

УДК 81'27

DOI 10.52928/2070-1608-2026-78-2-108-111

**СРАВНИТЕЛЬНЫЕ КОНСТРУКЦИИ В ХЕЙТЕРСКОМ ДИСКУРСЕ:
СТРАТЕГИИ УНИЧИЖЕНИЯ И СТИГМАТИЗАЦИИ
(НА МАТЕРИАЛЕ РУССКОГО, ПОЛЬСКОГО, АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ)**

Н.С. СУББОТА

(Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина)

Статья посвящена исследованию функционирования сравнительных конструкций в хейтерском дискурсе. На материале комментариев из социальной сети Instagram анализируются стратегии уничижения и стигматизации в русском, польском, английском и немецком языках. В работе рассматриваются механизмы использования сравнений для создания негативной оценки публичных личностей. Выделяются и описываются четыре ключевые тематические группы: нападки на внешность, обесценивание социального успеха, критика морально-гендерных характеристик и саркастические сопоставления. Особое внимание уделяется универсальности когнитивных моделей агрессии, которая прослеживается во всех изученных лингвокультурах при наличии частных стилистических различий. Результаты исследования подтверждают, что сравнительные конструкции выступают мощным орудием дегуманизации и разрушения репутации в интернет-пространстве. Полученные данные могут использоваться при изучении языковой природы хейта и разработке инструментов для его автоматического выявления.

Ключевые слова: хейтеринг, сравнительные конструкции, речевая агрессия, язык ненависти, стигматизация, дегуманизация, кросс-лингвистический анализ, интернет-коммуникация.

Введение. В последние годы исследователи отмечают усиление агрессивности в коммуникации, особенно в Интернете. Анонимность и отсутствие непосредственной ответственности во многом раскрепощают пользователей сети, позволяя им выражать негативные эмоции в максимально грубой форме. В этом контексте получил развитие феномен *хейтеринга* – преднамеренного публичного выражения явно негативного отношения к определённой личности, группе или явлению, реализуемого через резкую необоснованную критику или оскорбительные высказывания, преследующие главную цель – продемонстрировать собственное неприятие, неприязнь или ненависть, вне зависимости от возможных последствий и реакции аудитории. Чаще всего объектом подобных нападок становятся публичные лица. Среди агрессивных речевых тактик хейтеров особое место занимают сравнительные конструкции – высказывания, в которых адресат уподобляется кому-либо (чему-либо) с явно уничижительной или стигматизирующей коннотацией. Подобные сравнения позволяют хейтерам задействовать яркие образные ассоциации для унижения адресата.

Сравнительные конструкции широко представлены во многих типах дискурса – от пословиц и разговорных клише до художественной речи, и считаются одним из фундаментальных механизмов человеческого мышления. Как справедливо отмечал ещё А.А. Потебня, «самый процесс познания есть процесс сравнения» [1, с. 76]. Сравнение позволяет не только устанавливать системные связи между явлениями, но и образно их интерпретировать и оценивать [2, с. 4]. Иными словами, сравнение играет универсальную роль инструмента познания и оценки окружающей реальности. Современная когнитивная лингвистика развивает эту идею: метафоры и сравнения пронизывают нашу коммуникацию и мышление, служат своеобразными «мостами» между концептами и тем самым формируют наши концептуальные рамки восприятия [3]. В риторике и поэтике сравнения обычно рассматриваются как средство создания образности. Однако в агрессивной речи их функция иная – они превращаются в орудие негативной характеристики адресата и зачастую служат целям языка ненависти. *Язык ненависти (hate speech)* понимается как разновидность деструктивного дискурса, выражающего враждебность по отношению к определённым группам или индивидам по признаку их религии, этнического происхождения, национальности, расы, цвета кожи, социального происхождения, пола и других факторов идентичности¹. Одним из ключевых механизмов языка ненависти выступает *стигматизация*, то есть навешивание негативного ярлыка на определённую группу или индивида. Она часто опирается на *дегуманизацию* – отрицание человеческих качеств у объекта агрессии. В лингвистическом плане дегуманизация реализуется через сравнения и метафоры, уподобляющие людей животным, монстрам, и пр. Подобные образные обозначения лишают адресата статуса равного человеческого существа, снимая моральные запреты на его оскорбление [4]. В целом язык ненависти можно охарактеризовать как деструктивный дискурс, поскольку его содержание направлено на разрушение социального статуса и репутации другого человека, а коммуникативное действие несёт в себе эксплицитную или имплицитную агрессию. Сравнительные конструкции в данном дискурсе функционируют как эффективный инструмент стигматизации: посредством сравнения с определённым образом говорящий одновременно вызывает у аудитории нужные ассоциации (чуждости, уродства, порочности и т.п.) и распространяет негативный ярлык на адресата.

