УДК 81’42:0709(054):001(477)(092)

Н. В. Третяк
Кам’янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

ДИСКУРС ЯК ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ МОВИ В ГАЗЕТНИХ ЖАНРАХ У КОНЦЕПЦІЇ ТВОРЧОСТІ І. ОГІЄНКА

У статті проаналізовано газетно-публіцистичний дискурс як форму реалізації мовних одиниць, експресивний характер газетних текстів; проаналізовано особливу групу усно-мовних фразеологізмів; дано характеристику такому експресивному засобу, як «мовна гра»; розкрито значення газетних жанрів, оксиморону, наведено приклади; зроблено висновки про причини апеляції до лексико-фразеологічної антинорми як основи створення нових прийомів впливу на адресата для досягнення комунікативно-прагматичних завдань.

Ключові слова: дискурс, експресія, стандарт, фразеологічні сполучення, публіцистичний заголовок, оксиморон, «мовна гра».

Мова – внутрішній світ людини, вона відображає мовну культуру і індивідуальність особистості. Тільки досконале володіння і знання мови дає змогу відображати її у всіх проявах лексичного розшарування (знання літературної мови та

інших соціальних компонентів української мови, всіх особливостей і характерних рис функціональних різновидів літературної мови). Відомий український учений і громадський діяч Іван Огієнко зазначав: «Мова – це наша національна ознака, в мові – наша культура, ступінь нашої свідомості» [5, с.76]. Не справдилися слова Івана Огієнка із його катехізису «Наука про рідномовні обов'язки»: «Добрий стан національних видань – то могуча сила народу й запевнення розвою рідної культури, а висота їх накладу – то ступінь національної свідомости народу».

На сучасному етапі сьогодення активно прогресує лінгвістичний розвиток суспільства, що безумовно пояснюється демократизацією мови. Мова наповнюється новоутвореннями різної якості, за рахунок нелітературних сфер загальнонародної мови. «Сьогодні суспільний смак, обгортаючись крайнощами моди, визначається всеохоплюючою переоцінкою цінностей. Її напруженість при відкритих шлюзах створює вибух інтересу до того, що раніше було не прийнятним, літературно і культурно забороненим, нецензурним» [3, с.78].

Мова – завжди жива. Процес обміну мовленнєвими одиницями відбувається безперервно. Більшість новоутворень знаходять своє відображення в мовному середовищі, інші – рідко використовуються носіями мови і згодом зникають. Аналізуючи мову носіїв мовної культури спостерігається вільна активізація і цілеспрямоване використання будь-якого слова, включаючи у свій лексикон і некодифіковані слова.

Своєрідним відображенням мовної культури є газета. Журналіст, намагаючись вплинути на читача, користується не тільки доступною, всім зрозумілою розмовною мовою – він намагається створити свою власну мову, свій стиль, не нехтуючи жаргонно-зниженою й іншою стилістично-забарвленою лексикою.

Зрозуміло, що журналіст прагне до всім зрозумілої мови, він мусить будь-якими засобами створити експресивний елемент у тексті, дотримуючись конструктивного типу – експресія-стандарт. Реалізуючись саме в конфлікті із стандартом, експресема легше за все утворюється в результаті порушення загальномовної літературної норми словоживання [2, с.160].

На відміну від інших стилів літературної мови в газетно-публіцистичному переконання, чуттєвий вплив виступає головною функцією мови, тому газетно-публіцистичним текстам властивий особливий характер експресивності. Ця експресивність має соціальний характер, вона цілеспрямована, оцінна. З метою ефективного впливу на читача в газетних текстах використовуються різні засоби мовної експресії, до яких належать і фразеологічні сполучення.

У текстах газет трапляються фразеологізми як у зафіксованій словниковій формі, так і в трансформованій. Наприклад: «*Пан або пропав*» (МГ, 2006). Значення фразеологізмів тлумачаться словником: пан або (чи, хоч) пропав: домогтися усього бажаного чи все втратити [7, с.11]. Значення фразеологізму переноситься на текст статті, конденсує її зміст, адже в ній йдеться про політичну розстановку сил.

Більшість публікаційних заголовків у своїй структурі містить перлини народної фразеології (прислів'я, приказки): «*Видно пана по халявах*» (УМ, 2014) – про деяких депутатів Верховної Ради; «*Цей про образи, а той про гарбузи*» (ЛУ, 2004) – у статті подаються різні погляди Євгена Сверстюка та Богдана Мельника на Миколу Гоголя; ... в чиюсь світлу голову прийшла не менш світла думка – об'єднати вужа з їжаком і одержати цілком контрольовану, але з іншого боку, більш ліберальну та просунуту опозицію (АГ, 2004).

