

6. Карабан В. І. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову : [навч. посіб.-довідник для студ. вищ.навч. закл. зі спец. «Переклад»] / В. І. Карабан, Дж. Мейс. – Вінниця : Нова Книга, 2003. – 608 с.
7. Комиссаров В. Н. Теория перевода / В. Н. Комиссаров. – Москва : Высшая школа, 1990. – 253 с.
8. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі: [монографія] / О. В. Ребрій. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2012. – 376 с.
9. Суперанская А. В. Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – М. : Наука, 1973. – 366 с.
10. Hermans T. On Translating Proper Names, with Reference to De Witte and Max Havelaar / T. Hermans // Modern Dutch Studies. A volume of essays in honour of Professor Peter King. – L. : Athlone, 1988. – P. 11–24.

УДК 8011.13'42+811.13'27:32102

О. П. Гуз,

Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк

СТРАТЕГІЯ ДИСКРЕДИТАЦІЇ І ЗАСОБИ ЇЇ РЕАЛІЗАЦІЇ У ПОЛІТИЧНОМУ МЕДІАДИСКУРСІ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕДВИБОРЧИХ ВИСТУПІВ КАНДИДАТІВ У ПРЕЗИДЕНТИ НІКОЛЯ САРКОЗІ І ФРАНСУА ОЛЛАНДА)

Стаття присвячена аналізу стратегії дискредитації, яка направлена на пониження статусу опонента. Охарактеризовані основні тактики, що реалізують вищезгадану стратегію у передвиборчому дискурсі, котрий є невід'ємною складовою політичного масмедійного дискурсу. Передвиборчий дискурс розглядається на прикладі телевізійних дебатів, учасниками яких стали два кандидати на посаду Президента Франції Ніколя Саркозі та Франсуа Олланд.

Ключові слова: політичний медіадискурс, вербальна агресія, передвиборчий дискурс, стратегія дискредитації, тактики, опонент, агональність.

Статья посвящена стратегии дискредитации, которая направлена на понижение статуса оппонента. Охарактеризованы основные тактики, реализующие вышеупомянутую стратегию в предвыборном дискурсе, который является неотъемлемой составляющей политического массмедийного дискурса. Предвыборный дискурс рассматривается на примере телевизионных дебатов, участниками которых стали два кандидата на пост Президента Франции Никола Саркози и Франсуа Олланд.

Ключевые слова: политический медиадискурс, вербальная агрессия, предвыборный дискурс, стратегия дискредитации, тактики, оппонент, агональность.

The paper analyzes the strategy of discrediting, aimed at lowering the status of the opponent. The basic tactics that implement mentioned above strategy in the pre-election discourse, which is an integral part of mass-media political discourse, were characterized. The pre-election discourse is examined on the example of television debates of two participants who were candidates for President of France, Nicolas Sarkozy and François Hollande. The author focuses on the fact that the center of political debates is a conflict between the participants. This conflict situation consists in the strategic confrontation between members of opposing political parties claiming for one post. In terms of actual speech, political debates are the meeting-conflict of two targeted complex speech flows, a prerequisite of which is the exclusion of consensus and cooperation. Political debates are agon genre of political discourse generated by the interaction of two communicants. They set the goals that eliminate objectives' achievements of the opponent. It was determined that the strategy of discrediting functioned as an agon which is actualized on a linguistic level, mainly due to a number of tactics and linguistic resources of verbal aggression that is a key weapon in the fierce fighting on the political front. It was proved that the strategy of discrediting used a set of tactics, among which the most active are the tactic of prosecutions, threats, reproaches, accusation, insults, criticism of opponent's activity, ridicule, irony and others. The results of this study revealed that the prosecution's tactic has intensively actualized a strategy of discrediting and it was very well represented in the pre-election speeches of both participants of TV debates, Nicolas Sarkozy and François Hollande.

Keywords: political media discourse, verbal aggression, pre-election discourse, strategy of discrediting, tactics, opponent, agon.