Цель настоящего исследования – выявить, каким образом носители разных языков реализуют стратегии уничижения и стигматизации посредством использования сравнительных конструкций в хейтерском дискурсе. Новизна исследования состоит в кросс-лингвистическом подходе: анализируется материал на четырёх языках (русском, польском, английском, немецком), что даёт возможность сопоставить тактики языковой агрессии различных лингвокультурных сообществ.

¹ Понимание языка ненависти. – URL: <https://www.un.org/ru/hate-speech/understanding-hate-speech/what-is-hate-speech>.

Основная часть. Материалом для исследования послужили агрессивные комментарии из открытых профилей Instagram, посвящённых знаменитостям. Сбор данных осуществлялся методом автоматизированного парсинга с последующей ручной выборкой. Всего было отобрано 200 комментариев на четырёх языках: 70 русскоязычных, 40 польскоязычных, 50 англоязычных и 40 немецкоязычных. Основным критерием отбора было наличие явной сравнительной конструкции – высказывания, содержащего формальный маркер сравнения (например: рус. *как, будто, словно*; польск. *jak*; англ. *like, as...as*; нем. *wie, als ob* и т.д.) либо сравнительную структуру без союза (англ. *looks like...*, нем. *sieht aus wie...* и т.п.). Комментарии, не несущие уничижительной оценки, в выборку не включались.

Исследование носит преимущественно качественный характер. На первом этапе был проведён контент-анализ собранных комментариев с целью выявления основных содержательных доминант. В ходе ручной разметки все примеры были разбиты на четыре тематико-функциональные группы в соответствии с преобладающей стратегией стигматизации: 1) сравнения внешности (33,5% от всех исследованных комментариев, принятых за 100%); 2) сравнения социального статуса и успеха (18,5%); 3) сравнения морально-поведенческих и гендерных характеристик (29,5%); 4) ироничные и каламбурные сравнения (18,5%). На втором этапе применялся прагмалингвистический анализ: изучалось коммуникативное предназначение сравнений, их прагматический смысл и речевой эффект.

Первую и самую частотную группу комментариев составляют **высказывания в адрес внешности**. Хейтеры нередко атакуют физический облик знаменитостей, уподобляя их различным отрицательно маркированным образам – животным, чудовищам, неодушевлённым объектам и т.д. Цель подобных сравнений – принизить человеческое достоинство жертвы, представить её уродливой, отталкивающей, смешной или неестественной. Наиболее распространённый приём в данной категории – **зооморфные сравнения**, фактически лишающие адресата человеческого облика. Во всех рассмотренных языках зафиксированы примеры уподобления людей животным: рус. «У бабуина аж нервный тик начался»; англ. “Why is this horsey long face doing there? 😏” – «Что здесь делает эта длинная лошадиная морда?»; пол. “Morda jej rośnie jak temu wieprzowi 😏” – «Морда у неё растёт, как у свиньи 😏»; нем. “Nachher sehen die alle aus wie aus demselben Stall” – «В итоге они все выглядят как из одного хлева». Эти примеры показывают, что уподобление человека животному или другому биологическому существу универсально служит сигналом дегуманизации и презрения.

