

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

СТИЛЬ І ТЕКСТ



Випуск 15

2014

Свідоцтво про державну реєстрацію видане
Державним комітетом інформаційної політики,
телебачення та радіомовлення України.
Серія КВ № 4299 від 13 червня 2000 року

**Постановами ВАК України наукове видання затверджено
як фахове з філологічних наук та наук із соціальних комунікацій**

Голова редколегії
Володимир Різун, д-р філол. наук

Головний редактор
Наталія Шумарова, д-р філол. наук

Редакційна колегія:

Мамалига А. І., д-р філол. наук (заст. голов. ред.);
Пономарів О. Д., д-р філол. наук (заст. голов. ред.); **Гоян О. Я.**,
д-р філол. наук; **Сидоренко Н. М.**, д-р філол. наук; **Шевченко В. Е.**,
канд. філол. наук

Відповідальний секретар
Ніна Вернигора,
канд. наук із соц. комунік.

*Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка
(протокол № 4 від 10 листопада 2014 р.)*

Стиль і текст : науковий збірник / за ред. В. В. Різун ; Інститут журналістики КНУ
імені Тараса Шевченка. – К., 2014. – Вип. 15. – 242 с.

У збірнику вміщено матеріали, що присвячені проблемам функціонування
української мови в медійних текстах.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів та журналістів.

Електронну версію наукового фахового видання передано:
до Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського на депозитарне
зберігання та для представлення на порталі наукової періодики України. Див.:
<http://www.nbuv.gov.ua> (**Наукова періодика України**);
до бібліотеки ім. М. Максимовича КНУ імені Тараса Шевченка для розмі-
щення на сайті (див.: <http://www.library.univ.kiev.ua>);
до бібліотеки Інституту журналістики для розміщення на сайті (див.:
<http://www.journlib.univ.kiev.ua>);
до електронної бібліотеки Інституту журналістики (див.: <http://journ.univ.kiev.ua>).

© Інститут журналістики, 2014

ЗМІСТ

Випуск 15 2014

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

- Чернявська Л.** Соціопросторові параметри
медіакритичного дискурсу 7
- Башук А.** Специфіка стратегії дискредитації
в політичному мовленні 16
- Хоменко І.** Соціальнокомунікаційний і соціолінгвістичний
аспекти прогностичного потенціалу радіодрами 29
- Гінзбург М.** Щодо вживання дієприслівників
у фахових текстах 41
- Шумарова Н.** Концепт «радість»
в інтерпретації студентської аудиторії 51
- Федоренко О.** Потенціал інтерактивних методів навчання
у формуванні журналістської компетенції 59
- Балаклицький М.** Перекладацька діяльність
у книжковій публіцистиці українських протестантів 68

СТИЛІСТИЧНІ КАТЕГОРІЇ

- Навальна М.** Конфесійна лексика
в мові інтернет-видання «Українська правда» 79
- Мариненко І.** Мовностилістичні засоби творення
комічного в гуморі Євромайдану 88
- Фіголь Н.** Роль редактора в підготовці мовностилістичного
наповнення електронного навчального видання 99
- Віщук О.** Робота редактора над стилем дитячих текстів . . . 107
- Чепурняк Т.** Редакторські аспекти праці Володимира Підпалого . . 117



ЖАНРОВА СПЕЦИФІКА

- Бикова О.** Комунікаційні параметри модифікацій на теренах репортажу в сучасній пресі 126
- Носова Б.** Метафора як окреслення культурного простору інтелектуала в есеях О. Забужко «З мапи книг і людей» . . . 136
- Нагорняк М.** Синтаксичні конструкції в текстах новин інтернет-радіостанцій 147
- Баранецька А.** Соціально-демографічні характеристики аудиторії як чинник реценції емоційного змісту медіатексту . . 157
- Колупаєва О.** Особливості композиції та архітектоніки фейлетону (на матеріалі збірки Остапа Вишні «Лицем до села») . . 167
- Консевич О.** Тематика матеріалів про Україну у польських громадсько-політичних тижневиках 174
- Павлюх М.** Жанрові та стилеві особливості жіночого видання «Мета» 183

КОНФЕРЕНЦІЇ, НАРАДИ, СЕМІНАРИ

- Товстоліс Ю.** Дефініція поняття «інтелектуальна преса» в теорії соціальних комунікацій 193
- Малафей М.** Лексичні новотвори як репрезентанти новітніх політичних подій (на матеріалі мовлення Євромайдану) 202
- Мордюк А.** Проблема дотримання орфоепічних норм у новинних програмах на українському телебаченні 211
- Драган-Іванець Н.** Паралінгвістичні засоби креолізованого інтернет-тексту 222
- Циховська Е.** «Суспільство спектаклю»: перспективи та загрози сучасних ЗМІ 231