Постановка проблеми. Політичний дискурс за останні роки все частіше стає предметом дослідження як вітчизняної, так і зарубіжної лінгвістики. Інтерес до цього явища пояснюється тим, що в політичній комунікації застосовується широкий спектр мовних засобів з метою здійснити вплив на громадську думку. Демократичний стиль життя суспільства гарантував для політичних діячів та інших учасників суспільно-політичного спілкування значну свободу у мовленнєвій поведінці, що призвело, на жаль, до масового зловживання розмовним стилем, насиченого семантикою агресії. Сфера політичної комунікації трансформувалася в надзвичайно агресивну дискурсивну систему [1, с. 42]. У сучасній політичній комунікації, яка вирізняється безперервною боротьбою ідеологій, зіткненням полярних інтересів, використовується широкий спектр комунікативних стратегій задля створення негативного ставлення до суб'єктів діяльності, їх поглядів й намірам, результатам роботи. **Актуальність** нашого дослідження зумовлена зростанням руйнівного та агресивного начал у спілкуванні політиків та потребою вивчення комунікативних стратегій і тактик з елементами агресії, які реалізуються у політичному масмедійному дискурсі.

Огляд останніх досліджень. Комунікативним стратегіям і тактикам у політичному дискурсі ЗМІ присвячені дослідження таких вітчизняних та зарубіжних учених як Ю. В. Вознесенська, О. С. Іссерс, Є. В. Каблуков, О. П. Малишева, Г. К. Михальська, О. Н. Паршина, Т. А. ван Дейк, З. С. Хабекірова, О. І. Шейгал, Д. Лагоржет, П. Бако та інші.

Мета нашої наукової розвідки полягає у характеристиці стратегії дискредитації та її основних тактик, що використовувалися французькими політиками-лідерами Ніколя Саркозі та Франсуа Олландом під час телевізійних дебатів напередодні президентських виборів.

Поставлена мета передбачає вирішення низки завдань: 1) розглянути особливості сучасного політичного медіадискурсу; 2) охарактеризувати передвиборчий дискурс як різновид політичної комунікації; 3) виділити та описати конкретні тактики, що реалізують стратегію дискредитації у передвиборчих текстах учасників політичних теледебатів.

Вклад основного матеріалу. Оскільки в сучасному світі у політиків мінімалізовані можливості безпосереднього контакту з населенням, то цей зв'язок здійснюється через посередника, роль якого виконує масмедійний дискурс. Як за-

значає К. В. Нікітіна, політичний дискурс ЗМІ – складне комунікативне явище, що має на меті боротьбу за владу через формування суспільної думки, яке включає текст як вербалізований результат мовлення, контекст – ситуативний, соціокультурний й прагматичний, а також спеціальні мовні засоби, котрі відповідають цілям та завданням дискурсу [4, с. 2].

Однією з головних функцій політичного дискурсу ЗМІ є вплив на тих, кому він адресований. З допомогою політичної комунікації різні факти, політичні події, взагалі соціальна реальність інтерпретуються у вигідному для авторів повідомлення світлі, нав'язуючи загалу потрібне розуміння і дії, що з них випливають. Вплив є тим сильніший, чим більше ця мета прихована від реципієнтів. ЗМІ здійснюють суттєвий вплив на суспільство, його стан та розвиток. Це медіатор між тими, хто управляє, і тими, хто є об'єктом управління [5, с. 249]. Попри те, що публіцистичний стиль є основним інструментом мовленнєвої дії у політичній сфері, сьогодні як журналісти, так і політичні діячі намагаються розробити нові засоби висловлювання, нові форми виразності, нові види звертання, у яких використовують стилістичні прийоми, тропи, синтаксичні й стилістичні фігури, притаманні для розмовного стилю. За словами Михальської Г. К., нині найефективнішим стилем публічної мови визнаний природний, розмовний [3, с. 107]. Як відомо, від мовленнєвої поведінки політика здебільшого залежить успіх або провал на виборах. Мова політика – це його, так би мовити, «візитна картка». Важливою характеристикою мовленнєвої поведінки політичного лідера є саме комунікативні стратегії, яким він користується у промовах та виступах перед електоратом або своїм політичним опонентом. Стратегії у політичному дискурсі визначаються цілями, які ставить перед собою той чи інший політик. Зазвичай, політичний діяч намагається: а) спонукати адресата проголосувати на виборах за певного кандидата, партію, блок, рух тощо; б) завоювати авторитет чи закріпити свій імідж, «сподобатися народу»; в) перекопати адресата погодитися з виступаючим, його думкою, прийняти його точку зору тощо; створити сприятливу емоційну атмосферу, викликати певний емоційний стан адресата; д) надати адресату нові знання, нові уявлення про предмет розмови, інформувати адресата про свою позицію з будь-якого питання [6, с. 34].