Другая разновидность уничижительных сравнений внешности – сравнения, указывающие на возрастные изменения и старение. Комментаторы используют шаблон «*выглядит, как старик/старуха*», даже если речь идёт о достаточно молодом человеке – тем самым подчёркивается презрение к возрасту и внешним недостаткам. Подобные комментарии обнаружены во всех языках: рус. «Похожа на бабу из соседнего подъезда 😏»; пол. “Wygląda jak 50 letnia babka” – «Выглядит как 50-летняя бабка»; англ. “She looks 40. She looks like a 40-year-old divorced single mom” – «Она выглядит на 40, как 40-летняя мать-одиночка после развода». Приём апеллирует к эйджистским настроениям, внушая адресату, что тот постарел, утратил привлекательность и потому заслуживает насмешек.

Отдельный пласт негативных сравнений внешности – уподобление человека различным объектам, порой неодушевлённым. Общий смысл таких сравнений – обвинение в неестественности, излишней искусственности облика, часто вследствие косметических процедур. Примеры: англ. “She looks like a wax statue at Madame Tussauds” – «Она похожа на восковую фигуру в музее мадам Тюссо»; “Mannequin trying hard to look like a human.” – «Манекен, изо всех сил старающийся выглядеть, как человек»; пол. “Plastikowa butelka jest mniej plastikowa od niej” – «Пластиковая бутылка менее пластиковая, чем она»; нем. “Silikonparade” – «парад силикона». Русскоязычные хейтеры также используют сравнения с искусственными образами: «как у манекена», «как кукла Барби». Уподобляя живого человека кукле или пластмассовому предмету, авторы подчёркивают его фальшивость, отсутствие «души» за глянцевою внешней оболочкой. Тем самым осуждается и сам факт увлечения пластической хирургией, и мнимость публичного имиджа.

Анализ показывает, что во всех четырёх языках сравнения, нацеленные на внешность, эксплуатируют схожие образные сферы, что свидетельствует об универсальности данной стратегии. Вместе с тем, прослеживаются и культурные различия. Например, в русской и польской среде обращаются к конкретным известным персонажам для сравнения: рус. «Она как Микки Рурк, только в розовом парике»; «Похож на Валерию, в образе двадцатилетней давности 😏»; пол. “Barbie i Ken 😏” – «Барби и Кен 😏». Англоязычные и немецкоязычные комментаторы часто прибегают к бытовым метафорам: англ. “Blake looks like boba tea.” – «Блейк похожа на бабл-ти»; “Her dress looks like shower curtains.” – «Её платье выглядит, как занавеска для душа»; “Looks like my toilet brush.” – «Выглядит, как мой ёршик для унитаза»; нем. “Der sieht aus wie eine Wand in einer öffentlichen Toilette 😏” – «Он похож на стену в общественном туалете 😏». Несмотря на разнообразие форм, функция всех этих сравнений сводится к одному – выразить презрительную оценку внешности, усилить негативную реакцию через яркий, часто гиперболизированный образ.

Следующую группу комментариев составляют **высказывания, обесценивающие человека через сравнение его социального статуса, успехов или уровня жизни** с неким эталоном, например: пол. “Dua Lipa po roku w Polsce 😏” – «Дуа Липа спустя год в Польше 😏»; “Sabrina dla ubogich 😏” – «Сабрина для бедных 😏»; нем. “Links 🖐️, rechts eine billige Kopie ♀️ 😏” – «Слева 🖐️, справа – дешёвая копия»; “Eine Kopie wird halt nie so wie das Original” – «Копия никогда не будет такой же, как оригинал». Во всех этих случаях реализуется стратегия дискредитации через уничижительное уподобление: объект критики представляется неполноценной, удешевлённой или деградировавшей версией эталона, что подчёркивает его вторичность и низкий статус.

