады, размещенных на ее официальном сайте, наблюдается выборочное цензурирование вулгаризмов и обцензизмов. Например, в большинстве текстов написание подобных лексем цензурируется при помощи многоточия: «Умейте ловить кайф даже от этой ж...ы!»³⁵; «Что ж ты мне такую х...ю написал?»³⁶; «Вот почему иногда полезно сидеть в **полной ж...**»³⁷. Данный факт свидетельствует о том, что говорящий осознает нежелательность использования вулгаризмов и обцензизмов, поэтому старается частично сгладить пейоративную окраску высказывания и «закамуфлировать» нецензурные слова.

С позиции гендерной лингвистики речевое поведение Ирины Хакамады³⁸ в роли бизнес-тренера тяготеет к *гендерно нейтральному*³⁹ или *андрогинному*⁴⁰, характерными чертами которого является перехватывание инициативы в процессе коммуникации, намеренное огрубление речи и использование стилистически сниженной лексики⁴¹. Фемининное речевое поведение, как правило, отличается эмоциональностью, экспрессивностью, неконфликтностью и ориентацией на собеседника⁴². Характерными чертами маскулинного речевого поведения принято считать категоричность, высокую степень эгоцентричности, прямое воздействие на реципиента и стремление к доминированию⁴³. Комбинирование черт маскулинного и феминного речевого поведения служит для демонстрации равенства и определенного социального статуса⁴⁴, а также

35 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Jesli u vas net seksa — ne budet i babla.* [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/irina-hakamada-prosvetila-kazantsev-esli-u-vas-net-seksa-ne-budet-i-babla/>. [cit. 15.12.2022].

36 Там же.

37 *Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Ščast'je — èto delat' to, čto npravitsja.* [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/schaste-eto-delat-to-čto-npravitsya/>. [cit. 15.12.2022].

38 Сама Ирина Хакамада отмечает, что является «наполовину мужчиной», подразумевая, что некоторые черты ее характера и поведения могут быть оценены, как истинно «мужские» (например, интервью *Irina Chakamada: «Napolovinu ja mužčina». Večernjaja Kazan'. Obščestvo.* [online.] Dostupno na: <https://www.evening-kazan.ru/articles/irina-hakamada-napolovinu-ya-muzhchina.html>. [cit. 15.12.2022].).

39 KOKOVA, A. V. – TAMER'JAN, T. Ju.: Reprezentacija femininnych principov biznes-menedžmenta (po materialam SMI). *Vestnik RUDN. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika*, 2019, № 1, s. 121–128.

40 ТОПКА, Л. В.: Gendernyj aspekt issledovanija rečevogo povedenija. *Filologičeskije nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2015, № 10 (52): v 2 č. Č. II, s. 158–162.

41 Там же.

42 LAKOFF, R.: Jazyk i mesto ženščiny. In: *Vvedenije v gendernyje issledovanija: chrestomatija*. Char'kov, 2011, č. II, s. 784–798.

43 ТОПКА, Л. В.: Gendernyj aspekt issledovanija rečevogo povedenija. *Filologičeskije nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 2015, № 10 (52): v 2 č. Č. II, s. 158–162.

44 Там же.

лидерских качеств и профессиональной компетентности⁴⁵ женщины-адресанта в таких «традиционно мужских» областях, как политика, экономика и бизнес.

Итак, в публичных выступлениях Ирины Хакамады встречаются различные стилистически сниженные единицы (молодежный сленг, арготизмы, вульгаризмы и обсценная лексика), которые используются для привлечения и удержания внимания аудитории в ходе реализации манипулятивных приемов (наклеивание ярлыков, обманутое ожидание и пр.). Использование стилистически сниженной лексики в речи бизнес-тренера, несмотря на потенциальную угрозу возникновения коммуникативной неудачи и потери репутации, происходит намеренно и служит для суггестивного влияния на сознание реципиента.

