

асистент кафедри
англійської філології
Львівського національного
університету імені Івана Франка

ІНВЕКТИВНИЙ ПОТЕНЦІАЛ АНТРОПОНІМІВ У ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ АНГЛОМОВНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Експансія мовленнєвої агресії у текстах ЗМІ проявляється як цілеспрямований добір мовних одиниць, пов'язаних із брутальною чи силовою поведінкою, розмаїттям оцінок різних явищ, подій, ситуацій, які загалом забезпечують лінгво-сугестивний вплив медійних текстів.

Оскільки найбільш рухомим і відкритим шаром мови є лексика [1, с. 18], у текстах ЗМІ агресивні стратегії та тактики реалізуються насамперед шляхом широкого використання арсеналу лексичних засобів мови, т. зв. «інвективного вокабуляру» (термін В.І. Жельвіса) – слів і словосполучень із негативно-оцінною семантикою або ж багатозначних лексичних одиниць, одне або декілька значень яких є негативно-оцінними [2]. При цьому негативна оцінність лексичних інвектив може бути як закладена безпосередньо у значенні конкретного слова/словосполучення, так і зумовлена особливостями контексту і комунікативної ситуації, у межах яких використано ту чи іншу лексичну одиницю.

Вивчення особливостей об'єктивації мовленнєвої агресії як маніпулятивної стратегії у політичному дискурсі ЗМІ та відмова інституційних дискурсів від використання ненормативної лексики зумовлює необхідність ідентифікації та аналізу у тексті лексичних інвектив, для яких характерною є первинна відсутність інвективних відтінків змісту.

Метою розвідки є аналіз особливостей реалізації агресивних мовленнєвих стратегій у політичному дискурсі ЗМІ за посередництва антропонічних номінацій.

У межах нашого дослідження у центрі уваги перебувають передусім інформаційно-аналітичні тексти ЗМІ, що не лише задовольняють потреби суспільства щодо передачі, отримання, розповсюдження інформації про політичне, економічне, культурне середовище існування різних суспільних формацій, а й активно впливають на формування суспільної думки шляхом нав'язування оцінок і втручання в аксіологічну сферу індивіда. Отже, матеріалом дослідження послуговували контексти, дібрані методом суцільної вибірки з викладених на електронних носіях аналітичних статей, оглядів, коментарів періодичних видань США і Великобританії.

Особливості дискурсної реалізації інвективної інтенції як глобальної комунікативної мети дозволяють дослідникам (О.С. Іссерс, Є.В. Ключова, О.Л. Михальова, Г.В. Завражина) говорити про інвективну тактику як про найефективніший, хоч і не єдиний, спосіб реалізації агресивних комунікативних стратегій, передусім найбільш поширеної серед них мовленнєвої стратегії дискредитації. Із суджень названих авторів можна зробити висновок, що інвективну тактику слід розуміти як одну чи декілька конкретних агресивних мовленнєвих дій, спрямованих на досягнення локальних завдань (на здійснення інтенції мовця), які у сукупності сприяють реалізації комунікативної стратегії за допомогою окремих інвективних мовних одиниць [3, с. 7].

При цьому Г.В. Завражина застерігає, що інвектива охоплює значно ширше коло явищ, ніж просто табуйовані лексико-фразеологічні одиниці [3, с. 7]. Дворівнева класифікацію лексичних проявів вербальної агресії запропонувала у своїй монографії О.Й. Шейгал. Усі знаки вербальної агресії дослідниця розподілила у дві великі групи: *спеціалізовані (СЗА)* і *неспеціалізовані (НЗА)* [5, с. 121].

До першої групи дослідниця віднесла вербальні знаки, які транслюють агресію завдяки можливостям своєї внутрішньої форми (обсценна лексика, загальні пейоративи, образливі слова), до другої – ярлики та іронічні номінації [5, с. 131]. Сутність ярлика, як зазначає О.Й. Шейгал, полягає у його спрямованості на звинувачення: знак, коли перетворюється на ярлик, використовується не стільки для характеристики денотату і віднесення його до певного класу, скільки для звинувачення адресата у небезпечних для суспільства ризиках. Ярлик фіксує реальну чи уявну соціальну девіацію або з позицій суспільства загалом, або виходячи з уявлень про політичну доцільність тієї чи іншої соціальної групи [4, с. 123]. Таким чином, ярлик ми надалі розумітимемо як знак зі стійкою негативною конотацією, який, порушуючи соціальні норми, дає певну суб'єктивну характеристику адресата мовлення. Відповідно, сам факт «наклеювання ярликів» дає підстави для кваліфікування об'єкта як приналежного до категорії неприємних, небажаних, підозрілих, як спосіб вираження недовіри до щирості й достовірності адресата [6, с. 57]. Використання знаків цієї групи, як зазначає А.П. Чудінов, дає можливість адресанту мовлення окреслити коло «своїх» і дистанціюватись від «чужих».

