

ращені к разным социальним групам, к конкретному человеку, комуніцирує с ним, втягивая его в новую социальную, социально-економічну, социально-психологічну реальність. Восприятие креолізованного текста далеко не простой процесс. В нем одновременно взаимодействуют социальные, эстетические, психологические грани человеческого сознания. В центре такого когнитивного подхода к рекламному дискурсу оказывается языковая личность вербетекстера, человек-потребитель, социально и национально обусловленное ментально-языковое пространство.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Елина Е. А. Семиотика рекламы. – Режим доступа: <http://lib.rus.ec/b/157063/read>
2. Киселева А. А. Рекламные тексты и устная реклама / А. А. Киселева // Психология рекламы / под ред. Власова П. К. – Харьков : Гуманитарный центр, 2007. – 317 с.
3. Курганова Н. И. Коллективное знание: параметры исследования / Н. И. Курганова // Когнитивные исследования языка. – Тамбов : ТГУ, 2010. – С. 111-114.
4. Маевская Л. Д. Рекламные тексты как креолізованые коммуникаты / Л. Д. Маевская // Когнитивные исследования языка. – Тамбов : ТГУ, 2010. – С. 200-203.

УДК 81'1'42

*Чеберяк А.М., Сербіна Т.Г.  
(Рівне, Україна)*

### **ВИСМІЮВАННЯ ЯК ОДНА ІЗ ФОРМ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ДИСКРЕДИТАЦІЇ (на матеріалі відкритих листів)**

*У статті висміювання розглядається як одна із форм реалізації стратегії дискредитації; аналізуються найбільш поширені прийоми репрезентації висміювання у відкритих листах українською, польською, англійською мовами.*

**Ключові слова:** стратегія дискредитації, висміювання, негативна оцінка, відкритий лист.

*В статтє высмеивание рассматривается как одна из форм реализации стратегии дискредитации; анализируются наиболее характерные приемы репрезентации высмеивания в открытых письмах на украинском, польском, английском языках.*

**Ключевые слова:** стратегия дискредитации, высмеивание, негативная оценка, открытое письмо.

*The article dwells upon the ridicule as one of the forms of discredit strategy representation; the most typical ways of ridicule representation are analyzed on the basis of Ukrainian, Polish and English open letters.*

**Key words:** discredit strategy, ridicule, negative estimation, open letter.

© Чеберяк А.М., Сербіна Т.Г., 2011

Перетворення мас-медіа на одну з ключових сфер сучасного вивчення мовленнєвого спілкування як у відношенні кількісних показників, так і в плані якісного впливу на мовні процеси, сприяло концентрації академічного інтересу на проблемах функціонування мови у сфері масової комунікації. Зокрема однією з актуальних проблем сучасних медіа-досліджень є аналіз конфліктогенної природи текстів ЗМІ (О.Ю. Булигіна, С.В. Дороніна, М.Р. Желтухіна, О.С. Іссєрс, Б.Я. Шарифулін та ін.). Не викликає сумнівів той факт, що публіцистична картина світу характеризується біполярністю. Базовою негативно зарядженою антиномією публіцистичного дискурсу є опозиція «свої/чужі», яка свідомо конструюється за ідеологічно заданими схемами і «вписується» у свідомість масового адресата. Завдяки їй формується аксіологічна модель суспільства, яка закріплює у масовій свідомості політичні, ідеологічні, моральні та інші універсальні та етноспецифічні цінності.

Оцінність, персуазивність, імперативність – найважливіші інтенціональні категорії публіцистичного дискурсу, що визначають специфіку самого дискурсу, а також впливають на характер мовленнєвих жанрів, які функціонують у ньому.

