9. Pichette J.-P. Le Guide raisonné des jurons: langue, littérature, histoire et dictionnaire des jurons. Montréal : Les Quinze, 1980.

10. Séguin R.-L. L'Injure en Nouvelle-France. Montréal : Leméac, 1976.

Neologisms in the system of French Canadian invective vocabulary: language and speech status

There are described the peculiarities of interjection invectives of the French language in Canada, the main reasons and ways of invective neologisms formation, their speech and language status. The attention is paid to the issue of transition of lexical occasionalisms to the system of language.

Key words: *invective, interjection invective, curse, the French language in Canada, neologisms, occasionalisms, euphemisms, language norm.*

Ю.И. МЕДНИКОВА
(Волжский)

ЛЕКСИЧЕСКАЯ ЕДИНИЦА "DISCRIMINATION" КАК СРЕДСТВО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ОБЩЕСТВЕННОЕ СОЗНАНИЕ В ТЕКСТАХ ФРАНЦУЗСКИХ СМИ (социолингвистический аспект)

Рассматривается реализация воздейственного потенциала лексической единицы «discrimination» в текстах ведущих французских СМИ, ориентированных на различные социальные группы населения на фоне исторически сложившегося отношения французской нации к равенству. Анализ проводится с учетом не только национального менталитета французов, но и системы социальных ценностей контингента читателей конкретного издания.

Ключевые слова: *персуазивная коммуникация, манипуляция сознанием, совокупный социальный субъект воздействия, речевоздейственный потецциал лексики, коммуникативно-прагматическая цель автора.*

Как известно, влияние людей друг на друга и социальная власть осуществляются посредством языка. При помощи языковых единиц различного уровня можно внушить получателю информации ту или иную мысль, побудить его к желаемым действиям, внедрить в его сознание и закрепить там нужные мнения, стереотипы и установки. В осуществлении этого процесса СМИ играют главенствующую роль, т.к. главной особенностью и конечной целью газетного текста является не только сообщение фактологической информации, но и оказание максимального воздействия, источник которого находится в самом тексте. Как отмечается в современных исследованиях, сегодня восприятие окружающего мира в значительной степени зависит от того, каким представляют этот мир средства массовой информации [4, с.13].

Проблему воздействия, опосредованного тестами СМИ, мы рассматриваем с точки зрения персуазивной коммуникации, т.к. персуазивность является неотъемлемой функционально-прагматической характеристикой текста (в данном случае текста, предполагающего воздействие). Вслед за В.Е. Чернявской мы выделяем такие признаки персуазивной коммуникации, как попытка преимущественно вербального воздействия на сознание адресата, воздействие посредством коммуникативных стратегий убеждения и обольщения, реализуемое текстами определенного типа [8, с. 27–28]. При этом для выполнения заранее запланированной коммуникативно-прагматической цели авторы выбирают наиболее эффективные, с их точки зрения, языковые единицы, обладающие высоким персуазивным потенциалом, способные осуществлять в том числе и манипулятивный тип воздействия, незаметно внедряя в сознание адресата (в данном случае – совокупного социального субъекта) нужные мнения, установки и стереотипы.

С целью повышения эффективности приемов осознанного и целенаправленного воздействия на общественное сознание авторы текстов СМИ широко используют языковые единицы различного уровня, за которыми закреплены значимые для получателя информации базовые концепты. В рамках данной статьи мы взяли за основу определение А.В. Олянича, который представляет концепт основной единицей национального менталитета как специфического индивидуального и группового способа мировосприятия и миропонимания, задаваемого совокупностью когнитивных и поведенческих стереотипов и установок, главной характеристикой которого является особенность

© Медникова Ю.И., 2011

мышления и поведенческих реакций индивида и социальной группы [6, с. 74].

