

ЛІТЕРАТУРА

1. Федик О. Мова як духовний адекват світу (дійсності). – Львів : Місіонер, 2000. – 300 с.
2. Кубрякова Е. С. Человеческий фактор в языке. Язык и порождение речи. – М. : Наука, 1991. – 240 с.
3. Асоціативний словник української рекламної лексики [упоряд. Т. Ю. Ковалевська та ін.]. – Одеса : Астропринт, 2001. – 116 с.
4. Кромптон А. Мастерская рекламного текста – Тольятти : «Издательский Дом Довгань», 1995. – 256 с.
5. Владимирська А., Владимирський П. Реклама : Навчальний посібник. – К. : Кондор, 2006. – 394 с.

УДК 81'42

Балакірєв К.О.
(Луганськ, Україна)

МОВЛЕННЄВІ ЖАНРИ «ОБРАЗА» ТА «ЗНУЩАННЯ» У СТРУКТУРІ ЧИТАЦЬКИХ КОМЕНТАРІВ ДО НОВИН

У статті розглянуто тактики дискредитування особи за допомогою мовленнєвих жанрів «образа» та «знущення» на матеріалі коментарів до новин Росії та України, здійснених відвідувачами веб-сторінок.

Ключові слова: дискредитація, адресат, вербальна образа та знущання, мовленнєвий жанр, етнічні упередження.

В статье рассмотрены тактики дискредитирования личности с помощью речевых жанров «оскорбление» и «издевка» на материале комментариев к новостям России и Украины, оставленных посетителями веб-страниц.

Ключевые слова: дискредитація, адресат, вербальное оскорбление и издевка, речевой жанр, этнические предубеждения.

The article shows the tactics of discrediting of a person with the help of speech genres “abuse” and “derision” as shown in the comments on the Ukrainian and Russian news reports made by the visitors of news web-pages.

Key words: discrediting, addressee, verbal abuse and derision, speech genre, ethnic prejudice.

Інтернет має велике значення в житті сучасного суспільства завдяки своїм широким можливостям. Тут можна знайти будь-яку інформацію, спілкуватись на будь-якій відстані і навіть працювати у сфері торгівлі чи послуг. Серед мільярдів веб-сторінок популярністю користуються сторінки новин.

© Балакірєв К.О., 2011

Новини – джерело «первинної», оперативної інформації. Саме в новинах реалізується посередництво у взаємодії індивіда зі світом реальності. Окрім того, перевагами таких сторінок над новинами, що транслюються по радіо чи телебаченню, є те, що користувач сам обирає, що читати чи дивитись, а також можливість лишити коментар (відгук) про прочитане.

Мета даної статті – аналіз коментарів читачів до новин, розташованих в мережі Інтернет, з метою встановлення, у якій мірі в коментарях використовуються мовленнєві жанри «образа» та «знуцання». Серед завдань слід зазначити наступні: виявлення формул вираження інвективних смислів, спроба розглянути ходи мовленнєвої тактики ображення й знущання у тих випадках, коли об'єктом коментарів стає людина, про яку йдеться в статті новини, їх класифікація та порівняння з вже існуючими класифікаціями, спроба з'ясувати причини поширення вказаних жанрів у структурі читацьких коментарів. Матеріалом стали тексти новин, розташовані на російських (Рамблер) та українських (Газета, Тексти) інформаційних веб-сторінках. На прикладі коментарів до новин, дійовими особами у яких виступали Микита Михалков, Руслана Лижичко та Олександр Пономарьов, відомі діячі культури та мистецтва, які брали участь у політичному житті Росії та України відповідно, було зроблено спробу прослідкувати напрями та комунікативні ходи нанесення образи та знущання.

Проблемам інвектології та когнітивної лінгвістики приділяли увагу такі вчені, як С.Г. Воркачов, Г.В. Кусов, Н.А. Красавський, А.Ю. Позолотін, А.Р. Ратинов, Н.Д. Голев, В.І. Жельвіс, О.С. Іссерс, А.Н. Сперанська, І.А. Стернін, С.В. Дороніна, В.С. Третьякова, І.А. Кудряшов та ін.

Новизна даної роботи полягає, насамперед, у відборі напрямку, у якому відбувається спілкування, коли багато адресантів, чії імена та прізвища невідомі, звертаються до чи ведуть комунікацію з одним і тим самим адресатом, а також у відборі суб'єктів, які дискредитуються у коментарях до новин.