Слід також додати: аналізуючи російський політичний дискурс, О.Й. Шейгал стверджує, що, на її погляд, лайка не є СЗА у межах цього дискурсу. Оскільки «комунікативні норми інституційного спілкування не приймають інвективи-лайки, ... її слід розглядати як прагматичне запозичення зі сфери побутового спілку-

вання» [4, с. 21]. Таким чином, як резюмує А.В. Кур'янович, «можна виокремити дві групи лексичних засобів, що створюють інвективний прагматичний ефект у тексті» [7, с. 109].

Дослідження особливостей реалізації агресивних мовленнєвих інтенцій у політичному дискурсі ЗМІ Великої Британії та США свідчить про значний потенціал антропонімних репрезентацій різної природи у функції інвективи.

Lady Michelle and her defenders protest too much [The National Review, 20.02.2008]. У наведеному контексті саме специфічна антропонімна номінація *Lady Michelle* забезпечує інвективну маркованість повідомлення. Іронічний підтекст виникає внаслідок відсутності збігу денотативного змісту іменника *lady* і соціального статусу інвектума. Як відомо, в англійській мові іменник *lady* у поєднанні з антропонімом, що називає родові ім'я, вживається як позначення титулу дружин або дочок британських аристократів, дружини принца або короля. У живому вжитку існує і більш інтимізована форма – поєднання цього титулу з антропонімом на позначення імені. Саме така форма широко використовувалася ЗМІ для номінації дружини принца Уельського Діани Спенсер – «Леді Діана», що згодом було редуковане до «Леді Ді». Тому антропонімну репрезентацію *lady Michelle*, яку використовує автор матеріалу, опосередковано звертаючись до дружини президента Сполучених Штатів, побудовано саме за цією моделлю. Однак використання такої номінації наприкінці публіцистичного матеріалу (тобто після того, як Мішель Обама було звинувачено у некоректних висловлюваннях, що принижували престиж держави) надає їй яскраво іронічного забарвлення, підкреслює невідповідність Мішель Обама ідеалам шляхетності і благородства, з якими в культурній свідомості асоціюється леді Діана і номен «леді» як такий.

Розгортання інвективного фрейму в політичному дискурсі медіа може забезпечуватися шляхом **повторення антропоніма**, що надає повідомленню особливого емоційно-експресивного забарвлення, пор.: *While Putin preens in Sochi basking in the glory of the Olympic ideal, Assad commits mass murder in Syria using weapons supplied by Putin, violates his commitment to destroy chemical weapons with friendly support from Putin, turns the negotiations in Geneva into a empty farce with the steadfast support of Putin, and mocks the Security Council of the United Nations, rendered impotent by the vetoes of Putin* [The Hill, 19.02.2014].

Агресивність комунікації може забезпечуватися також шляхом використання прецедентних імен як **еталона** певних особистих якостей інвектумів або суспільних явищ. Так, у контексті *Not long ago Putin wrote an oped for The New York Times bannering a big lie that would have made Joseph Stalin proud* [The Hill, 19.02.2014]. Ім'я історичної особи *Joseph Stalin* використовується як маркер для вимірювання брехні нинішнього російського лідера В. Путіна. Пейоративний ефект повідомлення забезпечується головним чином на лінгво-риторичному рівні – через іронічно забарвлену гіперболу *a big lie that would have made Joseph Stalin proud*.

Аналогічний прийом моделювання інвективного континууму знаходимо у такому уривку: *He (Лукашенко. – О.К.) is still not Kim Il Sung, but it may not be long before he is* [Daily Mail, 06.19.2008]. Тут еталоном, за допомогою якого вимірюється рівень авторитаризму президента Білорусі, і, відповідно, знаком мовленнєвої агресії є ім'я північно-корейського диктатора Кім Ір Сена, який презентує певну модель авторитарного правителя.