Ещё один подход – пророчить кому-либо провал или утверждать, что его успех случаен и кратковременен, особенно в сравнении с более признанными фигурами. Примеры: рус. «Ему до Билана далеко ✦* вечно завидовал...»; англ. “*Nothing compared to Selena's classy glamour.*” – «Ничто по сравнению с элегантным шармом Селены». Хейтеры могут сравнивать людей и по таким критериям, как богатство, происхождение, образ жизни, выставляя их в неблагоприятном свете. Русскоязычные хейтеры для выражения подобных мыслей прибегают к пословицам: «У осинки не родятся апельсинки!»; «Яблоко от яблони недалеко падает». В таком виде они, казалось бы, констатируют общеизвестную мудрость, но в контексте комментария (речь шла о детях звёзд) эти выражения используются как насмешливое сравнение: посредственные родители – посредственные дети. Таким образом унижаются сразу два поколения. В англоязычном сегменте находятся эквивалентные приёмы: под фото британского принца вместе с американским экс-президентом язвительно замечено: “*Oh. Look. It's Dumb & Dumber* 😊” – «О, смотри. Это же Тупой и ещё тупее 😊».

Сравнения, направленные на умаление социального статуса или успехов, обнаружены во всех четырёх языках, однако их формы несколько разнятся. Польский и английский избилуют конструкциями формата «X для бедных» или «дешёвая копия Y», тогда как в русском и немецком чаще встречаются пословичные аллюзии или прямое противопоставление. Русскоязычные хейтеры склонны прибегать к народным поговоркам («яблоко от яблони...»), придавая издёвке оттенок мнимой народной мудрости. В немецких комментариях заметна склонность увязывать сравнения с конкретными фактами биографии. Несмотря на стилистические различия, все эти приёмы служат одной задаче – снизить ценность адресата путём сравнения его с кем-то более низким или, наоборот, указания на недостижимость более высокого эталона.

Третья группа комментариев (29,5%) включает **сравнения, нацеленные на навешивание социальных стигм, связанных с моральным обликом, поведением или гендерной идентичностью**. Один из способов клеймить человека – сравнить его с кем-то, за кем в общественном сознании прочно закрепился отрицательный образ. В англоязычных обсуждениях, например, о Меган Маркл писали: “*She is Casey Anthony's twin!*” – «Она – близнец Кейси Энтони». Кейси Энтони – печально известная фигурантка уголовного дела (обвинялась в убийстве собственной дочери). В русскоязычном сегменте наблюдаются сопоставления с демоническими образами: «*В тебе шайтан*», где человек фактически сравнивается с дьяволом. В немецкоязычном корпусе найден пример сравнения с вымышленным злодеем. Обсуждая необычные имена детей Илона Маска, комментатор заметил: “*Techno Mechanicus klingt wie ein Transformers-Endgegner*” – «“Техно Механикус” звучит как имя босса-трансформера». Здесь новорождённого сравнили с финальным боссом из компьютерной игры – то есть с фигурой абсолютного зла, подразумеваемая нелепость и даже злобность данного имени.

Слатишминг (клеяние за распушенность) – излюбленная тактика хейтеров, направленная преимущественно против женщин, например: пол. “*Wygląda jak tania prostytutka*” – «Выглядит как дешёвая проститутка»; рус. «*Стала выглядеть как старая проститутка*»; нем. “*Von TikTok-Mädchen zur modernen Prostituierten*” – «Из тикток-девочки в современные проститутки». В английском сегменте под фото несовершеннолетней дочери Бейонсе и Джей Зи разгорелась дискуссия о её неподобающем внешнем виде; один пользователь саркастически провёл параллель с известным скандалом: “*She's dressed like a grown woman... almost the age of the girl he's being accused of molesting!*” – «Она одета как взрослая женщина... почти того же возраста, что и девушка, в растлении которой его обвиняют!». Здесь сравнение построено на ситуации: 12-летнюю Блю Айви сравнили с 13-летней жертвой домогательств, в которых когда-то обвиняли её отца. Это высказывание одновременно осуждает родителей, допустивших сексуализированный образ ребёнка, и стигматизирует саму девочку, фактически помещая её в контекст порочной ситуации.