Особливість фразеологізмів, які використовують у мовленні політичні діячі, журналісти, полягає в єдності експресії і стандарту, що забезпечує «надійне донесення до читача змістовно-інформаційної сторони з її буденністю, ділови-

тістю, суворістю, однозначністю, інтелектуальною точністю і навіть сенсаційністю» [2, с.86]: Український політикум – це тераріум однодумців і колгосп ситуативних об'єднань, щоб дружити проти когось, *допоки вітер не подме в інший бік*. Наш політикум – маленьке село, де всі один одного знають, всі один одному зобов'язані і всі один одному *ока не виклюють* (О. Мочанов. 2016, Лист-звернення до Президента); Не один раз ми розпочинали реформування з того, що «*різали по живому*», а вже потім «*чухали потилицю*» (УС, 2006)**.**

Особливу групу серед усно-мовних фразеологізмів становлять фразеологічні одиниці з грубими й навіть вульгарними стилістичними конотаціями, що мають ще яскравіший ступінь експресивності та емоційності: Пригадуєте, як наприкінці 2003 року депутати *займалися* веселою *фігньою*: натягували презервативи на мікрофони (К.Джура. АГ, 2004); Звісно, що високі посадовці починають говорити правду, коли їм *заллють сала за шкуру.* Так було з усіма без винятку (ПіК, 2010); З такими обвинуваченнями не дуже-то посунешся в європейські і міжнародні організації з вереском типу: захистіть! Свободу слова душать! Такі, вибачте, «слова» там, у цивілізованому світі нікому *на фіг не потрібні* (АГ, 2004).

У газетних матеріалах відповідно до вимог жанру виражаються думки, дається інформація про різноманітні події дня, аналізуються факти. Кожен жанр має свою специфіку, і мова як матеріал статей, нарисів, інтерв'ю пристосовується до неї. Звичайно, кожна фразеологічна одиниця ізольовано від тексту сама по собі не зазнає змін: *не давати проходу, поміняти шило на мило, бути на гачку* тощо. На склад фразеологічної одиниці впливає контекст, граматичні та інші особливості вказівного мінімуму. Сама структура тексту, оточення дають можливість вживання певної одиниці і відповідно пристосовують її до себе. З'являються варіанти словниково зафіксованих фразеологічних одиниць: Згідно версії екс-міністра (Хорошковського), Азаров йому *проходу не давав*. Кожну ініціативу молодого міністра *«рубав на корню»* (АГ, 2004); Якщо «більшовицькі» зміни будуть протягнуті до Конституції, то українські судді повністю *опиняться на провладно-олігархічному гачку*, вони *сидітимуть, мов миші під віником* (БЦ, 2008).

Розмовні фразеологізми функціонують у мовленні представників різних соціальних груп з деякими трансформаціями. У газетній фразеології трансформація, зумовлена перерозподілом мовної енергії, найчастіше зустрічається в заголовках. У мові ЗМІ заголовок функціонує як структуротвірний засіб тексту й одночасно він є одним з елементів композиції, тому що в концентрованому вигляді містить у собі єдність теми, проблеми, ідеї статті. Крім того, в заголовках ще більшу роль відіграє образність вислову. З цього можна зробити висновок, що підвищена сугестивність, атрактивність заголовка є наслідком орієнтації його на побудову образу, який запам'ятовується, на підвищену експресію [1, с.4]. Ця виразність досягається використанням у заголовках фразеологізмів та інших усталених висловів не тільки в готовому вигляді, а й в усіченій або трансформованій формі. Наприклад, в рубриках: політика, влада: *Дай мерові волю…* (ВЗ, 2004. 02.); *Реве та стогне коаліція широка* (АГ, 2004); *І пішов проект на проект* (ДТ, 2010); *Петрові батоги* (участь Петра Симоненка у проекті «Зіни до Конституції України» (УМ.2003)*;* 01.04. – С.3); *Не хлібом єдиним тримається піст* (УМ, 2011); *Охрімова свита та не мною шита*, або *Хотіли, як краще, а вийшло – як завжди* (ЛУ, 2002).

Особливо явище трансформації стосується політичних текстів, куди фразеологізми вводяться з певною стилістичною метою. Коли фразеологічна одиниця за стилем не відповідає контексту, то вказівний мінімум як визначальний фактор впливає на неї, трансформує її. Це можна проілюструвати такими прикладами: Тому можна припустити, що всі спритні «лихварі» намагатимуться

під прикриттям «хаосу виборів» активізувати тіньові процеси, *ловлячи золоту рибку в мутній передвиборній водиці* (УС, 2004); У цілому, опозиція деморалізована, Віктор Ющенко «*випав у політичний осад*» (О. Зубченко. Всім, 2004).

