

УДК 81'271:82-92

СТИЛЬОВІ ДОМІНАНТИ СУЧАСНОГО МЕДІА ДИСКУРСУ

Решетарова І. В.

У статті обговорюються стильові домінанти сучасного медійного дискурсу, роль гри слів та процесів евфемізації й дисфемізації мови, аналізується роль особистої оцінки у текстах ЗМІ.

Ключові слова: евфемізм, дисфемізм, гра слів, оцінка, медіадискурс.

В статье анализируются стилевые доминанты современного медиадискурса, роль игры слов и процессов эвфемизации и дисфемизации речи, анализируется роль личностной оценки в текстах СМИ.

Ключевые слова: эвфемизм, дисфемизм, игра слов, оценка, медиадискурс.

The article speculates on the style dominant of the modern media discourse, the role of the linguistic play on words and the processes of euphemistic and dysphemistic substitutions in modern languages. The impact of the personal assessment in media texts is also analysed.

Key words: euphemism, dysphemism, linguistic play on words, assessment, media discourse.

На тлі багатьох активних процесів, що відбуваються в сучасному медійному дискурсі, мовна гра посідає одне з найважливіших місць. Ігри зі словами становлять одну з головних і показових тенденцій мови ЗМІ, причому мовна гра сьогодні набула популярності серед журналістів та в комунікативному середовищі зокрема, що і зумовлює актуальність даного дослідження. Вивчення теоретичних засад мовної гри має давню традицію, зокрема проблематика висвітлена в працях Ю. Д. Апресяна, Є. А. Агеєвої, Т. В. Булигіної, І. Н. Горелової, Т. А. Грідіної, В. З. Саннікова, К. С. Сєдової, А. Д. Шмельової тощо.

Аналіз наукової літератури дав можливість чітко виділити стильові домінанти сучасного медіадискурсу, зокрема його "ігровий" характер, тобто схильність до широкого використання мовної гри, вживання неологізмів, некодифікованої лексики, елементів інтертекстуальності тощо.

Бурхливе політичне життя в Україні зумовлює стійкий медійний інтерес до нього. Лексичний арсенал мови засобів масової інформації досить швидко реагує на зміни у різних сферах життя, зокрема політичного (напр., *лоукостери, ескалація насильства, тор-новини*).

Таким чином, метою даної статті є аналіз стильових домінант сучасного медіадискурсу, зокрема явища мовної гри, побудованої на основі засобів евфемії/дисфемії в мові сучасних засобів масової інформації з позицій лінгвальної прагматики.

Під час руйнації старого та утворення нового процес найменування щойно створених суспільних реалій віддзеркалюється як мовою ЗМІ, так і розмовною мовою. Процес номінації нових явищ відбувається, як відомо, за допомогою лексичних одиниць, що вже існують в мові, за допомогою словотворчих можливостей певної мови, або шляхом запозичень з інших мов. Цей процес породжує численні варіантні найменування, такі, що вживаються як нормативні лексичні одиниці, чи як нестандартні номінативні варіанти, які характеризують особливості певного періоду й бувають наявними в мові лише деякий час. Тобто, паралельно з об'єктивними процесами розвитку мови йде індивідуальний мовотворчий процес. Евфемізми і дисфемізми виступають одним з найвдаліших засобів відтворення непрямої оцінки в ЗМІ, що дає можливість дивитися на них як на засіб впливу на адресата з метою спричинити такі дії останнього, що були б бажаними відправнику повідомлення, тобто як на засіб маніпулятивного характеру. Так, можна навести такі приклади: *радикально налаштована молодь; понизити градус напруги; занадто компромісне рішення; прибрати фігуру, яку*

не сприймає опозиція; обережний оптимізм; добровольці (жінки і чоловіки в цивільному); чорний четвер; тітушки тощо. Стосовно новотвору *тітушки* зараз ведуться лінгвістичні, юридичні й політичні дискусії. Портал НБН повідомляє [5], що таке слово увійшло до сучасної української мови, спираючись на онлайн словник “Мыслово”, який (так само як і вільна енциклопедія Вікіпедія [6]) розмістив статтю з відповідної теми й інтерпретує його як загальне ім’я. Тітушки [6] мають характерний зовнішній вигляд – це молоді люди у спортивній формі та шкіряних куртках, які з’являються там, де проявляється надмірна громадянська активність. Утім, автори наголошують, що словник, так само, як і енциклопедія, наповнюється користувачами. За етимологією слово походить від імені Вадима Тітушко й було розтиражоване ЗМІ після подій на Софіївській площі 18 травня 2013 року. Правозахисники намагаються заборонити саме поняття, мотивуючи свої аргументи тим, що слово набуло наскрізь негативний характер, що ображає підзахисного. Втім, існує думка, що здійснити заборону не вдасться, адже носіїв такого прізвища в Україні досить багато.