Інквентивний заряд несуть у собі також **відантропонімі новотвори**. Їх можна розподілити на дві підгрупи. До першої з них слід віднести абстрактні іменники, що використовуються для номінації системи поглядів, насаджуваних тим чи іншим автократичним правителем, чи особливостей політики того чи іншого політичного лідера/діяча, пор.: *Ukraine's descent into Putinism would be a tragedy of historical proportions. Contrary to Moscow's propaganda, Ukraine is not a regional outpost of Russian civilization; rather, it is part of the European main – a long-suffering nation with a distinct cultural identity rooted in Western values, a separate language and unique Slavic heritage* [The Washington Times, 11.18.2010].

У наведеному контексті привертає увагу «нова» ідеологема *Putinism*, що утворилась на основі прізвища чинного президента Російської Федерації і презентує його як творця такого суспільно-політичного устрою, що становить загрозу для західного світу. Це стосується і наступного контексту: *Five principles to deal with a paranoid Putinocracy* [Forbes, 11.14.2008]. Мовними знаками агресії у назві статті, де йдеться про стратегію новообраного президента США Б. Обама у відносинах із Росією, є інвективний прикметник *paranoid*, а також okazіональний неологізм із значенням негативної оцінки *Putinocracy*. Утворений шляхом заміни однієї з основ у ідеологемі *democracy* («демократія, влада народу»), цей новотвір прочитується як «путінократія, влада В. Путіна» і покликаний у такий спосіб наголосити для американської і світової спільноти на регресивному (тобто негативному) характері перетворень, що їх зазнала Росія за часів президенства В. Путіна, сприяти його дискредитації в очах західного світу як лідера, «одержимого» прагненням відновлення тоталітарної держави. Водночас онім (*paranoid*) *Putinocracy* може бути інтерпретований ширше – не лише як влада Путіна, а і як метонімізована перифрастична назва цілої країни, об'єднаної під владою В. Путіна, тобто Росії. У такому потрактанні інвектива *paranoid* експлікується не лише на постать лідера

країни, а й на весь російський народ, актуалізуючи таку особливість національного менталітету росіян, як «віра у царя», якої вони не позбавились і на початку XXI ст., нове втілення царя вбачаючи в особі В. Путіна.

Нещодавні президентські перегони у США, що завершилися перемогою Дональда Трампа, спричинили появу в політичному лексиконі нового відантропонімного утворення **Trumpism**, яке характеризується здебільшого негативною оцінністю, пор.: “**Trumpism**”, for lack of a better term, has emerged as a populist blend of nationalism and protectionism; Will “**Trumpism**” replace conservatism? [The Guardian, 19.05.2016.].

Другу групу утворюють відантропонімні новотвори, що номінують будь-яке суспільне явище, пов’язане з діяльністю того чи іншого політика. Найбільше розмаїття таких новотворів виникає на основі імені президента Сполучених Штатів – Барака Обами, зокрема, для позначення прорахунків у його внутрішній політиці, пор.: *So why did the article previewing the book so enrage the White House and the **Obamorons**?* [Forbs, 16.09.2010].

У поданому фрагменті авторський оказіоналізм *Obamorons*, що виникає як контамінація антропоніма *Obama* і стилістично зниженої одиниці *moron*, виконує функцію засобу генерації агресивної семантики, конфліктний потенціал якого реалізується на морфологічному рівні можливостями внутрішньої форми.

Для репрезентації інвективів як НЗА може використовуватися такий різновид антропонімів, як **етноніми**, що позиціонують людину як представника певної етнічної чи расової спільноти або як жителя певної місцевості з властивими цим субкультурним групам ментально-психологічними, поведінковими особливостями або прикметами зовнішності. Наприклад, у контекстах *Yet the vice president is so lacking in any vengeful feelings for past reporting that left him for dead, I sometimes wonder if he’s really **Irish*** [The New York Times, 06.12.2010]; *It would be a clever, politically cynical and utterly ruthless move. Positively **Scottish**, you might even say* [The Independent, 05.15.2011] етноніми **Irish** у значенні «мстивий» та **Scottish** як «цинічний та жорсткий» перетворюються у транспоновані знаки агресії (НЗА), що характеризуються семантичною, прагматичною та функціональною модифікацією.