Библиография:

- AZIMOV, È. G., ŠČUKIN, A. N.: *Novyj slovar' metodičeskich terminov i ponjatij (teorija i praktika obučenija jazykam)*. Moskva: Izdatel'stvo IKAR. 2009.
- BARANOV, A. N., KARAULOV, Ju. N.: *Russkaja političeskaja metafora: Materialy k slovarju*. AN SSSR. In-t rus. jaz. Moskva, 1991.
- BASKO, N. V.: Frazeologija političeskogo diskursa v aspekte mežkul'turnoj kommunikacii. *Političeskaja lingvistika*, 2017, № 5 (65), s. 175–180.
- BELL, A.: Language Style as Audience Design. In: COUPLAND, N. – JAWORSKI, A. (eds.) *Sociolinguistics: a Reader and Coursebook*. New York: St Mattin's Press Inc. 1984, s. 240–250.
- BRUSENSKAJA, L. A.: Kriminalizacija institucional'nogo diskursa: problema žargonizacii sovremennogo russkogo jazyka. *Filosofija prava*, 2014, № 3 (64), s. 84–87.
- BUTACHINA, L. A. – FILIPPOVA, A. V.: Precedentnyje fenomeny v tekstach političeskogo diskursa. *Vestnik Volžskogo universiteta imeni V. N. Tatiščeva*, 2012, № 3.
- CIBIZOVA, O. V.: *Sovremennyj molodežnyj žargon: problemy leksikografičeskogo opisanija*. Dissertacija. Severodvinsk, 2006.
- DU, Š.: Osobennosti rečevogo portreta rossijskich ženščin-politikov. *Litera*, 2021, № 6, s. 176–185.
- GRAČEV, M. A.: V pogone za èffektom. Blatnyje slova na gazetnoj polose. *Russkaja reč'*, 2001. № 5, s. 67–72.