Для виділення найбільш значимої інформації журналісти досить успішно залучають такий експресивний засіб, як «мовна гра». Мовна гра традиційно розглядається в лінгвістичному, культурологічному, комунікативному та семіотичному аспектах. Багатоплановість підходів до вивчення цього явища обумовлена особливим впливом у сучасному суспільстві комунікативних технологій з їх багатим арсеналом вербально-зображальних засобів. ЗМІ утворюють сьогодні глобальне комунікативне середовище, що функціонує й розвивається за своїми законами, має специфічні механізми впливу на суспільну думку, соціальні інститути й культуру. Саме в газетному дискурсі мовна гра використовується як один із засобів масового комунікативного впливу.

Терміном мовна гра позначаються «ті явища, коли мовець «грає» з формою мовлення, коли вільне ставлення до форми мовлення співвідноситься з естетичним завданням.... Це може бути і невинний жарт, і вдала іронія, і каламбур, і різні види тропів (порівняння, метафора, перифраза тощо)» [5, с.172].

Широке використання мовної гри в текстах мас-медіа стало яскравою прикметою сучасного інформаційного простору, де мовна гра виявляє увесь спектр своїх стилістичних можливостей. За допомогою мовної гри інформація, подана в газетних текстах, набуває неочікуваного звучання, а іноді й іронічно-саркастичного змісту. У структурі газетних текстів досить часто використовується авторами гра слів – формально-смислове обігравання компонентів слова на рівні фонетики, морфеміки (переосмислення їх без формальних видозмін) і словотворення (з утворенням нових структурних одиниць). Такі явища особливо характерні для мови преси останніх років.

На рівні фонетики відбувається підсилення емоційного впливу на читача за допомогою фонетичного обігравання знайомих йому слів: «Засусі – по заслузі» (УМ, 2005). Відомий вислів «*катюзі – по заслузі*» переосмислено, трансформовано: слово «*катюзі*» → *Засусі* (Анатолій Засуха, який вже втратив посаду голови Київської облдержадміністрації, може втратити й іншу – голови Київської обласної ради). Чергування звуків [з] – [с] створює ефект шелестіння або шипіння. Використовуватися також звуконаслідування як засіб увиразнення лексеми: «Чи скінчаться британські *му-у-ки*?» (ГУ, 2000) – про зараження худоби в Англії вірусом коров'ячого сказу (пор.: іменник «*муки*» і звуконаслідування реву корови «*му-у*»); У листі просять Прем'єра вжити заходів, аби перешкодити кримінальній «*прихватизації*» майна і корпоративних прав держави (С. Власенко. УМ, 2005); *Невгрипущий* президент. Ані очікувана у Монголії небувала посуха, ані люта суміш грипу й пневмонії, яка вибухнула у Гонконгу, не спинили візиту туди президента Леоніда Кучми (УС, 2003): асоціація до слова *невмирущий*.

На рівні морфеміки обігравання різних структурних елементів слова відбувається в широкому семантичному діапазоні – від нового, ніби уважнішого осмислення етимологічного значення компонента до прямого його переосмислення за зразком іншого одно – або близько звучного слова (цілого або його частини) чи групи слів. Наприклад:. «*Влада і власність*» – одного кореня, а тому цим силам *влада потрібна заради власності*, яка в країні коштує чимало (ГУ, 2000).

Простежуємо випадки свідомо неправильного «етимологізування» на лексичному рівні – переосмислення лексичного значення слова в цілому:» – *І яку спеціальність він матиме після закінчення*?

– Одну якусь із нових: бакалавра, майстра…

– А що воно таке?

– Як вам сказати?… Бакалавр – це мабуть власник бакалійної лавки. Де різна бакалія продається: сіль, сірники, крупи… А магістр – це бери вище. Напевне, спеціалісти з чорної чи білої магії» (СГ, 2004).