Отдельно следует отметить гендерно-ролевые оскорбления через сравнение с противоположным полом. Схема такова: мужчину унижают, уподобляя женщине, или оскорбляют женщину – сравнивая с мужчиной. Например: рус. «*Это не шаман, это шаманиха* 😊»; «*Похож на бабу из соседнего подъезда* 😊»; пол. “*Woliński jak kobieta, idzie oszaleć...*” – «Волиньский как женщина, с ума сойти...»; “*Zero męskości, więcej ta z kobiety niż faceta*” – «Ноль мужественности, в нём больше от женщины, чем от мужчины». В англоязычных и немецких обсуждениях гендерные инвективы адресуются и мужчинам, и женщинам, причём последние встречаются чаще. Например: “*She looks like my uncle Danny, same face.*” – «Она выглядит как мой дядя Дэнни, одно лицо»; “*His face is exactly the same on every photo... like he's a girl!*” – «У него на всех фото одно и то же лицо... как будто он девочка!»; нем. “*Sie sieht mittlerweile aus wie ein Kerl. Wie kann man sich so verunstalten?*” – «Она теперь выглядит как мужик. Как можно так себя изуродовать?». Во всех 4 языках прослеживается общая тенденция: хейтеры эксплуатируют консервативные гендерные стереотипы в качестве оружия. Объекту сравнения навешивается стигма «неправильного» пола – мужчину феминизируют, женщину маскулинизируют – с целью публично пристыдить за отклонение от ожидаемого образа.

Последняя выделенная группа – сравнения, построенные на иронии, сарказме, игре слов и культурных аллюзиях. Такие высказывания на первый взгляд могут восприниматься менее агрессивно, поскольку облакаются в юмористическую форму. Однако их цель остаётся той же – унижить и пристыдить адресата. Частый приём – сравнение объекта ненависти с другим медийным лицом не всерьёз, а саркастически: рус. «*Леди Гага уже не та...* 😊😊😊»; «*Мадонна, это ты?*» (комментарии адресованы Жанне Агузаровой); пол. “*Dua Lipa po roku w Polsce*” – «*Дуа Липа после года жизни в Польше*» – намёк, что певица Wersow якобы «провинциальная копия» известной дивы. Англоязычные примеры в адрес актёра Тимоти Шаламе и модели Кайли Дженнер: “*Timmy with his Mommy*” – «*Тимми со своей мамочкой*»; “*Mother and son*” – «*Мать и сын*» – язвительно обыгрывают разницу в имидже и возрасте пары, выставляя отношения звёзд нелепыми.

Важно подчеркнуть, что ироничные и шуточные сравнения выполняют двойную функцию. С одной стороны, они непосредственно оскорбляют или принижают адресата, как и прямые инвективы. С другой – создают эффект общности между авторами злых шуток и публикой, вовлекая последних в ситуацию травли. Смех, возникающий при удачном каламбуре, как бы оправдывает агрессию: оскорбление маскируется под шутку. Это характерно для хейтерского дискурса в целом, где агрессия нередко облачается в форму юмора («вы что, шуток не понимаете?»). Подобная тактика описана, например, в работе В.А. Ефремова о хейтерском сообществе: его участники заявляли, что группа носит «исключительно юмористический характер», хотя по сути занимались систематическим оскорблением и шеймингом [5, с. 102].

Межязыковое сравнение данной стратегии показывает, что английский и русский дискурсы богаты по культурными отсылками (к знаменитостям, мемам и т.п.), польский часто имитирует англо-американские шаблоны (те же формулы *dla ubogich* (для бедных), сравнения с зарубежными селебрити), а немецкий тяготеет к лаконичным ехидным формулировкам и сложносоставным словам-прозвищам. Общим компонентом почти повсеместно выступает использование эмодзи для усиления иронии. Русскоязычные и немецкоязычные пользователи нередко создают едкие каламбурные прозвища, используя словообразовательный потенциал языка (немецкий мем “*Kimnocchio*” – гибрид имён Ким Кардашьян и Пиноккио; русское прозвище «поносослов»). Англоязычный сегмент чаще оперирует готовыми фразами и аллюзиями из массовой культуры (“*Dumb and Dumber*”, “*people’s princess*” и т.д.). В итоге кросс-культурная вариативность носит скорее стилистический характер – в выборе конкретных образов и степени гротеска, – тогда как функция у всех языков едина: через шутку вовлечь окружающих в травлю, закрепить за жертвой уничижительное прозвище или образ. Ироничные сравнения легко тиражируются и превращаются в мемы, что делает их особо эффективным орудием хейтеров.