Досить часто у своїх промовах політики звертаються до агресивних мовленнєвих стратегій, які розраховані на формування деструктивних почуттів: невдоволення, гніву, обурення, ненависті, помсти й таке інше. Застосовуючи стратегію вербальної (мовленнєвої) агресії, політик ставить перед собою завдання – насамперед запламувати, ослабити свого суперника в очах публіки за допомогою відвертої «брехні», очевидних наклепів, непристойних, образливих асоціацій, заяв та висловлювань. Як правило, політик, що застосовує цей прийом, відкрито протиставляє себе конкурентам. Створюючи негативний фон іншому, він робить усе можливе задля прийняття його персони як фігури позитивної. Під впливом фактора «наявність протиборчих сторін» мовець змушений обрати такий план оптимальної реалізації мовних намірів, у результаті застосування якого можна максимально зменшити значимість статусу співрозмовника, тобто розгорнути позиції свого політичного супротивника й максимально збільшити значимість свого статусу, тобто підняти себе [7, с. 128]. Мовець прагне зробити процес спілкування більш видовищним, викликати емоційні відгуки й тим самим заволювати адресата – спостерігача, що сприймає «політичні події як якість дійство, що розігрується для нього» [8, с. 23], у процес гри, зробити його співучасником.

У сучасному світі, як ніколи, діяльність політика асоціюється перш за все з його вербальною діяльністю. Віртуозне володіння мовою, здатність перетворити слово у зброю є одним з ключових якостей професійного політика. Як відомо, політику роблять політики, а політиків робить слово. Як вже вище згадувалося, нині у публічній комунікації активно представлений агресивний тип поведінки, де учасник суперечки робить все можливе, щоб «захопити слово» і якнайповніше висловити та довести свою власну позицію, використовуючи при цьому усі можливі мовні засоби. Варто зазначити, що практично в усіх політичних медіа виступах присутні негативні емоції, почуття, наміри. Промови політиків вирізняються надмірною експресивністю, фамільярністю, елементами агресії, уживанням жаргонізмів, інвективної лексики, що є невід'ємною складовою розмовної мови і недопустимим явищем для публічних виступів. У мовленнєвій поведінці адресанта вбачається прагнення захопити комунікативну ініціативу, витіснити мовленнєвого партнера з комунікативного простору за допомогою дискредитації його висловлювань. На думку О. І. Шейгал, вербальна агресія є невід'ємною й природною складовою політичного дискурсу і пов'язана насамперед із реалізацією його агональної функції. Політика, якщо її розуміти як боротьбу за завоювання й утримання влади – це, безумовно, переважно сфера агонального мислення, сфера побуту агональних мовних ідеалів. Отже, політичний дискурс являє собою демонстрацію боротьби, агона: «запекла боротьба за владу розігрується як змагання, як великі національні ігри, для яких важливі певні іміджі, форми прояву мовленнєвої агресії й т. д.» [7, с. 24]. У мові політиків агональна функція насамперед реалізується у низці комунікативних стратегій, під якими розуміється план оптимальної реалізації комунікативних намірів, що враховує об'єктивні і суб'єктивні фактори та умови, в яких протікає акт комунікації і які, в свою чергу, обумовлюють не тільки зовнішню та внутрішню структуру тексту, але й використання певних мовних засобів. Кожна стратегія політичного дискурсу реалізується завдяки використанню певного набору тактик. Під тактиками у цій статті розуміється сукупність прийомів, що обумовлюють застосування мовних засобів [2, с. 16].