Об'єктом нашої уваги є мовленнєвий жанр «відкритий лист», який характеризується складним типом взаємостосунків автора та формального адресата. Як засвідчив аналіз, переважна більшість відкритих листів характеризується конфліктогенністю, агресивністю, інтолерантністю. Такий ефект не в останню чергу досягається за рахунок негативних оцінок, що даються суб'єктам політичного процесу, їх діям тощо. Способом реалізації цих оцінок найчастіше виступає стратегія дискредитації, яка передбачає підрив довіри до опонента, применшення його авторитету, викриття негативних якостей супротивника, розповсюдження негативної інформації про нього, створення його негативного іміджу в очах громадськості, завдання йому моральної, психічної, емоційної шкоди, що експлікується відповідними вербальними засобами. Найбільш чітко сутність цієї стратегії передає поняття «мовленнєва агресія», під якою розуміють «форми мовленнєвої поведінки, що негативно впливають на комунікативну взаємодію людей, оскільки вони спрямовані завжди на мінімізацію і навіть деструкцію мовної особистості адресата, на його підпорядкування, маніпулювання ним в інтересах автора висловлення» [5: 120].

Завдання автора, який використовує стратегію дискредитації, ускладнюється фактором подвійної адресації відкритого листа. Так, комунікатору необхідно применшити статус і навіть принизити об'єкт дискредитації, показати йому, наскільки нікчемні його інтереси та зусилля, і одночасно зробити це применшення гідності переконливим для аудиторії читачів. Задля досягнення цієї мети автор використовує різноманітні засоби, серед яких не останнє місце належить висміюванню.

Саме частотність використання різноманітних форм висміювання у ситуації політичної боротьби, зокрема для реалізації стратегії дискредитації, зумовило звернення до цієї тематики. Основна мета висміювання полягає у вираженні комічно оформленої негативної оцінки об'єкта. Н.О. Волкова слушно зазначає, що «якщо з висміювання видалити комічний компонент, ми отримаємо образу; якщо відкинути компонент оцінки, залишиться жарт» [6: 9]. Очевидно, що ці два компоненти поєднуються, переплітаються та взаємодіють один з одним. Хоча комічний компонент органічно входить у склад висміювання, однак саме вираження негативної оцінки надає йому змісту та визначає його

мету. Висміювання є родовим поняттям, що включає в себе такі його різновиди як на-смішка, дошкульність, іронічне зауваження, саркастичне висловлення, жарт [6: 9]. Осно-вною семантичною характеристикою висміювання є різко негативна оцінка якостей осо-бистості, у першу чергу інтелектуальних, професіональних та тих, що виражають міру соціалізованості особистості. Публічність висміювання у відкритому листі та наявність соціальної дистанції між мовцем і слухачем різко знижує статус адресата в очах масової аудиторії. Публічне висміювання сприймається більш гостро, ніж інші види негативної оцінки, воно є фактично актом приниження, покликаним виказати презирливе ставлення засобами пародії або фальшивого вираження щирості. Інвектогенний характер видових форм висміювання визначається змістом мовлення та екстралінгвістичними умовами ко-мунікативного акту, що дає можливість оцінити насмішкуватий, саркастичний, іронічний тон тексту як неприпустимий, такий, що дискредитує честь, гідність і ділову репутацію об'єкта висміювання. У межах відкритого листа висміюванню найчастіше піддається формальний адресат або явища дійсності чи особи, певним чином пов'язані з ним. Пред-метом висміювання є якості об'єкта, які оцінюються адресантом як негативні: розумові здібності, поведінка, мовлення, думки, смаки, а також його оточення.

Серед конкретних мовленнєвих прийомів, які реалізують комічно оформлену не-гативну оцінку, найбільш поширеними є непряма форма висловлення, підкреслена ввіч-ливість, метафоричність, а також особливе інтонаційне виділення деяких смислових елементів контексту.

Розглянемо деякі форми репрезентації цих прийомів детальніше на матеріалі украї-номовних, англомовних та польськокомовних текстів відкритих листів.

1. Саркастичне переосмислення, тобто неочікувана зміна смислу висловлення, що призводить до трансформації основної думки автора, демонструє справжній стан речей:

*Вельмишановний ліберал і український патріот **Віктор Юценко своїми діями фак-тично вчинив конфіскацію майна громадян України, і кожен громадянин виявився по-грабованим на 54500 доларів!** [7].*

Підкреслено шанобливі форми номінації президента *вельмишановний ліберал і укра-їнський патріот* апелюють до загальнонаціональних цінностей. А неочікувана зміна судження до протилежного фактично виявляється звинуваченням президента у шахрай-стві, від якого постраждав кожен громадянин. Цим прийомом автор демонструє істин-ний, протилежний очікуваному зміст. Сарказм виявляється у тому, що явищу навмисне приписують ті якості, властивості, яких воно не має, що подвійно акцентує увагу на їх відсутності. Особливо важлива інформація у тексті виділена графічно.