CONTENT

Issue 15 2014

THEORETICAL ISSUES

- Chernyavska Lyudmyla.** The social spatial parameters of media critical discourse 7
- Bashuk Alla.** Specificity of discredit strategy in political speech 16
- Khomenko Ilya.** Socio-communication and sociolinguistic aspects of prognostic potential of radio drama 29
- Ginzburg Mykhailo.** About usage of adverbial participles in special texts 41
- Shumarova Nataliya.** Concept «joy» through the eyes of student audience 51
- Fedorenko Olha.** The potential of team working in formation of journalists' competence 59
- Balaklytskyi Maksym.** Translation activities in book journalism of the Ukrainian protestants 68

STYLISTIC CATEGORIES

- Navalna Maryna.** Confessional vocabulary in the language of Internet edition «Ukrainska pravda» 79
- Marynenko Iryna.** Linguistic and stylistic means of creation of comic humor of Euromaidan 88
- Fihol Nadiya.** A role of editor in preparation of linguistic and stylistic filling of electronic educational edition 99
- Vishchuk Oksana.** Editor's work at the style of children's texts . . 107
- Chepurnyak Tetyana.** Editorial aspects of the work of Volodymyr Pidpalyi 117



GENRE SPECIFICITY

- Bykova Olha.** Communicational parameters of modifications in the modern press reportage 126
- Nosova Bogdana.** The metaphor as a designation of the cultural space of an intellectual in O. Zabuzhko's Essays «From the Map of Books and People» 136
- Nahornyak Maya.** The syntactic structures in the news texts of Internet radio stations 147
- Baranetska Alla.** Socio-demographic characteristics of the audience as a factor of perception of emotional content of the media text 157
- Kolupayeva Olena.** Compositional and architectonic peculiarities of the feuilleton (on the basis of «Facing the village» by Ostap Vyshnya) 167
- Konsevych Olha.** The themes of materials about Ukraine in the Polish socio-political weeklies 174
- Pavlyukh Mariya.** Genre and stylistic features of the women's edition «Meta»/«Purpose» 183

CONFERENCES, MEETINGS, SEMINARS

- Tovstolis Yuliya.** Definition of the term «intellectual press» in the theory of social communication 193
- Malafei Mariya.** Lexical neologisms as the representatives of the latest political events (based on the language of Euromaidan) 202
- Mordyuk Alina.** The problem of compliance of norms of pronunciation in the news programs on the Ukrainian television 211
- Dragan-Ivanets Nataliya.** Paralinguistic facilities in creolized internet text 222
- Tsykhovska Elina** «Society of the performance»: prospects and threats of the modern media 231



ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

Людмила Чернявська,
канд. філол. наук

УДК 316.77: 004.422.86

Соціопросторові параметри медіакритичного дискурсу

У дослідженні проаналізовано медіакритичний дискурс в Україні та особливості його розвитку, а також визначено соціопросторові параметри медіакритики. Медіакритика постає в контексті сучасного медійного дискурсу, який набуває трансформації під час нових соціальних рухів, пов'язаних із демократизацією суспільства та євроінтеграційними кроками. Українські медіа пропонують інформаційний продукт різного рівня, медіакритика покликана дати його оцінку та запропонувати конструктивний критичний текст, що сприятиме позитивним змінам у галузі, зокрема йдеться про створення для масового споживача медійного продукту, який повинен замінити заангажовану картину світу, продуктовану російськими медіа. Медіакритика як сфера творення медіаспоживача в системі соціального конструювання національного простору потребує осмислення шляхів її розвитку та подальших перспектив.

Ключові слова: соціальний простір, медіакритичний дискурс, медіакритика, медіафілософія, медіаосвіта.

Вступ. Формування національної картини світу, що закріплюється в мові та менталітеті, відбувається за допомогою мас-медіа, мистецтва. Сенси продукуються соціальними інститутами, що відповідають за творення національних світів. Журналістика, виконуючи функції герменевтики в суспільстві, є потужним джерелом кристалізації громадської думки. Це стосується й актуальних соціопросторових аспектів глобалізації та регіоналізації, щодо яких медіа пропонують тексти, котрі мають на меті пояснити ці концепції й зорієнтувати суспільство. Медіакритичний дискурс реагує на сучасний продукт медіа, оцінює його, визначає критерії діяльності, шляхи розвитку тощо. Це оцінювання пов'язане також із соціопросторовими параметрами, наприклад, із констатацією явищ медіатизації медіапростору, формуванням та розвитком віртуального простору та зміною ролі медіа в цих процесах.