Яскравий приклад використання етнонімів як засобу інвективної антропонімної репрезентації зустрічаємо у такому контексті: *Sam Nunberg, a part-time adviser for the Trump team who reportedly referred to the Rev. Al Sharpton’s daughter in his social media ramblings as a “n-----” and called Obama a “**Muslim**” and a “**Kenyan**”* [New York Daily News, 08.03.2015]. Мовленнєва агресія тут реалізується шляхом застосування тактики вербальної дискримінації – використання принизливої презентації “*nigger*” та контекстуальних пейоративів *Kenyan* і *Muslim* як НЗА.

Агресивні мовленнєві тактики, зокрема тактика девіації, можуть реалізуватися також шляхом використання **прізвиськ** та **перифрастичних номінацій** найбільш одіозних світових політиків: *Batka* (прізвисько президента Білорусії О. Лукашенка, як-от *Batka’s land* [The Guardian, 06.09.2014]), *Big XI* (президент Китаю Ден Сяопін), *Dear Leader* (очільник Північної Кореї Ким Чен Ун) та ін., пор.: *Trim wrong one: Kim Jong-Un forces male students to have the same hairstyle as him... known as the **Dear Leader haircut*** [Daily Mail, 26.03.2014]; *In the pantheon of great dictators, Lukashenko is a curiosity. The man known as “Batka” (father of the nation) leads the country’s absurd TV news night after night, whether he is inspecting a tractor, ticking off the cabinet, arriving in Kazakhstan, or all three* [The Guardian, 06.09.2014] тощо.

Прізвиська в мас-медійних текстах використовуються здебільшого з метою компрометування політика, заподіяння шкоди його іміджу, оскільки такі антропонімні репрезентації зазвичай акцентують ті риси інвектума, які є неприйнятними для адресанта повідомлення або суспільства загалом. Такими є, наприклад, прізвиська російського прем’єр-міністра Д. Медведєва *the Teddy Bear* та *Little Sir Echo*, що, з одного боку, позиціонують його як слабого і несамотійного політика, з іншого – підкреслюють деякі кумедні особливості його зовнішності, пор.: *That the **Teddy Bear** did not make a move does not mean he couldn’t have* [Foreign Affairs, 05.02.2015]; *But the transfer of power from Putin to his Little Sir Echo, Medvedev, <...>, made it clear who is really in charge* [Daily Mail, 17.05.2008].

Водночас у текстах політичного дискурсу активно використовуються **перифрастичні номінації**, зокрема, для презентації В. Путіна, які або транслують семантику загрози (як-от *Medvedev’s **unsmiling master*** [Daily Mail, 17.05.2008]; *Beware the **cornered rat** in the Kremlin* [The Times, 12.07.2011]), або є іронічно забарвленими завдяки використанню зооморфних метафор, пор.: <...> *all of that was brilliant manipulation by remarkably clever and effective **puppet masters** in order to fool the Russian people and the West* [The Economist, 17.09.2015]; <...> *the Kremlin’s **spin doctors and puppeteers*** [The Economist, 17.09.2015].

Як НЗА, що стають такими лише у відповідному контексті, можна розглядати і прояви фамільярності як порушення наявних етикетних форм унаслідок надмірної невимушеності й панібратства під час презентації чи звертання до адресатів, які обіймають найвищі посади в системі державної ієрархії.

Коментуючи виступ Мішель Обами на стадіоні в Мілуокі з нагоди обрання її чоловіка, Барака Обами, президентом Америки, авторка статті звертається до Першої Леді на ім’я, пор.: *At a recent speech in Milwaukee on behalf of her husband’s Democratic presidential campaign, Mrs. Obama remarked, “For the first time*

in my adult life time, I am really proud of my country, <...>” How about American resilience? Does that not make you proud, Michelle? [The National Review, 20.02.2008].

Включений до структури риторичного запитання, що в імпліцитній формі піддає сумніву патріотичність дружини новообраного президента США, цей фамільяризований апелятив спрямований на дискредитацію нової першої леді.