Гра слів на морфемному рівні найчастіше, порівняно з виявами цього семантико-стилістичного явища на інших мовних рівнях, супроводжується графічними видозмінами переосмислюваного компонента, завдяки чому він більше увиразнюється й привертає увагу читача. Емоційної насиченості і смислової увиразненості надає текстові оформлення великими літерами того компонента слова, яке несе домінантне семантико-стилістичне навантаження: «*Картопляна* ЛИХО*манка*») (ГУ, 2004) – графічно виділений компонент конденсує головну тему статті – втрата врожаю картоплі через безгосподарність; «*УРябові пробл*ЕМУ *з м'ясом уже вирішили*» (ВЗ, 2000) – про вирішення проблеми забезпечення м'ясом на фермі у Рябові. Там стали вирощувати страусів ему, що виявилося економічно дуже вигідною справою; «*Обережно*: *тер*МІНА*тори*» (ГУ, 2000) – про проведення операції знешкодження злочинців, які використовували вибухові матеріали; «*Міністерству енергетики* УКАЗ*ано…*» і далі текст: «Указом Президента України затвердженні положення про Міністерство енергетики як центральний орган» (ГУ, 2000).

Часто мовна гра виявляється в застосуванні абревіатури, ініціальних букв, прізвища або його частини як кореневої морфеми для новотвору: *ПроСРНАли* (заголовок) *До речі, про Срну, який взяв і обі..., даруйте, обламався, спочатку не забивши, а потім створивши пенальті. взявся виконувати 11-метровий вирок, коли поруч бразильців було до біса?* (АГ, 2005): Срна – прізвище футболіста-легіонера; А за рік до того нинішній «*ПРОТЕвник*» (Джагіров – ведучий телепередачі «Проте») зазначив, що «Ющенка зараз немовби включили до загальної гри», і вів далі: «Пахани втікають – тільки не з зони, а від зони» (УМ,2004); *ЄЕПнути* польвівський. Попри те, що емоцій було більше, ніж здорового глузду, львівська *антиЄЕПівщина* вкотре засвідчила (особливо для Росії): будь-які кроки Кучми уважно відслідковуються в Галичині (АГ, 2003): ЄЕП – єдина економічна політика.

Помітним явищем у стилістиці газетних є використання такого засобу як *оксиморон* – мовна фігура, в якій поєднується два протилежних за змістом слова, що в сукупності дають нове поняття [1, с.69]. «Старий-новий *Генпрокурор…*» (МГ, 2004,); «*Проблема* нової-старої *влади…*» (ГУ, 2005); «*Війна* за «*проти* всіх…» («Експрес, 2004); «Вільне рабство українських жінок…» (ЛУ, 2004); «*Про* гіркуватий солодкий *пісок*» (ГУ, 2005); «Друзі-вороги. *Хто дихає у потилицю?*» (МГ, 2004); «*Такий* гіркий солодкий *мед…*» (УМ, 2005); «Платно-безплатні *чеські візи обіцяють бути доступними пересічному громадянинові*» («Поступ», 2008).

Активне включення мовної гри в газетні дискурси свідчить про її значні прагматичні можливості, використання яких дозволяє конкретним мас-медіа зберігати і посилювати свою конкурентоспроможність. Подача інформації за допомогою мовної гри сприяє оптимізації інформаційного впливу на того, хто її отримує. В ієрархії функцій мовної гри в дискусійному просторі ЗМІ головна роль належить функції впливу, якій підпорядкована естетична функція, і як похідна від цих функцій, що включає оцінний характер інформації та стилістичну манеру її подачі, виникає світоглядна функція.

Частиною газетного тексту є заголовок, який виконує свої особливі функції: визначаючи тему статті, виокремлює її серед інших; тісно пов'язаний зі змістом матеріалу, виражає головну думку; звертає увагу читача, зацікавлює його і впливає на нього; керує думкою читача. У заголовку часто подається оцінка подій і фактів, про які йдеться у статті. Публіцистичний заголовок не просто називає чи означує тему, він має повідомити про факти, події, сформувати ставлення до нього з боку читача,

передати авторську позицію. На сьогодні газети мають велику кількість структурних моделей заголовків і прийомів їх лексико-фразеологічного вираження.

Публіцистичний заголовок стає своєрідним місцем, де сходяться проблеми, пов'язані з характеристикою сучасної мовної ситуації. Пошук адекватного слова породжує нові моделі заголовків. Оскільки жаргонна лексика в мові сучасної публіцистики виконує оцінну та експресивну функції, сприяє контактовстановленню з читачем, виступає засобом привернення уваги читача, вона досить поширена в газетних заголовках. У заголовках ЖЛ вносить певну кількість експресивності, виступає інтесифікатором тексту. Наприклад: *Як **«розводять»** віруючих* (АГ, 2004); *Народ **«на пушку»** не візьмеш* (УМ, 2004); ***«Полуничка»** для дорослих дядечок* (КВ, 2007).