Більш за те, відколи події в Україні вийшли на шпальта світових ЗМІ, *тітушки* так само перейшли кордон і з’явилися в іноземних медіях. Наприклад:

*Instead of the promised amnesty, repressive measures, similar to those so scandalously “adopted” by the ruling majority on January 16, began gaining pace. The number of obvious attempts to provoke trouble from hired thugs or **titushki** increased, as did attacks on journalists and civic activists, most prominently the savage assault on investigative journalist and civic activist Tetyana Chornovol* [11].

На тлі таких асоціативних визначень як “політична агітація”, “психологічна атака”, “промивання мозку”, “мовна агресія”, “інформаційна війна”, фактор впливу на адресата набуває значний негативний відтінок. Проте існує думка, що мовленнєвий вплив можна характеризувати як процес мовленнєвої комунікації в світлі його цілеспрямованості. У цьому сенсі сутність впливу, який передбачує висловлювання індивідуальної оцінки і особистої думки автора, полягає у такому використанні мовних засобів, який дозволяє ввести в модель світу адресата нову інформацію або відкоригувати ту, що вже існує. При цьому вибір мовних засобів залежить від намірів відправника повідомлення [1, 2, 3, 4].

Вплив на адресата повідомлення може здійснюватись в різний спосіб – як експресивними так і нейтральними засобами, тобто маркованими і немаркованими. Ми поділяємо думку У. Еко про те, що “чистої” об’єктивної інформації не існує і існувати не може [7, с. 49], адже адресат завжди отримує авторську інтерпретацію останньої. Наприклад:

На передову пускають тільки своїх та медиків [8].

Навмисно чи ні, втім сюжет провів таки ідею опозиції “свій – чужий”, хоча поверхнево він майорів *мирним вирішенням питань та єдиною країною*. Так само напруженню сприяє використання суто військового терміна *передова*, який вводить авторське бачення ситуації як негативної.

Так само В. Огризко, колишній міністр закордонних справ України (2007-2009), у інтерв’ю телеканалу Business наголосив на необхідності *поставити Україну на проєвропейські рейки* [10], використавши термінологію залізничників задля надання ефекту бажаного прискорення необхідним, на його думку, діям. Своє негативне ставлення до політичної поведінки деяких державних діячів він виказав через використання термінології, характерної для шоу-бізнесу: *...працювати в політичній підтанцьовці і підіймати, що там вони підіймають, руки чи ноги...*[10].

При поверховому огляді будь-якого матеріалу відносно економічної чи суспільно-політичної сфери по-перше бачимо начебто тільки констатування фактів, думок і подій. Проте більш уважне вивчення мовного матеріалу свідчить, що “інформаційна форма” не є гарантом безстороннього і незацікавленого викладення. Для підтвердження думки наведемо ще декілька прикладів.

Відлига на майдані [9]. Журналіст використовує метеорологічний термін виключно для позитивної оцінки ситуації – адже відлига після тривалих морозів завжди несе полегшення й оновлення.

У іншому сюжеті ставиться запитання *яка революційна необхідність* [9] була в нівеченні київської бруківки й задля яких таких європейських цінностей

люди погодилися розтратить пів своєї країни. Саме використання історичного терміна раніше за зміст запитання наголошує на негативному ставленні до того, що відбувалося.

Аналіз матеріалів сучасних медіатекстів свідчить про широке використання засобів вираження оцінки. Причому, враховується не тільки її аксіологічна природа, але й експресивно-емоційний чинник, який стає причиною його вибору суб'єктом. Маємо на увазі активне залучення тропів, okazіоналізмів, алюзій, фразеологічних евфемізмів, перифраз та дотепних каламбурів. Гра слів сприяє формуванню в споживача додаткових асоціацій. Іронія, як найвищий вияв гумору та сатири, стала однією з базових ознак мови сучасних ЗМІ. Використання засобів евфемії займає в цьому процесі одне з найпомітніших місць.