У нашому дослідженні ми проаналізуємо стратегію дискредитації, її основні тактики та мовленнєві прийоми, які зустрічаються в мові політиків, що представляють собою конфліктно-агресивний тип мовної особистості. Як приклад, ми обрали передвиборчі політичні виступи, промови двох відомих політичних діячів, політиків-лідерів Франції – бувшого її Президента Ніколя Саркозі та новообраного керманіча П'ятої республіки Франсуа Олланда. Вибори Президента є дуже важливою подією у політичному житті країни. Від передвиборчої кампанії й виступів кандидатів на посаду Президента багато в чому залежить не лише їхній власний імідж в очах виборців, але й результат самих виборів. Мета політика, особливо, кандидата на найвищу посаду країни полягає насамперед в умисному впливі на виборців за допомогою цілого арсеналу лінгвистичних засобів. Передвиборчий дискурс, який розглядають як жанр політичної комунікації, представляє собою складне комунікативне утворення з ознаками інституціонального (політичного), риторичного й ритуального характеру, і, який містить у собі високий маніпулятивно-ідеологічний потенціал комунікативних стратегій і тактик. Передвиборча кампанія у Франції насичена інтригами, жорсткою та рішучою боротьбою між конкурентами, компроматом, фактами особистого життя, різкою популістською риторикою тощо. Учасники політичної боротьби усе роблять можливе аби створити собі позитивну рекламу, репрезентувати себе як з найкращої сторони, сформувати власний привабливий імідж. Натомість, разом з тим, кандидатам надто важливо створити негативний образ своєму опоненту, довести усіма можливими вербальними та невербальними засобами неспроможність політичних ідей свого супротивника. Комунікативна й мовленнєва поведінка учасників теледебатів, які є одним з найефективніших засобів впливу на громадськість, обумовлена не стільки маніпулюванням та впливом на опонента, скільки завоюванням більшості голосів як від свого, так і від чужого електорату.

Політичні теледебати, які проходили у Франції напередодні президентських виборів отримали характеристику в провідних ЗМІ країни як «*un duel harassant, dense, technique parfois mais aussi vivant et animé*» [10], «*le bal des petites phrases*

croustillantes» [9]. Головні учасники програми, представники двох опозиційних сил Ніколя Саркозі та Франсуа Олланд від самого початку дебатів відразу ж були готові «*en découdre*» [10] і впродовж майже трьох годин «успішно» зверталися до дискурсивних стратегій і тактик, більшість з яких наділені були конфліктогенним характером. Ще до початку ефіру Ніколя Саркозі, відомий своєю харизматичністю, своїм ораторським умінням переконувати публіку та прихильністю до «го-строга слівця», пообіцяв своїм виборцям, що він робитиме все можливе аби підірвати авторитет свого суперника та отримати перемогу спочатку у дебатах, а згодом і на виборах. «*Je vais le débusquer*» [9], «*faire la preuve de son incompétence et de son inexpérience internationale*» [9], «*je vais l'atomiser*» [9], досить емоційно висловлюється пан Саркозі стосовно пана Олланда, уживаючи лексеми з негативним забарвленням. До числа найбільш частотних стратегій, виявлених у рамках дослідженого матеріалу, належить стратегія дискредитації, що є основною стратегією вербальної агресії. Популярність згаданої стратегії у сучасній політичній комунікації насамперед викликана тим, що створення позитивного образу «своїх» через обмову «чужих» вважається традиційним прийомом, котрий дозволяє досягнути бажаних результатів у напруженому політичному протистоянні. Стратегія дискредитації використовує певний набір тактик, серед яких найбільш активними є тактики обвинувачення, погрози, докору, викриття, образи, критики діяльності опонента, насмішки, іронії та інших. Усі ці вищезгадані тактики передбачають експресивну мовленнєву поведінку, яка досягається через використання таких стилістичних засобів, як риторичні та окличні речення, порівняння, мейозис, синтаксичний паралелізм та інші.

Тактика обвинувачення, що найактивніше реалізується в ході дебатів, має на меті визнати винним свого опонента та викрити його в неординарних діях, намірах, якостях або бездіяльності, дискредитувати в очах електорату. З обох сторін була гостра критика, напади, робилася спроба майже в кожній репліці зганьбити один одного перед телеглядачами. «*Vous avez nommé vos proches partout*» [9], звинувачує Франсуа Олланд пана Саркозі в його неправомірних діях, підкреслюючи тим самим своє негативне ставлення до головного противника. Відразу ж, відповідаючи на звинувачення на свою адресу, экс-Президент, не зраджує своєму доволі експресивному ораторському стилю, звинувачує Олланда у «брехні», та реалізує тактику образи, називаючи свого комунікативного партнера «*un petit calomniateur*», а його фрази «*une belle bêtise*». «*Ça, c'est un mensonge, c'est une calomnie, vous êtes un petit calomniateur*» [10]. У наведеній конструкції уживаються нетабуйовані слова з негативною оцінкою, проте у цьому контексті вони сприймаються як лайка. Не сприймаючи образ у свій бік, Олланд знаходить ущипливі зауваження аби достойно відбити відсіч супернику: «*C'est un leitmotiv qui devrait pour moi être insupportable mais qui dans votre bouche finit par être une habitude*» [10]. Нещирість пана Олланда викривається паном Саркозі у наступній репліці, яка реалізує тактику безособового обвинувачення, де неозначений займенник *on* дозволяє мовцю прямо не вказувати на винуватця осуду, але, разом з тим, дає чітко зрозуміти, про кого йде мова: «*On ne respecte pas les Français quand, pour esquiver les débats, on dit tous les jours le contraire de ce que l'on dit la veille*» [10]. Впродовж усіх теледебатів пан Олланд позиціонує себе як «турботливий батько». У наступному прикладі він намагається дорікнути пану Саркозі, що той переймається лише привілейованими прошарками населення, тоді як він, Олланд, захищає усіх без винятку французів: «*Moi, je protège les enfants de la République, vous, vous protégez les plus privilégiés*» [9]. У нижчеподаній фразі ще майбутній тоді Президент Франції звинувачує свого попередника, що той постійно перекидає відповідальність на когось іншого й завжди шукає «*un bouc émissaire*» [10] («цапа відбувала»). «*Vous aviez dit 5% de chômage, c'est 10% à la fin du quinquennat; Avec vous c'est très simple ce n'est pas de votre faute, c'est de la faute de la crise, jamais vous. Vous avez toujours un bouc émissaire*» [9]. У цій репліці досить яскраво відчувається насмішка та іронія, що реалізується через ущипливе зауваження, продиктоване прагненням мовця сказати співрозмовнику неприємне, зачепити його за живе, як найбільш болюче вколоти.