45 DU, Š.: Osobennosti rečevogo portreta rossijskich ženščin-politikov. *Litera*, 2021, № 6, s. 183.

- GUDKOV, D. B.: *Ritualy i precedenty v političeskom diskurse*. Političeskij diskurs v Rossii. Moskva, 1998. Vypusk 2, s. 30–36.
- CHOROŠEVA, N. V.: *Russkij obščij žargon: k opredeleniju ponjatija*. Izmenjajuščijsja jazykovoju mir. Perm', 2002. [online]. Dostupno na: <http://www.philology.ru/linguistics2/khorosheva-02.htm>. [cit. 15.12.2022].
- JAKOBSON, R. O.: Lingvistika i poëtika. In: *Strukturalizm: «za» i «protiv»: Sbornik statej*. Moskva. 1975. [online]. Dostupno na: <http://www.philology.ru/linguistics1/jakobson-75.htm>. [cit. 15.12.2022].
- KOKOVA, A. V. – TAMER'JAN, T. Ju.: Reprezentacija femininnych principov biznes-menedžmenta (po materialam SMI). *Vestnik RUDN. Serija: Teorija jazyka. Semiotika. Semantika*, 2019, № 1, s. 121–128.
- KOROLEVA, L. Ju.: Pragmatičeskij aspekt slenga v sovremennom političeskom diskurse. Naučnyj rezul'tat. *Voprosy teoretičeskoj i prikladnoj lingvistiki*, 2019, № 2, s. 32–41.
- KOSTOMAROV, V. G.: *Jazykovoju vkus èpochi: Iz nabljudenij nad rečevoj praktikoj mass-media*. Moskva: Centr «Zlatoust», 1999.
- LAKOFF, R.: Jazyk i mesto ženščiny. In: *Vvedenije v gendernyje issledovanija: chrestomatija*. Char'kov, 2011, č. II, s. 784–798.
- LEORDA, S. V.: *Rečevoj portret sovremennogo studenta*. Avtoreferat dissertacii. Saratov, 2006.
- MICHAL'SKAJA, A. K.: Rečevoj imidž v sisteme rečevogo dizajna: metodologija i tehnologii. *Èkologija jazyka i kommunikativnaja praktika*, 2019, № 1, s. 28–38.
- MICHAL'SKAJA, A. K.: *Russkij Sokrat: Lekcii po sravnitel'no-istoričeskoj ritorike*. Moskva, 1996.
- MOKIJENKO, V. M.: Russkaja brannaja leksika: cenzurnoje i necenzurnoje. *Rusistika*, 1994, № 1/2, s. 50–73. [online]. Dostupno na: <http://www.philology.ru/linguistics2/mokiyenko-94.htm>. [cit. 15.12.2022].
- NEŽINA, L. A.: Èkstralingvističeskiye pričiny jazykovoju redukcii. Filologičeskiye nauki. *Voprosy teorij i praktiki*, № 6 (48): v 2-č č. Č. I., 2015. C. 111–114.
- NOVIKOV, V.: *Novyj slovar' modnyh slov*. Moskva: Slovari XXI veka, 2016.
- OPARINA, Je. O.: Metafora v političeskom diskurse. *Političeskaja nauka*, 2002, № 3, s. 22–29.
- ORLOVA, N. O. – BOGDANOVA, O. Ju.: Funkcional'noje naznačenie slenga (na materiale russkich i amerikanskich slengizmov). *Vestnik Severnogo federal'nogo universiteta. Serija: Gumanitarnyje i social'nyje nauki*, 2021, № 6, s. 98–104.
- OSETROVA, Je. V.: *Rečevoj imidž*. Učebnoje posobie. Krasnojarskij gosudarstvennyj universitet. Krasnojarsk, 2004.
- PAVLOVA, L. G.: Rečevoj imidž gosudarstvennogo i municipal'nogo služuščego. Gosudarstvennoje i municipal'noje upravljenje. *Učenyje zapiski*, 2010, № 2, s. 66–80.

- ROMANOVA, N. N. – FILIPPOV, A. V.: *Kul'tura rečevogo obščeniya: ètika, pragmatika, psihologija: slovar'*. 2-je izdaniye. Moskva: FLINTA. 2016. [online]. Dostupno na: https://speech_culture.academic.ru/1053. [cit. 15.12.2022].
- RYČEVA, Je.: Nenormativnaja leksika i frazeologija v diskurse rossijskich i češskich politikov. In: *Badania nad językiem i kulturą badania nad językiem i kulturą*. Tom II. Brudne, odrażające, niechciane w języku i literaturze II. Poznań: Bogucki Wydawnictwo Naukowe, 2019, s. 173–181.
- SEDOV, K. F.: Agresija i manipulacija v povsednevnoj komunikaciji. *Jurislingvistika*, 2005, № 6, s. 87–104.
- SLADKEVIČ, Ž.: Rečevoj imidž opozicionnogo žurnalista v pragmalingvističeskom rakurse. *Przegląd wschodnioeuropejski*, XI/2, 2020, s. 155–165.
- SOPOVA, I. V. – MIŠANOVA, Ju. V. – DOLUDENKO, O. S.: *Transformacii frazeologizmov v ruskom političeskom diskurse i riski nacional'noj kul'tury*. Riski v izmenjajuščejsoj social'noj real'nosti: problema prognozirovanija i upravlenija. Voronež: OOO «PT», 2015, s. 652–658.
- SULIMOV, V. A.: *Problema formirovanija rečevogo imidža*. Govor: al'manach. 1995, № 9 (9), s. 101–105.
- SZYMULA, R.: Snižennaja leksika v sovremennom ruskom političeskom diskurse. Polilog. *Studia Neofilologiczne*, № 4, 2014, s. 247–254.
- TOPKA, L. V.: Gendernyj aspekt issledovanija rečevogo povedenija. Filologičeskije nauki. *Voprosy teorii i praktiki*, 2015, № 10 (52): v 2 č. Č. II, s. 158–162.
- VOLOŠIN, Ju. K. – POLITOVA, Je. A.: Semiotika i obscennaja leksika. *Aktual'nyje problemy filologii i pedagogičeskoj lingvistiki*, 2018, № 4 (32), s. 82–88.
- ŽEL'VIS, V. I.: *Pole brani. Skvernoslovije kak social'naja problema v jazykach i kul'turach mira*. Moskva: Ladomir, 2001.