«Простори дії» є однією з актуальних проблем соціальної географії німецької та англосаксонської традицій, як констатує Б. Верлен, зауважуючи, що «просторовий вимір має значення для соціальної реальності, навіть коли, як я стверджую, «простір» не є об'єктом або причиною» [1, с. 29]. Актуальна проблема глобалізації постає також у системі часово-просторових координат суспільного буття. Традиційно популярна наукова проблема творення національної картини



світу великою мірою корелюється із соціопросторовими параметрами. Їх актуалізація відбувається в сучасному науковому дискурсі, при-міром, російський соціолог Д. Замятін зазначає, що поняття співпросторовості, яке свого часу виокремилось у науці, було замінене поняттям сучасності. Отже, на думку дослідника, «ідеологічна ситуація початку ХХІ століття сприяє його відродженню і потенційно активному використанню з метою виявлення можливих умов когнітивної побудови взаємодіючих міждискурсивних та міжцивілізаційних просторів» [2, с. 22]. Соціопросторовий характер дискурсивної діяльності відзначено в роботах Р. Барта, Ю. Кристевої, М. Фуко, в яких простежено соціопросторовий характер поняття дискурсу як системи соціальної взаємодії, пов'язаної з продукуванням і ретрансляцією смислів. Отже, дискурс є соціальною практикою, інституалізованою діяльністю. Медіакритичний дискурс отримує власні соціопросторові параметри, що відображають долученість медіакритики як соціального інституту до процесу взаємодії медіа і соціуму.

Традиційно вивчення медіа відбувається за двома основними підходами: культурологічним та комунікаційним (німецька школа – Г. Крузер та Е. Ноель-Нойман, канадська школа – М. Маклюен, Г. А. Інніс, французька – М. Дебре, американська – Н. Постмен та інші). Медіакритичні видання з'являються у ХХ ст. У США Дж. Селдес заснував перший регулярний журнал з медіакритики в 1940 р. (як вказує Н. Соломон [3]). Медіакритичний дискурс виокремлюється із медіадосліджень, зважаючи на потребу критичного аналізу роботи медіа в системі соціальної взаємодії.

Український медіакритичний дискурс як тип соціального простору розглядався в контексті медіаекології (львівська школа: Б. Потятиник, Н. Габор), журналістської діяльності (І. Михайлин), медіаконунікації (В. Різун), медіакультури (Н. Зражевська). Ці та інші дослідження пропонують погляд на медіакритичне поле журналістики, а тим часом виникає потреба визначення співвідношення медійного простору із його критичним оцінюванням у соціопросторових параметрах.

Це зумовило мету нашого дослідження, що передбачає реалізацію таких завдань: систематизація спроб теоретичного осмислення медіакритичного дискурсу в Україні; окреслення соціального простору в медіакритичному вимірі соціальних комунікацій.

Методи дослідження. Автор користується загальнонауковими методами синтезу й аналізу, що передбачають роботу із міждисциплінним поняттям соціального простору як основою дискурсивних практик. Системний підхід дає змогу простежити термінологічну си-

стему дискурсу як типу соціального простору, а також окреслити особливості медіакритичного дискурсу в Україні. Елементи дискурс-аналізу представлено для ілюстрування тенденцій в українському медіакритичному дискурсі.

Результати й обговорення. Реалією сучасної медійної дійсності є зміна способів доставки медіапродукту: поряд із традиційними друкованими й електронними виданнями (газети, журнали, книжкова продукція, телебачення, радіо) інтернет пропонує свої послуги презентації медіапродукту. Водночас відбувається переформатування відносин реципієнта й ЗМІ, коли реципієнт стає споживачем. Як зазначає В. Різун, «образно кажучи, редакція повинна своєму медіакористувачеві давати “інструкцію для правильного користування медіапродуктом”» [4, с. 5]. Така інструкція повинна підвищувати медіаграмотність аудиторії, а також впливати на соціальне конструювання й на поле соціокультурного виробництва. Підвищення критичності аудиторії щодо сприйняття медіапродукту є одним із завдань медіакритики, воно визначає спроби селекції медіакритичного дискурсу.