Будь-яке спілкування відбувається з певною метою. «Мета дискредитації – підірвати довіру до когось або чогось, зменшити авторитет когось або чогось. Для позначення дій, мета яких – підірвати довіру, викликати сумніви у позитивних якостях кого- або чогонебудь, використовуються поняття ображати/образа, знущатися/знуцання, насміхатися/насмійка, звинувачувати/звинувачення» [1: 161]. З-поміж згаданих понять в даній статті ми зробимо спробу встановити, яку роль в стратегії дискредитування мають перші два.

Перш за все необхідно з'ясувати значення понять «образа» та «знуцання». Великий тлумачний словник сучасної української мови подає наступні визначення цих понять:

Знуцання – зла насмішка, глузування. [2: 474] *Образа* (з-поміж трьох визначень, які містить словник, для нашого дослідження актуальним є перше) – зневажливе висловлювання, негарний вчинок і т. інше, що спрямовані проти кого-небудь і викликають у нього почуття гіркоти, душевного болю. [2: 815]

Для більш глибокого й точного опису понять «знуцання» та «образа» було перевірено тлумачення слів, якими ці поняття пояснюються, а також їхні синонімічні ряди. Отже: *глузувати* – уїдливо насміхатися; висміювати когось або щось [2: 246]

Синонімами іменника *образа* є *кривда* та *зневага*, синонімами слова *зневага* (відсутність поваги) є *неповага*, *погорда*, *презирство*. Дієслово *зневажати*, тобто виявляти презирство, неповагу до кого/чогонебудь має цілу низку синонімів, серед яких наступні:

гордувати, погорджати, погордити, цуратися, гребувати, поштурхувати, плювати, чхати [3: 238].

Дієслово *кривдити* означає несправедливо чинити щодо когось/чогось, ставитися до когось/чогось. [3: 276]

Починаючи безпосередньо аналіз мовленнєвих жанрів «образа» та «знуцання», необхідно з'ясувати природу самого поняття «мовленнєвий жанр».

Мовленнєвий жанр – мовленнєве ціле, складний синтез повідомлень (мовленнєвих актів), об'єднаних комунікативною тактикою адресанта, моделлю адресанта і адресата, комунікативною метою, комунікативним смислом, специфічною жанровою тональністю, «закільцьоване» попередніми і наступними мовленнєвими жанрами; це складова дискурсу, типовий спосіб побудови мовного коду, пов'язаний із певними ситуаціями і створений для передачі певного змісту (комунікативного смислу) [4: 54]. Як випливає з визначення мовленнєвого жанру, *образа* та *знуцання* є мовленнєвими жанрами. В свою чергу жанри *образа* та *знуцання* є складовими поняття *вербальна агресія*, яке розглядається як «зумисне мовленнєве висловлення негативних емоцій, що має інвективне прагматичне значення, яке породжується з метою спричинити моральну шкоду адресату або викликати/спровокувати його реакцію у відповідь» (*переклад наш*) [5]. Будь-яке мовлення адресоване, тобто має адресата. Жанри *образа* та *знуцання* також адресовані, як це випливає із визначення цих понять. Унікальність категорії адресованості в коментарях до новин в мережі Інтернет як середовища спілкування полягає в тому, що комунікація може відбуватися в кількох руслах: між журналістом, який готував репортаж, перш за все, з метою повідомлення інформації, а також з метою отримати за допомогою читачьких коментарів зворотній комунікативний зв'язок та безпосередніми читачами новин. У цьому випадку адресатом є спочатку читачі новин, а потім – журналіст, автор статті. У іншому випадку читачі можуть обрати адресатом «третю» особу, а саме – ту, про яку йшлося в репортажі. Таким чином читачі новин є первинним адресатом, а «третя» особа – вторинним. Н. Формановська подає наступне визначення вторинного або непрямого адресата: «це такий учасник спілкування, до якого безпосередньо не звертаються, але заради якого будують дискурс/текст» (*переклад наш*) [6: 176]. У будь-якому випадку можливість коментувати новини в мережі Інтернет дає можливість учасникам комунікації змінювати комунікативні ролі. Це, в свою чергу, дає змогу краще орієнтуватись у ситуації спілкування. Отримана інформація при цьому пропускається через власний життєвий і мовний досвід комунікантів, думки, оцінки, ставлення тощо.

Перейдемо до розгляду комунікативних ходів, які реалізують тактику ображення/образи та знущання. Однією з найбільш вдалих класифікацій нами вважається класифікація на основі мовленнєвих реплік-кліше. [7]

Комунікативний хід 1. «Він – дурень (*злодій, шахрай, непрофесіонал, хворий...*)». Мета – безпосередня негативна характеристика особистості або негативна оцінка, що виявляється через натяк. В образливих висловах такого типу знаходимо зменшування інтелектуальних, моральних, професійних, фізичних якостей опонента.