Заключение. Очевидно, что сравнительные конструкции в речевой агрессии – мощный инструмент стигматизации, поскольку они одновременно воздействуют на рационально-логическом и эмоционально-образном уровнях восприятия. Сравнение передаёт негативную оценку через понятный всем образ, вызывая у аудитории сильную реакцию (смех, отвращение) и тем самым эффективно распространяет стигму. Проведённое исследование, объединив материалы четырёх языков, подтвердило, что механизмы хейтерского сравнительного дискурса во многом единообразны и опираются на универсальные когнитивные модели. Национально-культурные различия проявляются главным образом в деталях – выборе конкретных лексических средств и целевых фигур для сравнения. Так, в польском и английском дискурсах популярных людей часто сравнивают с англо-американскими селебрити, тогда как в русском заметна опора на отечественный культурный код. Немецкий дискурс отличается более прямолинейной язвительностью и склонностью к словотворчеству.

Полученные результаты открывают возможности для дальнейшего изучения лингвистических универсалий речевой агрессии, а также разработки многоязычных подходов к автоматическому выявлению и нейтрализации языка ненависти. Перспективным видится расширение исследуемого корпуса за счёт иных платформ, а также более детальное исследование прагматического влияния подобных сравнений на массовую аудиторию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Потехина А.А. Из лекций по теории словесности. Басня. Пословица. Поговорка. Лекция восьмая // Русская словесность: антология. – М.: Просвещение, 1997. – С. 256–263.
2. Лебедева Л. А. Устойчивые сравнения русского языка: темат. сл. – 3-е изд. – М.: ФЛИНТА; Наука, 2017. – 316 с.
3. Capra S., Lippolis A. S., Zoia S. Meanings are like Onions: A layered approach to metaphor processing. – URL: <https://arxiv.org/abs/2507.10354> (Date of access: 12.11.2025).
4. Borinca I., Ziqi Z. Hate speech in multilingual settings: A scoping review of current research and emerging trends. – URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2352154623000013> (Date of access: 12.11.2025).
5. Ефремов В.А. Речевая агрессия в интернет-дискурсе: случай группы "Buceta rosa" // Социальные сети: комплексный лингвистический анализ: В 2 т. – Кемерово: Кемер. гос. ун-т, 2021. – Т. 2. – С. 98–124.

Поступила 10.12.2025

COMPARATIVE CONSTRUCTIONS IN HATE DISCOURSE: STRATEGIES OF DEROGATION AND STIGMATISATION (BASED ON RUSSIAN, POLISH, ENGLISH AND GERMAN MATERIAL)

N. SUBOTA

(Brest State A.S. Pushkin University)

The article examines the functioning of comparative constructions in hate discourse. Based on comments from the social network Instagram, the study analyzes strategies of derogation and stigmatization in Russian, Polish, English, and German. It explores how comparisons are used to produce negative evaluations of public figures. Four key thematic categories are identified and described: attacks on appearance, devaluation of social status, criticism of moral and gender characteristics, and sarcastic analogies. Particular attention is paid to the universality of cognitive models of aggression observed across all studied linguacultures, despite stylistic variations. The findings confirm that comparative constructions serve as a powerful tool of dehumanization and reputational damage in online environments. The results may contribute to further research on the linguistic nature of hate and the development of tools for its automated detection.

Keywords: *hating, comparative constructions, verbal aggression, hate speech, stigmatization, dehumanization, cross-linguistic analysis, online communication.*