Львівська школа медіаекології розпочала свою роботу в рамках Інституту медіаекології у 1999 р., пропонуючи спеціалізоване видання «Медіакритика». Б. Потятиник вербалізував ієрархію медіаекології, яка становить собою трирівневу структуру: вищим рівнем є філософія масової комунікації (медіафілософія); наступним рівнем – галузі медіаосвіти (медіаграмотності), медіапедагогіки; третій рівень – медіакритика [5]. Кожна з галузей, маючи ієрархічну структуру, постає в тісних взаємозв'язках. Цей факт констатує дослідниця медіакультури Н. Зражевська: «Вітчизняна медіакритика межує з медіаграмотністю, але поступово виходить на глибоку медіафілософію, на вивчення проблеми медіакультури загалом. Слід зазначити, що українська медіатеорія не втрачає зв'язків із критикою і з проблемами соціальних комунікацій, як це сталося, наприклад, у Росії» [6, с. 5]. Отже, запропонована Б. Потятиником схема реалізується в Україні за кожним із напрямів – розвиток медіафілософії (дослідження Інституту медіаекології ЛНУ імені Івана Франка), медіаосвіти і медіапедагогіки («Концепція впровадження медіаосвіти в Україні» до 2020 р., розроблена Інститутом соціальної та політичної психології НАПН України), медіакритики, що реалізується в низці українських видань.

Медіакритика є частиною журналістики, близькою до публіцистики. Про медіакритику як складник журналістики говорить, наприклад, І. Михайлин у виданні «Журналістика як всесвіт. Вибрані



медіадослідження». Перший розділ «Теорія журналістики та медіакритика» присвячений осмисленню потреби в соціально відповідальній журналістиці. Ми можемо констатувати в медіакритичному дискурсі тему журналістської професії як громадської місії в суспільстві, представлені різними типами виступів: від констатації необхідності оздоровлення професії до емоційних оцінок і публіцистичних закликів. Ці виступи коментує О. Довженко: «Чим бідніша країна, тим більше в медіакритиці пафосу та намагання врятувати світ. Чим багатша, тим більше тонкої іронії та спроб розважити публіку» [7]. Власне, треба усвідомлювати ситуацію із медіакритикою в Україні. Медіакритика в західному (М. Маклюен, Н. Постман та ін.) і російському (В. Учюнова) варіантах часто ототожнена із публіцистикою, в українській дійсності простежується різниця цих інформаційних потоків, проте вони мають точки дотику. Український інформаційний продукт не завжди готовий конкурувати з іноземними зразками, наприклад, російський ЗМІ має відмінні від українських реалій особливості соціокультурної, економічної, політичної організації життєвого простору і чинить вплив на українського глядача, формуючи викривлену картину світу. Медіакритика ставить проблему потреби у власному інформаційному продукті, що відтворює українську національну ідентичність, а також актуалізує необхідність протистояння російському медіапродукту (приклади медіакритичних виступів різних видань: <http://www.theinsider.ua/art/sered-ulyublenikh-serialiv-ukrayintsiv-glukhar-roksolana-ta-menti/>; http://dusia.telekritika.ua/novosti/24993/_2_2_ubral_iz_jefira_soldaty_i_eshhe_14_rossijskih_serialov_pro_smersh_i_spetsnaz; <http://www.unian.ua/politics/914025-grupa-11-media-vidmovlyaetsya-vid-pokazu-kontentu-scho-vihvalyae-spetspriznachentsiv-ta-zbroyni-sili-rf.html>).

Потреба у вихованні уважного споживача інформації ставить відповідні завдання перед медіакритикою в системі соціального конструювання національного простору. Водночас констатація необхідності розвитку української галузі медіавиробництва потрібна для усвідомлення і відкриває перспективи розвитку. Приміром, Г. Почепцов, характеризуючи російські канали, зазначає, що вони торгують віртуальними страхами, відвертаючи увагу аудиторії від реальних проблем, а також пропонують картину світу, яка будується на основі двох світів: російського та радянського. Для формування власної картини світу Україні варто звернути увагу на національні особливості, які можна експлуатувати у фільмах, серіалах, книжках, іграх, а також створити власного позитивного героя, який має бути, на думку дослідника, благородним інтелектуалом [8]. Спробу залучити укра-



їнський простір до сфери ігор здійснено у грі «Майдан» (з Євромайдану зробили онлайн-гру – <http://ukr-net.info/evromajdanu-zrobyly-onlajn/>). Соціопросторовий концепт «Майдан» набуває своїх форм освоєння медійного простору, наприклад, письменник А. Курков заявляє про плани видання книжки про Євромайдан (http://espresso.tv/news/2014/04/08/kurkov_zbyrayetsya_vydaty_knyzhku_pro_yevromaydan). Вона буде орієнтуватися на закордонного читача.