Публіцистичний заголовок використовує і таку властивість сучасного дискурсу, як установка на стилістичний контраст при явному недотриманні стилістичного узгодження мовних одиниць. Через стилістичний контраст відбувається зведення різних денотативних сфер у певну когнітивну єдність. Контрастні структури при цьому оцінюються як когніції, що сприяють появі нових типів мислення, зокрема іронічного, характерного для наших сучасників: До Верховної Ради прийшли *пахани* (АГ, 2004); Бандитресурсу *«по понятіях»* не буде*?* (УМ, 8.10.05, с.4); *Халявний* стриптиз на Хрещатику (АГ, 2904); *Пішаки* у мери не проходять (Моя газета+, 2002); Як *«мочили»* Софіївку (УМ, 2007).

Важливим стилістичним прийомом, що полягає в сегментації змісту висловлювання на окремі частини – інтонаційно-змістові одиниці, які йдуть одна за одною після роздільної паузи є парцеляція. Наприклад: «Автобусне сполучення… Без проблем!» (КВ, 2002); «Покладаються на себе і – на нову владу» (ГУ, 2005); «Побудував дім, посадив дерево… і багато намалював» (ЛУ, 2002); «Акціонер – це звучить гордо. Аж занадто» («Експрес», 2006).

Як засвідчують приклади, парцеляції зазнають різні компоненти висловлювання, але переважно це поширювачі, які є ремою повідомлення, а з точки зору його змісту вони містять деталізацію, конкретизацію чи роз'яснення – доповнення. Отже, завдяки парцеляції заголовок у газетному матеріалі стисло сигналізує про головне.

Поширеним журналістським прийомом є парцеляція підрядної частини складнопідрядного речення разом із сполучником, який дозволяє домислити головну частину і встановити зміст підрядної. Найчастіше парцелюються з'ясувальні підрядні частини, мети, умови, часу, що пояснюється, очевидно, семантичною прозорістю їх сполучників. Часто цим засобом послуговуються журналісти для оформлення заголовків: «Якщо святковий з вихідним збігається» (ГУ, 2000); «Коли жінки беруться за ніж» («Експрес», 2003,); «Щоб перемога стала очевидною» (УМ, 2005,); «Щоб не пустити «троянського коня» (МГ, 2004) – «троянський кінь» – сучасний комп'ютерний вірус; «Якщо скупатися у «срібному молоці» (ЛУ, 2002,) – «Срібне молоко» – твір В. Шевчука.

Рідше в газетах зустрічаємо парцельовану головну частину: «На людство очікує катастрофа, якщо…» (ЛУ, 2002); «Люди встануть з колін, коли…» («Експрес», 2004).

Отже, актуалізація субстандартної лексики в публіцистиці останніх десятиріч обумовлюється впливом розмовної лексики на публіцистичний стиль, асиміляцією некодифікованого слова в загальний вжиток. Це стає причиною апеляції до лексико-фразеологічної антинорми як основи створення нових прийомів впливу на адресата для досягнення комунікативно-прагматичних завдань.

Список використаних джерел:

1. Костомаров В.Г. Из наблюдений над языком газеты: газетные заголовки / В.Г. Костомаров // Из опыта преподавания русского языка нерусским. – М. : Мысль, 1965. – С. 171-184.

2. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В.Г. Костомаров. – М. : Моск. ун-т, 1971. – 271 с.
3. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – М. : Педагогика-Пресс, 1994. – 247 с.
4. Мороховская Э.Я. Лингвистический статус и функционально-семантические особенности экстенсиональных операторов текста / Э.Я. Мороховская // Текст как важнейшая единица коммуникации (в диахронии и синхронии). – К. : Высш. школа, 1984. – С. 40-48.
5. Огієнко І. Наука про рідномовні обов'язки / Іван Огієнко. – Львів : Фенікс, 1995. – 46 с.
6. Огієнко І. Українська культура. Коротка історія культурного життя українського народу / Іван Огієнко. – К., 1918. – 273 с.
7. Ставицька Л. Українська мова без прикрас / Л. Ставицька // Короткий словник жаргонної лексики української мови. – К. : Критика, 2003. – С. 9-19.

The article analyses the newspaper-publicist discourse as a form of language unit realization, expressive character of newspaper texts. It analyses the special group of oraly verbal phraseologisms, it gives the characteriscit of «language game» as an expressive imstrument. It defines the meanimg of newspaper genres, oxymoron, gives the examples. It also concludes the reasons of apelation to lexicaly phraseological anti normas as a basis of creating new methods of influence at an addressee for reaching communicatively pragmatic tasks.

Key words: discourse, expression, standard, phraseological conjunctions, publicist title, oxymoron, «language game».

Отримано: 13.02.2017 р.