

УДК 811.161.1'37

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/68-1-27>

Сяомен ЛЕ,
orcid.org/0000-0002-3060-4281
аспірантка кафедри східнослов'янської філології
та інформаційно-прикладних студій
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(Київ, Україна) lexiaomeng0318@gmail.com

ФУНКЦІОНУВАННЯ СЕМАНТИКИ СУМНІВУ ТА СТРАТЕГІЇ НАПАДУ В СУЧАСНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ

У статті проаналізовано функціонування семантики сумніву та стратегії нападу в сучасному медіа дискурсі. Автор спирається на теорію мовних актів, яку запропонував Дж. Остін та виділяє три рівні мовних ілактів в медіадискурсі: локутив, іллокутив, перлокутив. Доведено, що для реалізації очікуваної адресантом реакції під час мовних актів необхідно використовувати комунікативні стратегії. У статті акцентовано, що стратегія вербального нападу (стратегія дискредитації) використовується для приниження опонента, формування в аудиторії недовіри та негативного ставлення. Серед сучасних політиків ця стратегія є найбільш поширеною.

*Корпусний аналіз дозволив автору статті встановити, що в медіадискурсі для досягнення наміру вербального нападу використовуються тактики образи, знуцання, звинувачення, сумнівні судження з аналогічним під-
текстом.*

У медіадискурсі основні підходи для реалізації стратегії вербального нападу – тактики образи та знуцання, які реалізуються прямими й непрямими засобами з одиницями, які репрезентують семантику сумніву.

Автор статті доводить, що функціонування тактики прямої образи та глузування у дискурсивних стратегіях репрезентує прямі вказівки на негативну характеристику опонента чи негативну оцінку його особистості. У статті підкреслюється, що образою й глузуванням у медіадискурсі той, хто говорить, принижує опонента інтелектуально, морально та професійно. Автор наголошує, що репрезентація тактики прямої образи та знуцання належить до побудови асоціації і порівнянь на когнітивному рівні, до перенесення негативних оцінок з однієї когнітивної області до іншої. Доведено, що найбільш поширеним засобом реалізації цієї тактики є метафора. Автор статті, спираючись на приклади з прикладного дискурсу, констатує, що тактика прямої й непрямой образи та знуцання функціонує для вказівки на негативні характеристики інтелекту, професійних якостей та моральних характеристик опонента, а також репрезентує прагнення знизити для широкої аудиторії його авторитет. Зазначається, що найчастіше в медіадискурсі використовується тактика непрямой образи та знуцання.

Ключові слова: семантика сумніву, комунікативні стратегії, стратегії вербального нападу, локутив, іллокутив, перлокутив.

Siaomen LIE,
orcid.org/0000-0002-3060-4281
Graduate Student at the Department of East Slavic Philology
and Information and Applied Studies
Taras Shevchenko National University of Kyiv
(Kyiv, Ukraine) lexiaomeng0318@gmail.com

THE FUNCTIONING OF THE SEMANTICS OF DOUBT AND THE ATTACK STRATEGY IN MODERN MEDIA DISCOURSE

In the article, the author analyzes how the semantics of doubt and attack strategies function in modern media discourse. The author relies on the theory of speech acts proposed by J. Austin. In the article, the author distinguishes three levels of linguistic utterances in media discourse: locution, illocution, perlocution. The author of the article proves that in order to realize the reaction expected by the addressee, it is necessary to use communicative strategies. In the article, the author writes that the strategy of verbal attack is used to humiliate the opponent. This strategy of discrediting is necessary for the formation of distrust and negative attitudes of the audience. The author convincingly writes that this strategy is the most common among modern politicians.

The author uses corpus analysis in the article. In the research, the author of the article established that insults, bullying, accusations, dubious judgments with a similar implication are used in the media discourse. These tactics are used by today's politicians to achieve a verbal attack.

The author of the article writes that in the media discourse, the main approaches to the implementation of the strategy of verbal attack are the tactics of insults and bullying. Insults and bullying are implemented by direct and indirect means with language units that represent the semantics of doubt.

The author of the article proves that the functioning of tactics of direct insult and mockery in discursive strategies represents direct indications of a negative characteristic of the opponent or a negative assessment of his personality. The author emphasizes that the representation of tactics of indirect insult and bullying builds associations at the cognitive level, transfers negative evaluations from one cognitive area to another. The author of the article relies on examples from media discourse. The author states that the tactics of direct and indirect insults and bullying function to indicate the negative characteristics of the opponent's intellect, professional qualities, and moral characteristics. In the article, the author proves that indirect insult and bullying tactics are most often used in media discourse.