Комунікативний хід 2. «Він схожий на N». Мета – створення бажаних для мовця асоціацій, порівнянь. Це дозволяє перенести негативну оцінку із однієї когнітивної області в іншу. У цьому комунікативному ході часто застосовуються метафори і порівняння.

Комунікативний хід 3. «Він не схожий на N, хоча й претендує». Суть – розвінчання претензій.

Комунікативний хід 4. Прийом «навішування ярликів». Навішування ярликів – це «мистецтво» пошуку характерної деталі, риси характеру чи зовнішності, негативна оцінка якої за принципом розширення переноситься і на особистість в цілому. Полягає у виділенні у фігуру лише негативних рис, котрі у поєднанні з іменами, які вживаються як загальні, перетворюються на ярлики. Мовленнєва тактика навішування ярликів здійснюється також за допомогою прийому патронімічної атракції та міни кореня. Сюди також відносять іменування діячів (за «домашнім» ім'ям, прізвищем, по-батькові) з метою, наприклад, розвінчання претензій, свідчення про невизнаність статусу (детальніше про класифікацію див. [1: 167-176]).

Тепер звернемось до мовленнєвого матеріалу, відібраного на українських та російських інформаційних сайтах.

На основі аналізу мовленнєвого матеріалу було виділено чотири напрями, застосовані в тактиці мовленнєвої образи: умисне викривлення прізвища, іменування людини різними прізвищами, виявлення зневаги до родини цієї людини, скривдження людини в її професійній діяльності, тобто майже все те, що згадувалось в класифікації мовних ходів.

Тепер розглянемо кожен з них більш детально. Як вже було зазначено, будь-яке мовлення адресоване. Прізвище безпосередньо вказує на людину, яку ображають чи над якою знушаються. Крім того, образа непрямо стосується усієї родини, будучи чимось на зразок «вербального герба» родини (пор. Співзвучність рос. «фамилия» з англ. «family»). На основі аналізу мовленнєвого матеріалу було виявлено 13 так чи інакше викривлених видів написання прізвища «Михалков» (міна кореня згадується у четвертому ході). Серед них: *михалков* (з рядкової літери), *Смехалков*, *МиГалков* (найрозповсюдженіший), *мигалкин*, *нахалков*, *мигалkoff* та ін. Таке викривлення пов'язане з постійною критикою на адресу Михалкова з приводу використання ним спецсигналіз на службовому авто. Єдиний зафіксований випадок видозміни прізвища «Лижичко» на «Лисичко» може бути обумовлений тим, що саме такий варіант автозаміни пропонує словник текстового редактора Word, а людина, яка писала коментар, не була достатньо уважною. Видозміни прізвища «Пономарьов» виявлено не було.

Другий напрям, який стосувався прізвище, що надані об'єктам ображення, а також безпосередніх контекстів, у яких вони вживались – найоб'ємніший. Було нараховано близько двохсот (189) прізвище М.Михалкова різної експресивності. Що стосується прізвище, даних Р.Лижичко та О.Пономарьову, то їх не так багато. Кожну з них можна віднести до одного з вищезгаданих чотирьох ходів. Так, наприклад, говорячи про М.Михалкова, до першого відносно (вживаних найчастіше): *беспринципный, клоун, лицемер, приспособленец, тварь, урод, это/этот, тита «мэтр», «режиссер киношный», режиссёршика, режисер-артист-клоун*. У цьому напрямку можна виділити підгрупу прізвище, заснованих на творчості Михалкова та на створених ним персонажах зокрема: *утомлённый мигалкой, «Утомлённый парадом», шмель усатый, царь* та подібні. Для порівняння, на українських сайтах О.Пономарьов був названий *козлом, артистом з погорлого театру, простим бидлом у якого нема ні голосу ні таланту якогось біса лізе в політику не вміючи звязати два слова* та просто *уродом*, співачку Руслану охарактеризували наступними інвективними формулами: *уродливое чмо; жлобиха самохвалка; Руслана - пустишка. Ані музики, ані стилю. Манера співу - совок 80- тих; Штучна лялька, в якій нічого нема крім нахальності!; Ужасная особа, которая представила нашу куль-*

туру ізвращенно; Один сплошной негатив – гей, гей; Нет у нее нежности, женственности и т.д. Да и песни случайные — то есть гуцульский фольклор на наш мотив (попсу); Брехливе створіння, а такі надії подавала (останній коментар стосується політичних переконань співачки).

До другого ходу ми можемо віднести наступні образливі імення: *флюгер, хамелеон, Петрушка с Погремушкой* (стосовно М. Михалкова).