Значно глибший аналіз частки російського продукту та причин його «популярності» в українських каналах пропонує «Espresso.tv», публікуючи цей матеріал і на сайті «Телекритики» (Телебачення – головний диктатор в Україні. – 2014. – 5 квіт. – URL: <http://www.telekritika.ua/daidzhest/2014-04-05/92352>). Пропонується шлях виходу із ситуації, що склалася: «Проявити політичну волю, змінити Нацраду, переформатувати Зеонбуд таким чином, щоби вартість його послуг знизилася до ринкової, а монополізм не використовувався для цензури. Безумовно, треба провести новий конкурс, враховуючи, що відповідно до законодавства ті канали, які продовжують вести аналогове мовлення, повинні залишитися і в цифровому. Це зменшить кількість каналів і своїм чином хоч якось допоможе рекламному ринку. Знайти консенсус і з політиками, і з суспільством можна. Але для цього архітектори цієї цензурно-олігархічної монополії повинні бути відсунуті від впливу на політичні процеси через корупційний медійний тиск». Цей матеріал оперує політичним та медійним просторами як типами соціального простору, виходячи на рівень культурного поля, яке позначається впливами соціально-політичного конструювання.

Серед досліджень медіакритики цікавими є напрацювання О. Короченського. Російський дослідник пропонує поділ медіакритики на три типи: академічну, професійну (чи цехову) та масову [9]. Проте ця класифікація, на думку О. Довженка, не відповідає реаліям української дійсності. Так звана академічна медіакритика не має впливу на розвиток галузі, оскільки спеціалісти не прагнуть ознайомлюватися з науковим аналізом і оцінками, тому їй не варто виокремлювати як реально існуючий різновид. «Масова» не має власне ознак масовості, розвивається в блогах та інтернет-виданнях, тому широкої аудиторії їй бракує. Лише професійна медіакритика набуває розвитку в спеціалізованих виданнях: у групі видань «Телекритика», журналі Національної спілки журналістів «Журналіст України», газетах «Дзеркало тижня» та «День», окремих інтернет-виданнях іншої спеціалізації (Медіабізнес», «Медіаняня», «Рекламастер», Sostav.ua). На думку О. Довженка, медіакритика отримує перспективи розвитку



саме в інтернет-виданнях [10]. Саме вони стають основою для отримання відомостей на запит споживача, схильного обирати потрібну інформацію. Сайт «Телекритика» певний час регулярно публікував матеріали О. Довженка, в яких одночасно дається аналіз, інтерпретація та оцінка подій на телеринку.

Проте українська медіакритика постає не лише у варіанті пафосно-публіцистичного дискурсу чи власне оцінного, це також ще й іронічний дискурс, спрямований на мислячу аудиторію, яка прагне віднайти вербалізований варіант інтелектуального освоєння медіа та висловити власний досвід у медіакритичних творах, наприклад, такими були фейлетони М. Бриниха на сайтах «Телекритика», «ІнфоПорн». Медіакритичний дискурс автора позначений іронічністю, грою зі стереотипами, парадоксальним мисленням. Для нього характерним є використання віртуального простору з умовними територіальними образами (наприклад, матеріал із сайту «ІнфоПорн» «Валаамова церква й ослина журналістика» (01.10.2012)), соціокультурні прикмети дійсності теж постають у формі просторових образів, розглядаються проблеми медіатизованого простору (репрезентація в медіа соціокультурних координат «місця»). У його творах присутній ефект геронтропії – змішування в одному просторі різних ландшафтів, коли автор пропонує оригінальні коди, які наділяють текст новими смислами.

Медіакритичний дискурс видання «Телекритика», реалізований в авторському варіанті матеріалів І. Долженкової, містить оцінку телевізійного медіапродукту, в якому поле тележурналістики постає в системі соціопросторових вимірів: частіше – загальноукраїнських, рідше – глобальних, локальних, регіональних. Наприклад, матеріал авторки «Перемир'я під «Прицілом» завершилося розгоном Майдану» (19.02.2014), який передбачає суспільний контекст оцінки медіапродукту за певний період із залученням концепту Майдану, явища соціопросторового, соціокультурного, соціополітичного, національного.