Експресивні засоби оцінки потребують значної активності аудиторії. Споживачеві надається можливість нібито самостійно оцінити ситуацію, повідомлення неначе закликає аудиторію до спільного обмірковування фактів. Проте, ЗМІ залишаються зняряддям ідеології.

Концептуалізація того чи іншого образу країни у свідомості широкого загалу залежить від політичних поглядів окремої особи; однак, роль ЗМІ в цьому процесі надзвичайна, адже інформація, на основі якої робляться висновки, пропагується саме через ЗМІ. Тому пересічна людина не завжди замислюється, в якому світлі подається інформація: чи то чорний піар, чи то реальний стан речей. Маємо іншу справу, коли різні політичні сили в будь-який спосіб досягають поставленої мети, формуючи через ЗМІ потрібні образи.

Наведені нами приклади переконливо підтверджують, що гра слів разом із засобами евфемії є визначальними характеристиками та невід'ємною частиною побудови масмедійного політичного дискурсу.

Як екстралінгвальні чинники, а саме: зняття цензури, протест проти відсталості суспільства, криміналізація суспільства, необхідність номінації нових явищ, що не були характерними для попередніх часів, так і зміна мовних смаків у бік спрощення, лібералізації, бажання висловити експресію й оцінку будь-якими засобами приводять до ширшого залучення стилістично маркованих елементів (які, у свою чергу, виконують евфемістичну, позитивно-оцінну, таку, що прикрашає чи, навпаки, дисфемістичну, негативно-оцінну, таку, що дискредитує функції) у мову публіцистики.

Засоби евфемії / дисфемії являють собою такі стратегії мовної поведінки, що дозволяють людині уникати кризових ситуацій, обходити гострі кути, долати комунікативні труднощі й почуватися "своїм серед своїх". Недаремно С. Дж. Обенг (S.G. Obeng) пропонує включити їх до більш широкої комунікативної стратегії ухильності. Проаналізовані нами матеріали ілюструють, що мова пропонує великий спектр засобів стратегії ухильності, які допомагають уникати прямої номінації, а евфемістичне найменування є своєрідним компромісом між сутністю денотата та інтересами мовця.

Сьогодні таке слововживання відображає мовні уподобання певної частини суспільства, доводить спрямованість на мовленнєву розкутість, експресію, порушення, руйнування "нормативного" слововживання, оцінність (а не нейтральність) інформації, що подається. Тенденційним є поєднання різностильових елементів, що сприяє встановленню контакту між автором і споживачем його продукту – адресатом.

Література

1. Баранов А. Н. Аргументация как языковой и когнитивный феномен / А. Н. Баранов // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М. : Наука, 1990. – С. 40-52.
2. Безменова Н. А. Риторическая модель речевой деятельности / Н. А. Безменова // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М. : Наука, 1990. – С. 15-26.
3. Прядильникова Н. В. Прагматика эвфемизмов в языке СМИ / Н. В. Прядильникова // Вестник Самарского филиала Московского государственного университета печати (СФ МГУП). – Серия : гуманитарные науки. – М. : МГУП, 2005. – Вып. 5. – С. 18-22.

4. Тарасов Е. Ф. Речевое воздействие как проблема речевого общения / Е. Ф. Тарасов // Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации. – М. : Наука, 1990. – С. 3-14.
5. Термин “титушки” вошел в словарь современного украинского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа до джерела:
<http://nbnews.com.ua/ru/news/95470/>.
6. Тітушки [Електронний ресурс]. – Режим доступу до джерела:
<http://uk.wikipedia.org/wiki/Тітушки> .
7. Эко У. Отсутствующая структура : Введение в семиологию / У. Эко. – СПб., 1998. – 432 с.
8. ТСН. Канал “1+1”. – 28.01.2014.
9. Вікна. Канал СТБ. – 28.01.2014.
10. Новини. Канал Business. – 28.01.2014.
11. Halya Coynash. Parliamentary Titushkism [Электронний ресурс]. – Режим доступу до джерела:
<http://ukraineanalysis.wordpress.com>.