2. Насмішкувата характеристика особи як непрофесіонала, не фахівця:

*Мені зрозуміле Ваше ставлення, пане Карасьов до науковців, яке ви так зверхньо висловили під час ефіру, бо Ви самі так і не спро모гли підготувати і захистити більши-мени прийнятний варіант дисертації, хоча і працювали в філії Національного інститу-ту стратегічних досліджень. Я вбачаю у Вашій позиції брутальну образу на тих, хто «недооцінив» Ваші можливості [8].*

Емоційно-забарвлене дієслово *не спромоглися* замість нейтрального *не змогли*, якісний прислівник *більши-мени* у поєднанні з дієприкметником *прийнятний* у вислові *більши-мени прийнятний варіант дисертації* створюють різко негативний образ об'єкта

дискредитації як людини, яка не змогла підготувати хоча б який-небудь, навіть недосконалий, варіант дисертації, проте позиціонує себе як науковця, фахівця у різних галузях знань. Іронічне вживання слова *недооцінив* у лапках сприяє виникненню емоційно-оцінної енантіосемії, де лапки стають графічним сигналом, що вказує на неї.

3. Іронічний натяк. Інвективна функція стилістичної фігури іронії визначається контекстом. На мовленнєвому рівні іронія виражається в тому, що нейтральні у стилістичному відношенні мовні засоби набувають експресивного значення. Негативне твердження в іронії передбачається, однак експліцитно воно не представлене, відбувається переосмислення значення цілого висловлення, яке набуває смислу, що в нього вкладає мовець.

*In the meantime, obviously, you will be in need of a new chief of staff, so let me get right to the point: I'm your man.*

*My qualifications are as follows:*

*1. I am pure evil. I can provide letters of reference from former girlfriends, as well as from my previous landlord, to attest to this fact.*

*2. I can keep a secret, especially if it involves your criminal and immoral conspiring against other Americans, State Department officials, intelligence agents, or the leaders of the U.S. military. ...*

*3. I'm a big fan of your plans for world domination and strongly support the groundless invasion of foreign countries in pursuit of this goal. I would be eager to help draft plans for future invasions of other countries that refuse to toe the American line, for example: Venezuela (if we can't kill Castro, why not send a message by knocking off his best friend?), Egypt (wouldn't those pyramids look great in Wyoming?), France (come on, who wouldn't support invading France?), or New Zealand (just for kicks).*

*4. You'll also see on my resume that I've spent the last 10 years in university English departments, so I am well versed in backroom intrigue, whisper campaigns, character assassination, and internecine warfare, skills I know you value highly in your dealings with the rest of the U.S. government [9].*

Експліцитне наведення своїх негативних характеристик у поєднанні з фразою *I'm your man* дає змогу авторові натякнути читачеві, що насправді ці характеристики притаманні об'єкту дискредитації, в аналізованому випадку віце-президенту США Діку Чейні. Засобами висміювання у фрагменті є контекст, іронія, удаване звеличування, схвалення, за яким насправді стоїть осуд.

Висміювання може бути репрезентоване у мовленнєвих актах прохання, поради, пропозиції тощо у переносному значенні.

Іронічне прохання:

*У бесіді «не для протоколу» пан слідчий розвів руками і пояснив, що в нього немає коментарів до Кримінального Кодексу, де він міг би взяти відповідні коментарі фахівців для тлумачення статті 171 Кримінального Кодексу України...*

*Отже, шановний пане Генеральний прокурор ... подаруйте в день свого професійного свята новокаховській міській прокуратурі примірник Кримінального Кодексу України з коментарями, аби працівники цього підрозділу більше в присутності журналістів не посилалися на його відсутність [10].*

Іронія досягається завдяки уїдливому дошкульному проханню, зверненому до однієї з вищих посадових осіб у державі – Генерального прокурора України – подарувати примірник Кримінального Кодексу України, що є неприпустимим, зважаючи на комунікативну дистанцію між мовцями. Абсурдність даного прохання пояснюється самою ситуацією: у міській прокуратурі відсутній примірник Кримінального Кодексу. Цей прозорий натяк дозволяє зробити висновок про роботу місцевих прокурорів.