Так, в поле зрения французских СМИ часто оказывается такой социально значимый для населения страны концепт, как *dicrimination (дискриминация)*. Толковый словарь Le Robert дает следующее определение дискриминации: «La discrimination: le fait de séparer un groupe de personnes des autres et de le traiter plus mal» [10, с. 299]. Понятия дискриминации и равенства антонимичны. Декларация прав человека и гражданина, принятая во Франции Учредительным собранием в 1789 г. и оказывающая, по словам Л. Дюмона, на менталитет нации «могучее, воистину неодолимое воздействие на протяжении 19 века и вплоть до наших дней» [5, с. 116], открывается вслед за преамбулой следующей статьей: *Статья 1. Люди рождаются и остаются свободными и равными в правах. Общественные различия могут быть основаны только на общей пользе* (цит. по: [5, с. 116]). Поскольку известно, что слово является сильнейшим эмоциональным раздражителем, лексическая единица (далее ЛЕ) *discrimination* способна оказать значительное воздействие на получателя информации, т.к. за ней стоит концепт, который обозначает посягательство на священную для каждого француза идею равенства в правах, величественные принципы Конституции. В «Этнопсихологическом словаре» отмечается, что французы легче, чем другие народы, подвергаются внушению идей, которые для них предпочтительнее фактов. Революционные идеи о «свободе», «равенстве», «братстве» легко внедряются в сознание французов [9, с. 277]. Таким образом, концепт «дискриминация» является одной из основных единиц национального менталитета и во многом определяет особенности мышления и поведенческие реакции как отдельных индивидов в стране, так и совокупных социальных субъектов, представленных читателями той или иной газеты.

Известно, что речевоздействующий потенциал лексики наиболее очевиден [1, с. 22]. В рамках данной статьи мы попытаемся доказать, что идеологически нагруженная ЛЕ *discrimination* является мощным средством психологического воздействия на потребителя текстов французских СМИ в силу особенностей его восприятия, обусловленных отношением к равенству. Так, мы проанализировали статьи ведущих французских СМИ *Le Monde, le Figaro, l'Humanité, Libération*, ориентированных на различные социальные группы населения. Было обнаружено, что авторы статей употребляют данную ЛЕ в статьях по самым различным темам в тех случаях, когда речь идет о предмете, социально значимом для автора, и последний пытается склонить читателя на свою сторону, внушив ему свое мнение по данному вопросу. В частности, ЛЕ *discrimination* широко употреблялась в статьях, посвященных вызвавшему широкий резонанс решению правительства депортировать из Франции румынских и болгарских цыган. Например, в статье "Affaire des Roms: la France n'est pas exonérée" автор несколько раз употребляет данную ЛЕ и ее производные*: La France … n'a rien été blanchie s'agissant des soupçons de* ***discrimination*** *à l'égard de cette minorité; … les expulsions des Roms de la France compotraient des actions* ***discriminatoires****; …les interrogations sur le caractère* ***discriminatoire*** *des expulisions ; des traitements* ***discriminatoires****; Les preuves de* ***discrimination*** *sont évidentes* (Le Monde. 2010. 21 oct.).

Следует сразу отметить, что употребление слова *France* в непосредственной близости от слова *discrimination* способно оказать достаточно сильный эффект на получателя информации, считающего себя гражданином «страны Декларации прав человека». Многократное повторение ЛЕ *discrimination* усиливает ее перлокутивный эффект. Благодаря этому, а также заголовку статьи, в котором до читателя в имплицитной форме доводится информация о том, что Франции придется отвечать за содеянное и «страна Декларации прав человека» уронит себя в глазах мирового сообщества из-за действий властей, автор успешно добивается своей коммуникативно-прагматической цели – внедряет в сознание получателя информации негативное отношение к действиям руководства страны. С учетом левоцентристской ориентации издания, традиционно не находящегося в оппозиции властям, ориентированного на внешний мир, имеющего свой контингент читателей, представляющих совокупный социальный объект воздействия, цели адресата реализуются еще более успешно.