Аналогічний приклад вираження агресії через порушення усталених етикетних форм під час звертання до першої особи держави, зокрема, президента Росії В. Путіна: *Don't mess with our madrigals, Vladimir* [The Sunday Times, 19.01.2008]. Такий прояв панібратства є незаперечним проявом тактики девіації стосовно політичного лідера найвищого рівня.

Яскравий приклад реалізації агресивної мовленнєвої стратегії шляхом використання фамільяризованих апелятивів спостерігаємо в такому контексті: *If American ingenuity, a robust constitutional republic, and the fall of communism don't do it for you, hon, then how about American heroism and sacrifice?* [The National Review, 20.02.2008]. Тут адресатом повідомлення також є перша леді Сполучених Штатів Мішель Обама. Головним засобом реалізації інвективної прагматики в поданому уривку є апелятив *hon*, який маркується як приналежний до розмовної лексики в американському варіанті англійської мови. Таким чином, інвективна прагматика повідомлення досягається через очевидну невідповідність інтимізованої форми звертання контексту комунікативної ситуації.

Представлені у статті прийоми моделювання інвективного континууму в мас-медіа Великобританії і США дозволяють відзначити поряд із тенденцією до уникнення ненормативних інвектив й іншу – постійний пошук нових шляхів мовотворчості та максимального використання інвективного потенціалу лексичних одиниць. Перспективи подальших розвідок вбачаємо у докладному дослідженні особливостей реалізації агресивних мовленнєвих тактик на всіх мовних рівнях.

Література:

1. Стаценко А.С. Эмоционально-оценочная лексика как средство реализации речевой интенции : [монография] / А.С. Стаценко. – М. : МПГУ, 2011. – 118 с.
2. Бублик И.Ф. Коммуникативно-прагматические и лингвистические аспекты реализации вербальной агрессии в парламентском дискурсе ФРГ : дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.04 / И.Ф. Бублик. – Харьков, 2006. – 212 с.
3. Соболева И.А. Динамика вербальной агрессии и нарушение лингвоэкологического баланса в современном медиаполитическом дискурсе / И.А. Соболева // Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Філологічні науки». – 2010. – № 2. – С. 52–58. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/>.
4. Завражина Г.В. Мовленнєва агресія та засоби її вираження в мас-медійному політичному дискурсі України (на матеріалі російськомовної газетної комунікації) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.02 «Російська мова» / Г.В. Завражина. – К., 2008. – 22 с.
5. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса / Е.И. Шейгал. – М. : ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.
6. Чудинов А.П. Политическая лингвистика / А.П. Чудинов. – М. : Наука, 2007. – 254 с.
7. Курьянович А.В. Инвективные речевые жанры в пространстве современной межличностной коммуникации / А.В. Курьянович // Вестник ТГПУ. Серия «Гуманитарные науки (филология)». – Томск, 2005. – Вып. 3 (47). – С. 6–7.

Анотація

О. КУЗИК. ИНВЕКТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АНТРОПОНИМОВ

У ПОЛИТИЧНОМУ ДИСКУРСІ АНГЛОМОВНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

У статті досліджуються особливості використання антропонімів для реалізації агресивних мовленнєвих стратегій. Виокремлено характерні прийоми актуалізації одиниць інвективного континууму у політичному дискурсі ЗМІ. Здійснено аналіз та класифікацію антропонімів, які у контексті набувають інвективного смислу.

Ключові слова: інвектива, інвектум, антропонім, політичний дискурс, мовленнєва агресія.

Аннотация

О. КУЗИК. ИНВЕКТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ АНТРОПОНИМОВ

В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

В статье исследуются особенности антропонимов для реализации агрессивных языковых стратегий. Выделены характерные приемы актуализации единиц инвективного континуума в политическом дискурсе СМИ. Проведен анализ и классификация антропонимов, которые приобретают в контексте инвективный смысл.

Ключевые слова: инвектива, инвектум, антропоним, политический дискурс, речевая агрессия.

Summary

**O. KUZYK. INVECTIVE POTENTIAL OF ANTHROPONYMS
IN POLITICAL DISCOURSE OF ENGLISH LANGUAGE MEDIA TEXTS**

The article studies the use of antroponyms for objectivization of aggressive speech intentions. Common means of actualization of units of invective continuum are singled out in the political discourse of mass media. Antroponyms that acquire in the context invective shades of meaning are analysed and classified.

Key words: invective, invectum, anthroponym, political discourse, speech aggression.