Звісно, під час розгляду соціопросторових координат медіакритичного дискурсу варто розрізняти дискурс у просторі (адже суспільство творить свою картину світу в певному просторі й мова постає в конкретному соціогеографічному вияві) та дискурс простору. До останнього варто зарахувати стереотипні уявлення поділу України на схід і захід, які заважають консолідації українського суспільства. Ці стереотипи часто продукуються ЗМІ, й завданням медіакритики є не лише оцінити медіапродукт, а й виявити шкідливі смисли, породжувані медіа. Потужні можливості ЗМК в процесах соціального



конструювання мають отримувати належне поцінування в медіакритичному дискурсі, що сприятиме конструктивному розвитку медіагалузі.

Висновки. Медіакритичний дискурс визначає сьогодні свою аудиторію як виробників і розповсюджувачів медіапродукту. Вона слабо орієнтована на масового читача, й цей сегмент медіакритики (масова) представлений переважно в блогосфері. Соціальні процеси взаємодії широко реалізуються в інтернет-просторі. Це дає додаткові можливості для активного розвитку соціального виробництва.

Система медіаекології, визначена Б. Потятиником, і сьогодні залишається моделлю соціальної взаємодії в медіагалузі. Пошук адекватної парадигми медіакритики в Україні вимагає осмислення її наукових основ (медіафілософії) та впровадження запланованих заходів щодо медіаосвіти суспільства (мета – свідоме споживання медіапродукту), адже стратегії медіакритичного дискурсу відображають загальний соціополітичний та соціокультурний дискурси українського суспільства. Зміни на ментальному рівні відбуваються з осмисленням нових соціопросторових реалій, пов'язаних із медіатизацією суспільства, виникненням нових соціопросторових явищ.

Соціопросторові параметри медіакритичного дискурсу передбачають постановку питання про наявність власного медіапродукту, здатного конкурувати з популярними в Україні російськими зразками. Медіапродукт сусідньої держави викривлює українську національну картину світу й своєрідним чином забруднює інформаційний простір. Соціальне конструювання національного простору має стати одним із пріоритетних завдань медіадискурсу, хоча українські видання роблять певні кроки в цьому напрямі.

Політичне та медійне поле як форми символічного капіталу мають ґрунтуватися на демократичних засадах, а українські медіа ще повинні вибрати модель співвідношення соціально-політичних та медійних систем. Здійснення цих процесів має корелювати медіакритика.

Перспективним напрямом розвитку української медіакритики має стати масова медіакритика, що сприятиме вихованню споживача та розвитку в нього критичного мислення, вміння протистояти патогенним впливам медіа, розрізняти маніпулятивні прийоми. Медіакритичний дискурс повинен будуватися за прикладом «відповідального автора» (як аналог відповідального медіа), активного учасника соціального конструювання.

1. Верлен Б. Общество, действие и пространство. Альтернативная социальная география / пер. С. П. Баньковской // Социологическое обозрение. – 2001. – Т. 1. – № 2. – С. 25–47.



2. *Замятин Д.* Геоспациализм: онтологическая динамика пространственных образов // Социальное обозрение. – 2011. – Т. 10. – № 3. – С. 21–28.

3. *Solomon N.* Why We Need Media Critics Who Are Fiercely Independent [Електронний ресурс] // Truthout. Norman Solomon's Blog. – 15.04.2014. – URL: <http://www.truth-out.org/news/item/23104-why-we-need-media-critics-who-are-fiercely-independent>.

4. *Різуна В.* Начерки до методології досліджень соціальних комунікацій [Електронний ресурс] // [Наукова сторінка професора Володимира Різуна] / Інститут журналістики. – К., 2011. – URL: http://journalib.univ.kiev.ua/Nacherky_do_metodologiyi.pdf.

5. *Потятиник Б.* Медіа: ключі до розуміння / Б. Потятиник. – Львів : ПАІС, 2004. – 312 с. – (Медіакритика).

6. *Зражевська Н.* Феномен медіакультури у сфері соціальних комунікацій : автореф. дис. ... д-ра наук із соц. комунік. : 27.00.01 «Теорія та історія соціальних комунікацій» / Н. Зражевська. – К., 2012. – 20 с.

7. *Довженко О.* Медіакритика в Україні: недоросла і недооцінена [Електронний ресурс] // Mediasapiens. – 08.11.2010. – URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/mediakritika-v-ukrayini-nedorosla-y-nedoocinena>.