Источники материала:

- Irina Chakamada*: «Napolovinu ja mužčina». *Večernjaja Kazan'. Obščestvo*. [online.] Dostupno na: <https://www.evening-kazan.ru/articles/irina-hakamada-napolovinu-ya-muzhchina.html>. [cit. 15.12.2022].
- Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. 8 šagov k peremenam*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/8-shagov-k-peremenam/>. [cit. 15.12.2022].
- Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Irina Chakamada — self-made woman*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/%D0%98%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%Bo-%D0%A5%D0%Bo%D0%BA%D0%Bo%D0%BC%D0%Bo%D0%B4%D0%Bo-self-made-women/>. [cit. 15.12.2022].
- Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Irina Chakamada rasskazala, čto podviglo jeje pojti v politiku*. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/irina-hakamada-rasskazala-čto-podviglo-ee-pojti-v-politiku/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Išcite sebja, a ne slavu, brend radi brenda — opustošajuščaja istorija. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/ishhite-sebya-a-ne-slavu-brend-radi-brenda-opustoshayushhaya-istoriya/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Ja — ne obsluživajuščij personal. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/irina-hakamada-ya-ne-obsluzhivayushhij-personal/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Jesli u vas net seksa — ne budet i babla. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/irina-hakamada-prosvetila-kazantsev-esli-u-vas-net-seksa-ne-budet-i-babla/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Kak žit' v uslovijach turbulentnosti. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/kak-zhit-v-uslovijah-turbulentnosti-10-instruktsij-iriny-hakamady/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Perezagruzka v èpochu chaosa. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/perezagruzka-v-epohu-haosa/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Ščast'je — èto delat' to, čto npravitsja. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/schaste-eto-delat-to-čto-npravitsya/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. U nas dva lišnich ministerstva. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/u-nas-dva-lišnih-ministerstva-ministerstvo-obrazovaniya-i-ministerstvo-kultury/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Upravljajte vremenem i budet vam kajf, drajv i kar'jera. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/upravlyajte-vremenem-i-budet-vam-kajf-drajv-i-karera/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. V nestabil'noje vremja važno naučit'sja konvertirovat' èmocii. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/irina-hakamada-v-nestabilnoe-vremya-vazhno-nauchitsya-konvertirovat-emotsii/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Vaša žizn' — èto vaš superprojekt. I vy jeho menedžer. [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/vasha-zhizn-eto-vash-superproekt-i-vy-ego-menedzher/>. [cit. 15.12.2022].

Oficial'nyj sajt Iriny Chakamady. Vo-pervyh, my ofigennyje! [online.] Dostupno na: <https://hakamada.ru/vo-pervyh-my-ofigennyje/>. [cit. 15.12.2022].

About the authors

Ekaterina Rycheva

Charles University, Faculty of Arts, Department of East European Studies, Prague, Czechia

ekaterina.rycheva@ff.cuni.cz

<https://orcid.org/0000-0002-8883-0628>

Tetyana Bezkorovayna

Charles University, Faculty of Arts, Department of East European Studies, Prague,
Czechia

tanya.bezkorovayna@gmail.com



This work can be used in accordance with the Creative Commons BY-SA 4.0 International license terms and conditions (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/legalcode>). This does not apply to works or elements (such as images or photographs) that are used in the work under a contractual license or exception or limitation to relevant rights.