В статье правоцентристской газеты "Le Figaro" "Roms: le France présente sa défence a Bruxelle" данная ЛЕ встречается в следующем контексте: ***La discrimination*** *est le soupçon le plus grave qui pèse sur Paris…; elle n'a eu ni pour objet ni pour effet de créer une quelconque* ***discrimination****, contrairement à la crainte de Mme Reading* (Le Figaro. 2010. 23 sept.). В первом высказывании контекст усиливает перлокутивный эффект ЛЕ *discrimination*, т.к. в эксплицитной форме сообщается о том, что над

Францией – страной Декларации прав человека – из-за действий властей нависло страшное подозрение. Второе высказывание выглядит так, будто стране приходится оправдываться в глазах мирового сообщества. Подобные высказывания обладают высоким персуазивным потенциалом: они не дают действиям властей эксплицитно выраженной негативной оценки, однако в силу особенностей национального менталитета указывают на падение престижа Франции как страны, свято соблюдающей права человека. Это может вызвать отрицательное отношение к действиям правительства, даже если большинство населения против присутствия цыган на территории государства. В данном случае можно также говорить о манипулятивных возможностях ЛЕ *discrimination*.

В статьях по данной проблеме газеты "Humanité", традиционно находящейся в оппозиции властям, можно часто встретить рассматриваемую ЛЕ. Так, в статье "9000 Roumains ont déjà quitté la France cette année" это слово появляется в следующем контексте: *… engager des procedures judiciaries pour "**discrimination** raciale" contre le ministre de l'intérieur* (Humanité. 2010. 16 sept.). Здесь ЛЕ *discrimination* употреблена рядом с названием должности члена правительства, оппозиционного контингенту читателей газеты, что повышает персуазивный потенциал лексемы и направляет в нужное русло отрицательное отношение совокупного социального субъекта.

Данная ЛЕ часто используется в заголовках, т.е. в самой сильной позиции статей. Например, одна из них называется "**Discrimination** à l'échelle européenne" (Humanité. 2010. 10 févr.). В данном случае автор сообщает читателю о масштабе резонанса, возникшего в результате действий властей, и формирует негативное отношение получателя информации к этим действиям. В статье "**Discriminations**: la France clouée au pilori par un comité de l'ONU" рассматриваемая ЛЕ реализуется в контексте с экспрессивной ФЕ *clouer au pilori*, которая экономными средствами в имплицитной форме сообщает читателю о незавидном положении страны в глазах мирового сообщества, что еще больше усиливает воздействие слова *discriminations.*

Во французских СМИ исследуемую ЛЕ можно встретить в статьях, посвященных самым разнообразным темам. Так, в газете французской компартии "Humanité" это слово часто встречается в текстах, в которых идет речь об ущемлении прав трудящихся, например: "L'accès à l'emploi, toujours aussi **discriminant"** (Humanité. 2009. 14 mai). Помимо употребления производного от слова *discrimination* для достижения максимального эффекта автор прибегает к приему навязывания пресуппозиции, часто используемому журналистами для манипуляции сознанием адресата, когда семантически важная для говорящего информация подается не как новое знание, требующее рационального и осознанного анализа, а как нечто собой разумеющееся, известное [2, с. 218; 3, с. 192, 193]. В данном случае это достигается в силу семантических особенностей словосочетания *toujours aussi.* Благодаря этому приему перлокутивный эффект ЛЕ усиливается.

В изучаемой статье (небольшой по объему) ЛЕ *discrimination* употребляется еще три раза – в трех абзацах из пяти. При этом она является сильнейшим эмоциональным раздражителем для потребителя текстов оппозиционного издания коммунистической ориентации, тем более что речь идет о таком социально значимом и для адресата, и адресанта предмете, как ущемление властями прав трудящихся. *…la lute contre la **discrimination**; Ces cas de **discrimination**…; … une victime de **discrimination**…* (Humanité. 2009. 14 mai). При этом учет фактора адресата помогает предвосхитить реакцию читателя и повышает персуазивный потенциал данной ЛЕ.