8. *Сырчина М.* Георгий Почепцов: «Украине нужен свой массовый герой книг и фильмов, без которого не бывает ни одной сильной нации» [Електронний ресурс] // Телекритика. – 30.03.2014. – URL: <http://www.telekritika.ua/daidzhest/2014-03-30/92099>.

9. *Короченский А.* Регулятивная роль медиакритики // Саморегулирование журналистского сообщества. Опыт. Проблемы. Перспективы становления в России. – М. : Галерея, 2004. – С. 135–147.

10. *Яриш О.* Отар Довженко: «Чим бідніша країна, тим більше в її медіакритиці намагання врятувати світ» [Електронний ресурс] // Медіакритика. – 2013. – 2 жовт. – URL: <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuyut-media/otardovzhenko-chym-bidnisha-krayina-tym-bilshe-v-yiyi-mediakrytytsi-namahan-vryatuvaty-svit.html>.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Chernyavska Lyudmyla

The social spatial parameters of media critical discourse

The aim of the research is the analysis of critical media discourse in Ukraine and the characteristics of its development, as well as determining the socio spatial parameters of media criticism. Media criticism is represented in the context of contemporary media discourse, which becomes transformation in the new social movements related to democratization and Euro-integration steps. The Ukrainian media propose the information products of different level. Media criticism is designed to give its assessment and propose the constructive critical text that will promote the media, in particular the creation of a media product for the mass market, which should replace the prejudiced view of the world, produced by the Russian media. Media criticism as the sphere of creating of media consumer in the system of social construction of national space requires understanding of the ways of its development and future prospects.

Keywords: social space, media critical discourse, media criticism, media philosophy, media education.

Чернявская Людмила

Социопропространственные параметры медиакритического дискурса

В исследовании проанализирован медиакритический дискурс в Украине и особенности его развития, а также определены социопропространственные параметры медиакритики. Медиакритика рассматривается в контексте медийного дискурса, который трансформируется во время новых социальных движений, связанных с демократизацией общества и евроинтеграционными шагами. Украинские медиа предлагают различный информационный продукт, медиакритика дает его оценку и предлагает конструктивный критический текст, который должен способствовать позитивным изменениям отрасли, в частности, речь идет о создании для массового потребителя медийного продукта, который должен заменить заангажированную картину мира, продуцированную российскими медиа. Медиакритика как сфера формирования медиапотребителя в системе социального конструирования национального пространства требует осмысления путей ее развития и дальнейших перспектив.

Ключевые слова: социальное пространство, медиакритический дискурс, медиакритика, медиафилософия, медиаобразование.



Алла Башук,
канд. філол. наук

УДК 316.776: 81'276.6:32.019.51

Специфіка стратегії дискредитації в політичному мовленні

У статті розглядається специфіка стратегії дискредитації в політичному мовленні, зокрема в міжнародних політичних комунікаціях, на прикладі промови М. Саакашвілі на 68-й сесії Генеральної Асамблеї ООН (25.09.2013). Аналізуються шляхи реалізації означеної стратегії за допомогою мовленнєвих тактик і комунікативних ходів. Визначено, що стратегія дискредитації є глобальною стратегією у сфері мовленнєвого впливу та широко вживаною в політичному дискурсі. Промова президента Грузії базується на мовленнєвій стратегії дискредитації, що реалізується за допомогою тактики звинувачення, найуживанішої у міжнародній політичній комунікації порівняно з тактиками образи, знущання чи насмішки. Основні комунікативні ходи: протиставлення базових понять «ми» – «вони» та критика ВОНИ-групи, що охоплює добір фактів, а також їх оцінку.

Ключові слова: політичний дискурс, комунікативна стратегія, мовленнєва тактика, стратегія дискредитації.

Вступ. Політична боротьба має специфічне віддзеркалення в інформаційно-комунікаційній площині, де мовленнєве планування досягає рівня технологій, сприяючи змінам і перетворенню політичної дійсності. Будь-яка комунікативна стратегія політика ґрунтується на пріоритеті власних інтересів, спрямованих на корекцію моделі світу адресата. Стратегічний підхід до політичних комунікацій є **актуальним** напрямом досліджень у різних галузях знання, зокрема в мовознавстві, політології, соціології, політичній психології, соціальних комунікаціях, що пов'язано із трансформаціями сучасної цивілізаційної моделі, насамперед зі змінами у політичній, соціальній, медійній сферах, з удосконаленням гуманітарних технологій. Різні аспекти означеної проблеми розглядають Т. ван Дейк, В. Кінч, О. Іссерс, О. Паршина, Ф. Бацевич (лінгвістичний аспект комунікативних стратегій і тактик), О. Шейгал (семіотичний аспект політичного дискурсу), Г. Почепцов (аспект прикладних соціально-комунікативних технологій) та ін.