Key words: semantics of doubt, communicative strategies, strategies of verbal attack, locution, illocution, perlocution.

Постановка проблеми. Теорія мовних актів є важливою складовою лінгвістичної прагматики. Вона виникла в руслі аналітичної філософії, характеризується інтересом до сутності мовної реальності та її зв'язком із об'єктами дійсності.

Теорія мовного акту була запропонована британським філософом Дж. Остіном, вдосконалена й розвинена Дж. Серлом. Формування теорії мовних актів ґрунтується на такому припущенні: мінімальною одиницею людської комунікації є не пропозиція чи висловлювання, а «здійснення певного виду актів, таких як констатація, питання, наказ, опис, пояснення, вибачення, подяка, привітання тощо» (Searle et al., 1980: 178).

Дж. Остін акцентує: завдання мови насамперед полягає у тому, щоб завершити мовний акт. У цьому сенсі медіадискурс є динамічною послідовністю мовних актів, що складається із окремих частин.

Аналіз досліджень. Методологічною базою дослідження стали наукові розвідки, в яких розглядається семантика сумніву і стратегії різних дискурсів. Це роботи Austin J., Clark R.A., Delia J.G., Lakoff G., Johnson M., Parsons T., Searle J.R., Kiefer F., Bierwisch M., Schenck-Hamlin W.J., Wiseman R.L., Georgacaracos G.N. та ін.

Мета статті – проаналізувати функціонування семантики сумніву та стратегії нападу в сучасному медіа дискурсі.

Виклад основного матеріалу. Спираючись на теорію мовних актів, Дж. Остін виділяє три рівні мовних ілактів в медіадискурсі: локутив, іллокутив, перлокутив. Локутив – це «мовний акт сам по собі, пропозиція з його граматичною структурою та значенням, тобто створення звуків, складів, слів, фраз, речень, що відповідають вимогам окремої мови та надають звукам певного змісту й відповідної референції; це «розмовна» сторона мовного акту» (Austin, 1955: 96). Наприклад, вислів «Я тобі допоможу» вимовляється за допомогою низки звуків, які утворюють склади, слова, речення, що виражають певний зміст і містять значущі слова (я, ти, допомогти), а також граматичні відносини (суб'єкт – називний відмінок, об'єкт – давальний відмінок, дієслово в доконалому виді та майбутньому часі), що виражають відповідний пропозиційний зміст й мають від-

повідну інтонацію. Іллокутив – це «намір мовця, який бере участь у мовному акті, є його «діючої» стороною» (Austin, 1955: 97). Наведемо приклад. Той, хто висловлює намір пообіцяти допомогу, каже: «Я тобі допоможу».

Перлокутив – це «вплив мовного акту на співрозмовника. Інакше кажучи, щойно сказане слово має справити певний ефект, є «результативною» стороною мовного акта» (Austin, 1955: 110). Наприклад, висловлювання «Я тобі допоможу», що виражає намір допомоги, може викликати в адресата різноманітні почуття – віра, сумнів, розгубленість, вдячність та ін. Точний результат залежить від низки прагматичних факторів. Отже, ми розуміємо термін, запропонований Д. Остіном, «перлокутив» як «результат ефективності», який відноситься до фактичного ефекту, отриманого від адресата після того, як буде реалізовано локатив та іллокутив. Однак той, хто говорить, не може контролювати фактичний ефект. Для досягнення очікуваного ефекту у нього є можливість «застосовувати лише певні стратегії вербальної комунікації, щоб впливати на розум, емоції та волю слухача» (Austin, 1955: 116).

У більшості мовних актів співвідношення між іллокутивом та перлокутивом немає еквівалентності й репрезентує відносини відповідності. Отже, у медіадискурсі є відповідність між іллокутивом і перлокутивом, комунікативний намір та передбачуваний ефект автора дискурсу також зрозумілі. Якщо у медіадискурсі комунікативний намір того, хто говорить, – повідомити, тобто інформувати, то передбачуваний ефект полягає у тому, що аудиторія вірить в об'єктивність та правдивість інформації, яка повідомляється. У той же час, якщо у медіадискурсі намір того, хто говорить, – переконати, то передбачуваний ефект буде в тому, що аудиторію схиляють до віри та прийняття поглядів. Досвід засвідчує, що адресату не складно зрозуміти комунікативний намір того, хто говорить, але не просто відповісти так, як очікується. Для реалізації очікуваної адресантом реакції адресата, для того, щоб фактичний ефект дорівнював або збігався з бажаним, під час мовних актів адресант повинен використовувати комунікативні стратегії.