Проаналізувавши теледебати, ми прийшли до висновку, що тактика обвинувачення домінувала у промовах обох учасників програми. Саркозі з вуст Олланда на свою адресу отримав низку обвинувачень, що відобразилася у наступних типах: у невиконанні обіцянок, у непослідовності дій, у неввічливості, у несамостійності, у неспроможності об'єднати націю. На відміну від свого опонента, пан Саркозі був більш різким у своїх судженнях і обрав більш агресивну поведінку для критики свого комунікативного партнера. Саркозі звинувачував супротивника в непослідовності; у наклепі та хибних фактах; у некомпетентності; у лицемірстві; у неефективності; у неспроможності займати посаду Президента та імітуванні Франсуа Міттерана; у недостойності та непатріотизмі.

Висновки. У результаті проведеного дослідження ми прийшли до висновку, що мова для політиків є одним із засобів завоювання влади, котрі передбачають агресивні тактики нападу, що знаходять свою реалізацію у застосуванні стратегії дискредитації, яка є однією з ключових стратегій у політичному медіадискурсі, різновидом якого є передвиборчий дискурс. **Перспективи** подальших наших наукових розвідок пов'язані з вивченням проявів вербальної агресії у французькому політичному масмедійному просторі.

Література:

1. Каблуков Е. В. Концентрация вербальной агрессии в политическом дискурсе / Е. В. Каблуков // Журналистика. Молодые исследователи: Межвуз. сб. науч. работ студентов и аспирантов. – СПб., 2006. – Вып. 4. – С. 42–48.
2. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // Языковая личность институциональный и персональный дискурс: Сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2000. – С. 5–20.
3. Михальская А. К. Основы риторики: Мысль и слово / А. К. Михальская. – М.: Просвещение, 1996. – 416 с.
4. Никитина К. В. Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием / К. В. Никитина // Управление общественными и экономическими системами: многопредмет. науч. журнал. – Орёл: ОрёлГТУ, 2006. – № 2. – С. 1–7.
5. Пальшина О. М. Вплив національних засобів масової інформації на зовнішню політику Сполученого Королівства Великобританії та Північної Ірландії / О. М. Пальшина // Studia Linguistica. Збірник наук. праць. – Київ: ун-т, 2009. – Вип 3. – С. 248–252.
6. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России / О. Н. Паршина // Власть и речь в средствах массовой информации: науч. докл. – Саратов: Из-во Саратовского ун-та, 2005. – С. 24–37.
7. Шейгал Е. И. Семантика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М.: ИТДГК «Гнозис», 2004. – 326 с.
8. Шейгал Е. И. Структура и границы политического дискурса / Е. И. Шейгал // Филология. – Краснодар, 1998. – № 14. – С. 22–29.
9. Ce qu'il faut retenir du débat Sarkozy-Hollande [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tempsreel.nouvelobs.com/politique/election-presidentielle>.
10. Débat: Hollande vainqueur aux poings, Sarkozy évite le KO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.huffingtonpost.fr/2012/05/02>.