Іронічна порада:

*And don't listen to those who, in the coming days, will reveal how you specifically reduced the Army Corps of Engineers' budget for New Orleans this summer for the third year in a row. You just tell them that even if you hadn't cut the money to fix those levees, there weren't going to be any Army engineers to fix them anyway because you had a much more important construction job for them – BUILDING DEMOCRACY IN IRAQ!* [11].

Іронія досягається завдяки вживанню вислову *a much more important construction job for them – BUILDING DEMOCRACY IN IRAQ!*, де позитивно-забарвлені лексеми змінюють оцінний компонент на негативний. Графічне виділення особливо важливої інформації великими літерами акцентує увагу аудиторії.

Іронічна пропозиція:

*... tyłu pracuje "w Pałacu" ludzi, iż mógłbym śmiało nazwać to "Mrowiskiem"... Po co tyłu Panie Prezydencie walęsających się ludzi tam, nie lepiej ich zagonić na społeczne żniwa czy wykopki ziemniaczane?* [12].

Фрагмент тексту реалізує непряме спонукування до розгону президентської адміністрації оформлене комічно як пропозиція відправити високопосадовців на сільськогосподарські роботи.

4. Мовне обігрування:

*Я з великою повагою і шаную відношусь до колективу 5-го каналу, але, здається, що за рік «помаранчевої» влади ТАК нічого і не змінилося* [13].

Іронія досягається шляхом обігрування передвиборчого гасла президента Ющенка «Ющенко ТАК!» та підсилювальної частки *так* у вислові *так нічого і не змінилося*.

5. Підкреслення своїх розумових здібностей шляхом приниження об'єкта висміювання завдяки демонстрації його інтелектуальної неспроможності:

*If you're going to use words like socialism, communism and fascism, you must have at least a basic understanding of what those words mean (hint: they're NOT synonymous!)* [14].

Вставна конструкція з іменником *hint*; виділене графічно слово *NOT* вказують на намішкуватий смисл висловлення.

6. Применшення значущості об'єкта висміювання:

*Jest w nim miejsce także dla tzw. sprawy Marcinkiewicza – politycznego dzieciaka, który nie potrafi się zamknąć i skupić na jakiejś konkretnej robocie. Chodzi więc Kazio i szuka mamusi, która przytuli, obetrze łzy czy opatrzy poharatane kolanka. Nic tylko kupić mu jeszcze smoczek i śliniaczek* [15].

Імпліцитно адресату насмішки дають зрозуміти, що він не являє собою нічого значимого в очах адресанта. У висловлюваннях такого типу, зазвичай, використовується слово, яке навмисно занижує статус інформаційного опонента, знецінює його особистісні якості (у даному випадку це словосполучення *polityczny dzieciak*; демінутив *Kazio*; слова

зі зменшувально-пестливими суфіксами *smoczek, śliniaczek* для характеристики поважної політичної особи).

Таким чином, висміювання у відкритому листі застосовується з метою дискредитації опонента, шляхом вираження комічно оформленої негативної оцінки. Цей ефект досягається завдяки графічним засобам, саркастичним метафорам, вставленим конструкціям, стилістичним фігурам іронії, контекстуальній антитезі, гіперболі тощо.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Булыгина Е.Ю. Проявление языковой агрессии в СМИ / Е.Ю. Булыгина, Т.И. Стеклова // Юрислингвистика-2. русский язык в его естественном и юридическом бытии. – Барнаул : изд-во АГУ, 2000. – С. 169–178.

2. Доронина С.В. Концепт «насмешка» и проблема юрислингвистической квалификации примов висмеивания / С.В. Доронина. – Режим доступу: <http://siberia-expert.com/publ/stati/stati/6-1-0-29>

3. Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ / М.Р. Желтухина – М. : Ин-т языкознания РАН; Волгоград : изд-во ВФ МУПК, 2003. – 232 с.

4. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – М. : КомКнига, 2006. – 288 с.