Міждисциплінарний термін «стратегія» реалізовано в різних галузях гуманітаристики (політологія, психологія та екологія), для сучасної лінгвістики він також має велике значення. Американські вчені вперше вивчили стратегію як специфічний метод побудови мови, розглядаючи промову як спробу завоювання комунікативного партнера. Комунікативні стратегії розумілися як стратегії підпорядкування. Парсонс, один із представників цього напрямку лінгвістики, дослідив типи та канали повідомлення, позитивні й негативні елементи підпорядкування (Parsons). Наступні дослідження стратегій підпорядкування проводилися за двома основними напрямками. По-перше, вивчення вибору стратегій з урахуванням відносин із співрозмовником (близькість, формальність); по-друге, систематизація та класифікація різних стратегій підпорядкування (репрезентована в дослідженнях Р. Кларка, Дж. Делія (Clark, Delia, 1979), В. Шенк-Хемліна, Р. Віземана, Г. Годгакаракоса (Schencck-Hamlin, et. al., 1982).

Стратегія вербального нападу також відома як стратегія дискредитації – одна з основних дискурсивних стратегій у медіадискурсі. Визначення дискредитації таке: «Підрив довір'я до когось, чого-небудь; применшення авторитету, значення когось, чогось» (Новий тлумачний, 1998, 1: 102).

Стратегія вербального нападу часто використовується у випадках, коли промовець має намір принизити свого опонента, підірвати його авторитет і сподівається, що в результаті в аудиторії сформується негативне ставлення до людини, групи, соціального інституту тощо. Ця стратегія є однією із найпоширеніших дискурсивних стратегій, які використовуються сучасними політиками.

Узагальнення теоретико-методологічного апарату та застосування корпусного аналізу дозволяють встановити, що в медіадискурсі для досягнення наміру вербального нападу й отримання бажаного ефекту той, хто говорить, найчастіше використовує тактики образи, знуцання, звинувачення, висловлює сумнівні судження з аналогічним підтекстом.

Тактики образи та знуцання – це основні підходи для реалізації стратегії вербального нападу. У словниках образа визначається, як зневажливе висловлювання, негарний вчинок, що спрямовані проти особистості, викликають у неї неприємні душевні почуття, досаду та гіркоту (Новий тлумачний, 1998). Знуцання розуміється, як глузуванні та зла насмішка (Новий тлумачний, 1998).

Той, хто говорить, використовує цю тактику, щоб образити та висміяти опонента, завдаючи шкоди репутації опонента принижуючи його авто-

ритет. Когнітивна передумова використання цієї стратегії в мовному акті полягає в тому, що той, хто говорить, вважає, що його сприйняття об'єкта для образ та виміювання несумісне із сприйняттям цього об'єкта передбачуваним адресатом й потребує корекції. Корпусний аналіз доводить, що в медіадискурсі промовець реалізує тактики образи та знуцання прямими й непрямими засобами, найчастіше використовує одиниці, що містять семантичне значення сумніву.

Прямі образи та глузування

Реалізація тактики прямої образи та глузування у дискурсивних стратегіях потребує такої ж прямої вказівки на негативну характеристику опонента чи негативну оцінку його особистості. У разі образи і глузування той, хто говорить, принижує опонента інтелектуально, морально та професійно. Образи та глузування зазвичай містять наступні семантичні значення: «він дурний», «він брехун», «він непрофесійна людина» тощо.

Розглянемо наступний приклад. Екс-заступник генерального прокурора України А. Даніленко так схарактеризував свого опонента В. Наливайченко: «Я шокований. Дивлюся, що у нього (Наливайченко) не все в порядку з головою» (Екс-заступник генпрокурора).

У наведеному прикладі комунікативний намір А. Даніленко полягає в бажанні принизити В. Наливайченко та створити його негативний образ. Для реалізації комунікативного наміру та отримання бажаного ефекту той, хто говорить, використовує тактику інтелектуальної образи, репрезентує фразу «не все в порядку з головою», сподіваючись підвищити переконливість своєї точки зору та змушуючи аудиторію ще більше переконатися в тому, що В. Наливайченко неправий.