До третього ходу відносимо: *аристократ, дворянин, царь, (рассейский) барин* (стосовно М. Михалкова, його спосіб життя, величезні земельні маєтки та інші види власності), фрази *«смішно уявити що ця балерина колись була депутатом», «Ей уже под 40 лет, а она всё еще „дикая»,»* (стосовно політичної кар'єри Р. Лижичко та її альбому «Дикі танці»).

До четвертого: *никитка, микитка, Михалыч, никитка всяя Руси, Никитос, Никитушка, полудурок с петушиным голосом, усатый-полосатый, усатый/Усатый*. Останнє прізвисько можна також віднести до другого ходу, тому що прізвисько «Усатий» в пресі зустрічається не вперше, хоча раніше застосовувалося до Й. Сталіна [9: 252]. «Домашніх» імен О. Пономарьова виявлено не було, а от ім'я «Руся» (від Руслана) зустрічалося лише у схвальних відгуках про творчість співачки. Не такі схвальні ярлики стосувались зовнішності Руслани: *Уродливая Руслана; красота неопишемая... Особенно нос. Уродина и есть уродина; Страшна-як атомна війна!; ужосс...морда, как печеная картофелина; крокодил; СТРАХОМАНКА*; і найпоширеніше – *мавпеня/мавпа/обезьяна*.

Третій напрям стосується родини, національної приналежності і ґрунтується часто на етнічних упередженнях, тобто «необґрунтованому негативному ставленні до інших етносів, яке не міняється навіть при наявності переконливих свідчень того, що дане судження помилкове» [4: 178]. Серед прикладів можна навести такі: *дворянин иерусалимский, наглость сбежавших от фараона не знает границ* (тобто євреїв – послання на «Старий Заповіт» Біблії); *Никита I, старший утырь Михалков, папка его гимны лабал для всех властей и не краснел* (про батька М. Михалкова), *сказываются иудейские корни, семья рвачей лизоблудствующих любой власти в своих корыстных интересах* та ін., які ми не будемо згадувати в силу експресивності ненормативної лексики вжитої в них. Для порівняння Руслану Лижичко було названо *чужкею, ідіоткою бандерівською* і навіть *темною азіаткою*.

Четвертий напрям направлений на ображення досягнень людини у її професійній діяльності, з метою виставити її непрофесіоналом, некомпетентною людиною у своїй справі. Зупиняєть на ньому окремо ми не будемо, оскільки мовленнєвий матеріал з цього напрямку підпадає під параметри першого комунікативного ходу.

У зв'язку з проблемою поширення жанрів «образа» та «знущання» в коментарях до новин необхідно звернути увагу на причини цієї тенденції, методи боротьби з нею та їх ефективність. На російських інформаційних сайтах досліджувані нами жанри достатньо поширені через те, що коментарі перевіряються автоматичною системою модерування, яку досить легко «обійти» за допомогою спотвореного написання слів, які не розпізнаються програмою, але значення яких нескладно вгадати людині. Для тих, хто бажає залишити коментар, існують спеціальні Правила коментування на проектах та сервісах Рамблера. Серед них є наступні, які стосуються питання, що розглядається (нумерація пунктів відповідає їх номерам в Правилах):

1. Користувачу Рамблера при використанні коментування на проектах та сервісах Рамблера забороняється публікувати, розповсюджувати чи будь-яким іншим чином використовувати будь-яку інформацію, яка є незаконним контентом.

2. Склад інформації, яка являє собою незаконний контент, [...] включає в себе інформацію, яка, зокрема:

- є вульгарною чи непристойною, містить ненормативну лексику;
- містить погрози, дискредитує, ображає, ганьбить честь і гідність або репутацію громадян, посадових осіб та організацій;
- пропагує та/чи сприяє розпаленню расової, релігійної, етнічної ненависті, ворожості та/чи дискримінації за расовими, етнічними, статевими, релігійними, соціальними ознаками [...];

4. Рамблер надає користувачам технічну можливість коментування, не бере участі у формуванні змісту розповсюджуваної користувачами інформації та інших об'єктів [...], у зв'язку з цим Рамблер не несе відповідальності за законність дій та інформацію, яку розміщують користувачі, не гарантує якості, повноту й достовірність такої інформації.