5. Шарифуллин Б.Я. Языковая агрессия и языковое насилие в свете юрислингвистики : проблемы инвективы / Б. Я. Шарифуллин // Юрислингвистика-5 : Юридические аспекты языка и лингвистические аспекты права. – Барнаул, 2004. – С. 120–132.

6. Волкова Н.А. Высмеивание и аргументирование : Проблема взаимодействия речевых жанров : дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.19 / Н.А. Волкова. – Калуга, 2005. – 187 с.

7. Відкритий лист диякона Володимира Білошицького зі Львова панам Юлії Тимошенко і Віктору Януковичу. – Режим доступу до листа: <http://my.opera.com/krusha/blog/show.dml/1790813>

8. Відкритий лист до Вадима Карасьова. – Режим доступу до листа: <http://telekritika.kiev.ua/listi-tk/2008-11-11/41905>

9. Open letter to the Vice President of the United States Dick Cheney. – Режим доступу до листа: <http://www.mcsweeneys.net/links/openletters/1dickcheney.html>

10. Відкритий лист Генеральному прокурору України Олександрю Медведьку. – Режим доступу до листа: <http://www.politics.kherson.ua/publication/society/5836-2008-11-30-13-41-10.html>

11. Vocation is over... Open letter from Michael Moore to George W. Bush. – Режим доступу до листа: <http://www.rense.com/general67/ketter.htm>

12. List otwarty - PONAGLENIE! Prezydencie III RP! – Режим доступу до листа: <http://www.aferyprawa.com/index2.php?p=teksty/show&dzial=zycie&id=864>

13. Відкритий лист народного депутата України, представника «Опозиційного блоку «НЕ ТАК!» Ігоря Шурми до учасників теледебатів на 5-му каналі. – Режим доступу до листа: <http://bezcenzury.vasyliyev.name/pages/article/200603/p06030910>

14. Open Letter to Conservatives. – Режим доступу до листа: <http://www.streetprophets.com/storyonly/2010/3/22/175451/738>

15. List otwarty do psychiatri. – Режим доступу до листа: <http://www.wprost.pl/ar/119718/Na-stronie-List-otwarty-do-psychiatri/>

УДК 821.01.

*Бутмерчук Н.М.*  
(Київ, Україна)

### КОМПОНЕНТ ВЕРБАЛЬНОГО ТА НЕВЕРБАЛЬНОГО У ФРАНЦУЗЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

*У даній статті розглянуто та проаналізовано типи взаємодії зображення та тексту як вербального та невербального компонентів дискурсу французьких друкованих ЗМІ.*

**Ключові слова:** дискурс, преса, зображення, текст, прагматичний.

*В данной статье рассматриваются и анализируются типы взаимодействия изображения и текста как вербального и невербального компонентов дискурса французских печатных СМИ.*

**Ключевые слова:** дискурс, преса, зображення, текст, прагматический.

*The article deals with types of interaction of image and text as verbal and non-verbal components of the discourse of French press.*

**Keywords:** discourse, press, image, text, pragmatic.

**Метою** дослідження є виявлення та аналіз найрозповсюдженіших типів взаємоповнення вербальних та невербальних компонентів французького дискурсу преси. **Завдання:** визначити місце зображення та тексту у сучасному дискурсі французької преси та описати особливості взаємодії тексту та ілюстрації у французьких друкованих ЗМІ. **Актуальність** статті полягає у необхідності поглиблення знань про механізми взаємодії зображення та тексту в процесі сприйняття друкованого повідомлення адресатом. **Новизна** статті полягає у тому, що в ній проведено систематизуючий і практичний аналіз типів взаємодії вербального та невербального компонентів дискурсу французької преси.

Дослідження дискурсу набуло великої популярності у сучасній лінгвістиці. Виникнення поняття «дискурс» пояснюється тим, що комунікація перебуває у постійному розвитку і відповідно весь час змінюється. І хоча раніше його ототожнювали з текстом, зараз цей термін використовують для позначення різних видів мовлення і мовленнєвих творів, зв'язність та осмислення яких відбувається з урахуванням всієї сукупності не суто мовних факторів [1: с. 414].

© Бутмерчук Н.М., 2011