В этой же газете помещена статья "Le rocher de Sisyphe de la Halde" (*Halde* – верховный орган по борьбе с дискриминацией). Автор девять раз употребляет ЛЕ *discrimination* в следующем контексте: *la lute contre **discriminations** et pour l'égalité; les **discriminations** subsistent; en finir avec la **discrimination**; terrasser la **discrimination**; un engagement contre les **discriminations**; les cas de **discriminations** ; le traitement des **discrimination**; l'engagement de négociations sur les **discriminations*** (Humanité. 2009. 15 mai). Кроме того, данная ЛЕ начинает статью, т.е. находится в одной из самых сильных позиций, или, как это принято называть, в антикульминации статьи [7, с. 12].

В газете "Libération" без какой-либо партийной ориентации, но традиционно придерживающейся оппозиционных взглядов, ЛЕ *discrimination* можно встретить в текстах, посвященных самым разнообразным темам. Так, в статье "M. le Président, vous qui êtes l'enfant de mai 68…" речь идет о широко обсуждающемся на страницах французской прессы вопросе возможности усыновления детей одно-

полыми парами: *Et la Cour européenne avait fini par condamner la France pour* ***discrimination*** *homophobe. Et cela, dans le pays des droits de l'Homme ?* (Libération. 2009. 13 nov.). Автор статьи оптимально обработал стимул, при помощи которого можно эффективно воздействовать на сознание аудитории. Даже с учетом того, что большинство граждан может не одобрять такое усыновление, упоминание о том, что в стране Декларации прав человека встречаются случаи дискриминации, внушает получателю информации негативное отношение к властям, т.е. реализует манипулятивное воздействие.

Изучаемую ЛЕ можно встретить во всех ведущих французских СМИ во многих статьях по разным темам (борьба женщин, сексуальных меньшинств и транссексуалов за равные права, ущемление прав мигрантов и т.д.).

Таким образом, проанализированный материал показал, что авторы текстов французских СМИ широко используют идеологически нагруженную ЛЕ *discrimination,* за которой стоит один из базовых концептов французской лингвокультуры. В силу особенностей менталитета французской нации, обусловленного исторически сложившимся отношением к равенству, данное слово способно быть мощным и эффективным средством воздействия на аудиторию, внедряя в сознание адресата нужные мнения, стереотипы, отношения и установки. Как правило, эта лексема употребляется тогда, когда нужно сформировать отрицательное отношение к описываемой проблеме или действиям властей. Поскольку часто такие взгляды формируются в скрытой форме, речь может идти не только о высоком персуазивном потенциале, но и манипулятивных возможностях слова *discrimination*.

Литература

1. Баранов А.Н. Что нас убеждает? М. : Знание, 1990.
2. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. М. : Едиториал УРСС, 2003.
3. Баранов А.Н. Лингвистическая экспертиза текста: теория и практика. М. : Флинта: Наука, 2007.
4. Добросклонская Т.Г. Язык СМИ: становление и содержание понятия // Вестн. МГУ. 2007. Сер. 19. №4. С. 9–16.
5. Дюмон Л. Эссе об индивидуализме. Дубна : Изд. центр «Феникс», 1997.
6. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса : моногр. Волгоград : Парадигма, 2004.
7. Тарасов Е.Ф. Речевое воздействие: психологические и психолингвистические аспекты // Материалы VIII Всесоюзного симпозиума по психолингвистике и теории коммуникации. М. : АН СССР, 1985. С. 8–16.
8. Чернявская В.Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М. : Флинта: Наука, 2006.
9. Этнопсихологический словарь / под ред. В.Г. Крысько. М. : Моск. психолого-соц. ин-т, 1999.
10. Dictionnaire du Français. Paris : Robert et CLE international, 2005.

Lexical unit "Discrimination" as the means of influence on social consciousness in the texts of French mass media (social linguistic aspect)

There is regarded the realization of influence potential of the lexical unit "Discrimination" in the texts of the leading French mass media, oriented at different social groups in the aspect of historically established attitude of the French towards equality. The analysis is held taking into consideration not only the national mentality of French people, but also the system of social values of the readers contingent of a particular publication.

Key words: *persuasive communication, consciousness manipulation, total social subject of influence, speech influence potential of vocabulary, author's communicative and pragmatic purpose.*