Непрямі образи та знуцання

Реалізація тактики непрямой образи та знуцання належить до побудови асоціацій і порівнянь на когнітивному рівні, до перенесення негативних оцінок з однієї когнітивної області до іншої. Найбільш поширеним засобом реалізації цієї тактики є метафора. Дж. Лакофф і М. Джонсон у роботі «Метафори, якими ми живемо» акцентують, що метафора – це інструмент, який дозволяє людям для розуміння більш абстрактних речей (часу та почуттів) використовувати знання про свій безпосередній фізичний, соціальний досвід. Метафора є не тільки засобом прикраси мови, але й когнітивним процесом взаємодії між структурами знань двох концептуальних доменів сфери-джерела та сфери-мішені (Lakoff, Johnson, 1980). Метафора – це спосіб мислення. Коли особистість хоче дізнатися й пояснити характерис-

тики будь-якого предмета, вона зазвичай обирає для порівняння предмет зі схожими характеристиками, щоб зміцнити власне розуміння властивостей предмета й репрезентувати враження про нього. Тому в мовному спілкуванні, особливо в медіадискурсі, для деталізації характеристик предметів або явищ, підвищення ефекту словесного вираження, передачі інформації, яку з різних причин не слід висловлювати прямо, для реалізації наміру того, хто говорить, адресант застосовує метафоричні засоби.

Проілюструємо цю думку наступним прикладом: «Тому сміятися чи плакати з пропозицій Ростислава Шурми можна було б ще довго, якби не одне АЛЕ. Він разом із Данилою Гетьманцевим є ключовою людиною, яка здійснює економічні реформи в Україні. І якщо щодо пана Данила Гетьманцева все стало зрозуміло давно, то на Ростислава Шурму в мене таке враження, ніби я вже на операційному столі дізналася, що лікар-хірург насправді не хірург, а сантехнік у лікарні, який підбадьорливо лясає по плечу і каже: «А що, оперувати – це як труби перекладати» (Шурма зганьбив Україну).

Таку думку висловила українська антикорупційна активістка, «екс-глава ради реформ Марія Барабаш розкритикувала Шурму і, як мінімум, засумнівалася у його компетенції» (Шурма зганьбив Україну). Ми бачимо її реакцію на ініціативу Р. Шурми ліквідувати готівку в Україні заради боротьби з корупцією та прохання у міжнародних донорів виділення 40 млрд доларів на відродження металургії. М. Барабаш вважає, що заступник глави Офісу президента Р. Шурма виявився популістом, «який розуміє економіку на рівні студента першого курсу: «Після таких слів ймовірно шановні британські пери та гідні представники лондонської бізнес-еліти ще довго чухали потилицю і розмірковували, що насправді мав на увазі український чиновник і як це можна реалізувати, а також чому саме наявність готівки є причиною української корупції?», – вважає вона» (Шурма зганьбив Україну). У лікарнях пацієнти мають поклатися на лікарів, для країни економісти мають розробляти правильну економічну політику, що допоможе розвивати власну економіку. М. Барабаш використовує слово «сантехнік» як метафору, що демонструє її скептичне ставлення до професіоналізму Р. Шурма в галузі економіки й акцентує його недостатню компетентність. Висловлювання М. Барабаш реалізує

тактику образи. Слово «ніби» в оцінці Р. Шурми не тільки репрезентує її скептицизм, але й поглиблює іронію.

Наступний приклад ілюструє наши спостереження над медіадискурсом.

«Фото було зроблено за підсумками зустрічей Порошенка зі світовими лідерами у рамках виконання його президентських обов'язків. Однак Адміністрація президента продемонструвала кадри таким чином, щоб в українців склалося враження, ніби світові лідери висловлюють підтримку чинному президенту на майбутніх виборах. При цьому згоди на використання своїх осіб у агітаційному відео політики не давали» (Президентські перегони).

У цьому дискурсі наступний контекст. На президентських виборах у 2019 році в Україні, де у фінал вийшли П. Порошенко та В. Зеленський, кампанія чинного президента випустила його фотографії з лідерами різних країн, маючи намір показати виборцям підтримку світовою політичною елітою.

Ілюструючи того, хто говорить, у цьому прикладі – принизити образ П. Порошенка у свідомості аудиторії. Для досягнення комунікативного наміру викликати в аудиторії негативне ставлення до чинного президента автор поставив під сумнів намір П. Порошенка опублікувати свої фотографії зі світовими лідерами під час президентської кампанії та використав слово «ніби», яке є саркастичним та репрезентує глузливе й зневажливе ставлення автора. Автор висловлювання сподівається, що читачі поставлять питання, чи здатний П. Порошенко обіймати посаду президента.