5. [...] через величезний обсяг інформації та велику кількість активних користувачів він [Рамблер] не має змоги здійснювати оперативний контроль за Коментуванням й визначати, чи відповідає воно законодавству Російської Федерації та даним Правилам...;

7. Рамблер не несе відповідальності на недотримання користувачем даних Правил [...] і має право, згідно з даними Правилами, [...] здійснити дії з тимчасового блокування чи видалення інформації, а також видалення реєстрації користувача. (детальніше див. [10])

Для встановлення причин поширення інвективних жанрів треба звернути особливу увагу на фрази «...не несе відповідальності...» та «не має змоги здійснювати оперативний контроль». Це означає, що навіть за умови, що коментар буде видалено, на це піде певний час, а отже, весь цей час коментар матиме можливість виконувати своє призначення. Саме тому в переважній більшості коментарів, дійовою особою в яких є Микита Михалков, ті, хто коментує, вдаються до ображення, іронізують, знущаються, вживають лайливі слова й ненормативну лексику. Система автоматичного модерування видаляє лише окремі коментарі з-поміж майже двох тисяч переглянутих відгуків-реплік.

На українських сайтах жанри «образа» та «знущання» не так поширені, тому що на багатьох з них замість автоматичної системи модерування працюють цензори, про що свідчать наступні повідомлення-примітки біля рядку для введення коментаря, які за стилем істотно відрізняються від офіційного стилю Правил Рамблера: *Примітка: Пам'ятайте, що коментарі жорстко модеруються і ваш коментар може бути видаленим з причин цензури (спам, образа); Коментарі, які не суперечать загально визнаним моральним і етичним нормам, публікуються вільно. Коментарі, що порушують правила, будуть вилючені модератором.*[11]

*Забороняється: вживання нецензурних висловів та ненормативної лексики; особисте ображення інших учасників дискусії; образи за національною, релігійною або расовою ознакою; публікація інформації, що порушує чинне законодавство України; реклама та самореклама; **Увага!!!** Сайт «Майдан» надає всім, хто згадується у новинах, можливість розмістити свій коментар чи спростування, за умови належного підтвердження особи. Всі цікаві коментарі будуть оприлюднені. [11]*

Або такі, що з'являються між коментарями читачів, що зовсім не характерно для п. 4 Правил Рамблера:

Редакція:

Настійливо просимо утримуватися від образ, тим більше з натяками на національність.

Ми не збираємося вдаватися в полеміку. Але ще раз настійливо вимагаємо не ображати учасників спільноти ТЕКСТИВ в іншому випадку - бан.

Доброчинлива атмосфера для нас пріоритет; Підкреслювати в дискусії чи натякати на стать, національність, сексуальну орієнтацію, віросповідання і т.п. опонента, ми вважаємо дикістю і цього терпіти не будемо. [12]

На основі усього вищезазначеного можна зробити такі висновки: жанри «образа» та «знуцання» є дуже поширеними в коментарях читачів там, де їх важко або неможливо контролювати, що є дуже важливим для відстеження рівня мовної та мовленнєвої культури користувачів, які пишуть коментарі; незважаючи на велику кількість користувачів-коментаторів, їхню культурну чи етнічну приналежність, коментарі піддаються чіткій і єдиній класифікації; коментарі читачів новин істотно відрізняються від аналітичних коментарів, які пишуть журналісти, рівнем своєї експресивності: мовленнєвий каркас оціночних висловлювань в жанрі журналістського коментаря формується загальноживаною нормованою лексикою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / Оксана Сергеевна Иссерс. – М.: КомКнига, 2006. – 288 с.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови/ Уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. – К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2007 – 1736 с.
3. Зубков М. Практичний словник синонімів української мови / Микола Григорович Зубков. – Харків: Весна, 2008. – 720 с.
4. Бацевич Ф.С. Словник термінів міжкультурної комунікації / Флорій Сергійович Бацевич. – К.: Довіра, 2007. – 205 с.
5. Степко М. Л. Речевые средства выражения инвективных смыслов в жанре комментария публицистического дискурса: на материале современного английского языка : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.02.19 / Степко Мирослава Львовна. – Майкоп, 2008. – 195 с. Режим доступа: <http://www.dslib.net/jazyko-znanie/stepko.html>
6. Формановская Н.И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика / Наталья Ивановна Формановская. – М.: Издательство «ИКАР», 2007. 480 с.
7. Верещагин Е.М., Ротмайр М., Ройтер Т. Речевые тактики «призыва к откровенности»//Вопросы языкознания 1992, №6
8. <http://news.rambler.ru/>
9. Баранов А.Н. Словарь русских политических метафор / А.Н.Баранов, Ю.Н. Караулов. – М: Помовский и партнеры, 1994. – 351 с.
10. http://www.rambler.ru/doc/comments_rules.shtml
11. <http://gazeta.ua/articles/people-newspaper/137468/comm>
12. http://texty.org.ua/pg/news/spetskor/read/28839/Ruslana_povnyj_proVAU/