Висновки. Отже, констатуємо, що тактика прямої й непрямої образи та знуцання найчастіше використовується для вказівки на негативні характеристики інтелекту, професійних якостей та моральних характеристик опонента, а також репрезентує прагнення знизити для широкої аудиторії його авторитет. Значимо, що найчастіше в медіадискурсі використовується тактика непрямої образи та знуцання. Це пов'язано із можливим страхом адресанта, котрий демонструє ці стратегії, опинитися в суді та відповідати за свої слова. Перспективи дослідження бачимо у розширенні прикладів функціонування Перспективи дослідження вбачаємо у розширенні та поглибленні дискурсів, які ілюструють функціонування семантики сумніву та стратегії нападу в сучасному медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Austin J. How to do things with words. The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955. Oxford : The Clarendon Press, 1962. 166 p.
2. Clark R.A., Delia J.G. Topoi and rhetorical competence. *Quarterly Journal of Speech*. 1979. № 65. P. 187–206.
3. Lakoff G., Johnson M. *Metaphors. We Live By*. Chicago : University of Chicago Press, 1980. 256 p.
4. Parsons T. On the concept of influence. URL: <https://www.jstor.org/stable/2747290>
5. Schenck-Hamlin W.J., Wiseman R.L., Georgacaracos G.N. A Model of properties of complain-gaining strategies. *Communication Quarterly*. 1982. V.30. № 2. P. 92–100.
6. Searle J.R., Kiefer F., Bierwisch M. *Speech Act Theory and Pragmatics*. London : D. Reidel Publishing Company, 1980. 336 p.
7. Екс-заступник генпрокурора Даниленко планує судитися з головою СБУ. URL: https://zaxid.net/ekszastupnik_genprokurora_danilenko_planuye_suditisya_z_golovoyu_sbu_n1355103
8. Новий тлумачний словник української мови: У 4 т. / уклад. В. Яременко, О. Сліпушко. Київ: Аконті, 1998.
9. Президентські перегони. URL: <https://gazeta.ua>
10. Шурма зганьбив Україну на донорській конференції в Лондоні – екс-глава ради реформ Барабаш. URL: <https://zn.ua/ukr/ECONOMICS/shurma-zhanbiv-ukrajinu-na-donorskij-konferentsiji-v-londoni-eks-hlava-radi-reform-barabash.html>

REFERENCES

1. Austin J. (1962) How to do things with words. The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955. Oxford: The Clarendon Press, 166 p.
2. Clark R.A., Delia J.G. (1979) Topoi and rhetorical competence. *Quarterly Journal of Speech*. № 65. P. 187–206.
3. Lakoff G., Johnson M. (1980) *Metaphors. We Live By*. Chicago: University of Chicago Press. 256 p.
4. Parsons T. On the concept of influence. URL: <https://www.jstor.org/stable/2747290>
5. Schenck-Hamlin W.J., Wiseman R.L., Georgacaracos G.N. (1982) A Model of properties of complain-gaining strategies. *Communication Quarterly*. V.30. № 2. P. 92–100.
6. Searle J.R., Kiefer F., Bierwisch M. (1980) *Speech Act Theory and Pragmatics*. London: D. Reidel Publishing Company. 336 p.
7. Eks-zastupnyk henprokurora Danylenko planuie sudytisia z holovoiu SBU [Ex-deputy general prosecutor Danylenko plans to sue the head of the SBU]. URL: https://zaxid.net/ekszastupnik_genprokurora_danilenko_planuye_suditisya_z_golovoyu_sbu_n1355103 [in Ukrainian].
8. Novyi tлумachnyi slovnyk ukrainskoi movy (1998): U 4 tomakh [New explanatory dictionary of the Ukrainian language: in 4 volumes]. Kyiv: Akonit. [in Ukrainian].
9. Prezydentski perehony [Presidential race]. URL: <https://gazeta.ua>. [in Ukrainian].
10. Shurma zghanbyv Ukrainu na donorskii konferentsii v Londoni – eks-hlava rady reform Barabash [Shurma disgraced Ukraine at the donor conference in London – ex-head of the reform council Barabash.]. URL: <https://zn.ua/ukr/ECONOMICS/shurma-zhanbiv-ukrajinu-na-donorskij-konferentsiji-v-londoni-eks-hlava-radi-reform-barabash.html> [in Ukrainian].