У широкому значенні під *стратегією*, за ван Дейком, будемо розуміти наявність певної загальної інструкції для кожної конкретної інтерпретаційної ситуації [1, с. 10]. Це характеристика когнітивного плану, що оптимізує співвідношення цілей та гнучких і локально керованих засобів їх досягнення. Єдиної типології комунікативних стратегій наразі немає, що пов'язано, зокрема, зі складністю знаход-

ження єдиної підстави для класифікації. Т. ван Дейк виокремлює текстові та контекстуальні стратегії для урахування зв'язку зовнішньої та внутрішньої інформації. Розрізняє також стратегії мовця й адресата, соціокультурні та мовленнєві, макро- і мікстратегії, стратегії вироблення дискурсу, розуміння, риторичні, семантичні, синтаксичні, схематичні [1].

Щодо мовленнєвої стратегії, то, за О. Іссерс, це сукупність мовленнєвих дій, спрямованих на вирішення загального комунікативного завдання («глобального наміру» у Т. ван Дейка) [2, с. 109]. Практичним інструментарієм мовця є мовленнєва тактика: одна чи кілька дій, що сприяють реалізації стратегії. Динамічний характер її забезпечує гнучкість стратегії, оперативне реагування на ситуацію. *Комунікативна мета і комунікативна компетенція* (терміни Ф. Бацевича, розглядаються ним як складники стратегій спілкування [3, с. 120]) мотивують тактичний вибір семантичних, прагматичних, стилістичних, риторичних аспектів мовленнєвих дій.

Остаточною метою будь-якої мовленнєвої стратегії є корекція моделі світу адресата, що пов'язано із проблемою мовленнєвого впливу. У широкому розумінні комунікація тією чи тією мірою передбачає вплив, але деякі типи дискурсу надзвичайно яскраво маркуються функцією переконання та інтерпретації, що стосується, зокрема, політичного мовлення.

Мета дослідження – виявити специфіку реалізації та ефективність мовленнєвої стратегії дискредитації у промовах сучасних політиків на рівні міжнародних політичних комунікацій. Актуальною видається промова Міхаїла Саакашвілі на 68-й сесії Генеральної Асамблеї ООН (25.09.2013) [4], що визначається кількома чинниками. По-перше, актуалізується текст звернення президента Грузії до міжнародної спільноти у зв'язку із військово-політичними подіями 2014 р. у Криму та на Сході України, що їх експерти порівнюють із «грузинським сценарієм» Росії, внаслідок чого значну частину території Грузії було окуповано. По-друге, виступ мав великий резонанс на пострадянському просторі та безпосередньо в Грузії. Приміром, після повернення зі США прихильники зустріли Саакашвілі в аеропорту Тбілісі на знак підтримки, де глава держави теж висловив критику щодо політики Росії. За його словами, впродовж усього президентського терміну його ніколи не зустрічали та не проводжали в аеропорту [5]. Агентство «РИА Новості» й собі відібрало найскандальніші виступи політиків, що пролунали з трибуни асамблеї з 2006 по 2013 рр. [6]. М. Саакашвілі потрапив до списку двічі: із промовами 2011 та 2013 рр. По-третє, це останній виступ грузинського по-



літика з трибуни ООН як президента Грузії: відповідно до Конституції країни, М. Саакашвілі, якого двічі обирали президентом, не може більше балотуватися на цю посаду. Крім того, досвідченого політика, відомого своїми ексцентричними вчинками та промовами, можна назвати вмілим PR-фахівцем, який неодноразово створював інформаційні приводи, зокрема для міжнародного порядку денного. Не стала винятком і означена «прощальна» промова, яка окреслює коло проблем, актуальних для подальшої політичної кар'єри М. Саакашвілі. 27 жовтня 2013 р., у день проведення першого туру президентських виборів, колишній лідер Грузії повідомив журналістам, запрошеним до власної квартири після голосування, що має намір залишитись у політиці та боротися за свободу і незалежність своєї країни [7].

Методи дослідження. Основним методом дослідження є описовий метод, що передбачає спостереження, зіставлення, узагальнення та інтерпретацію отриманих фактів. Використано також загальнонаукові методи фокусування, індукції та дедукції, систематизації, спеціальні наукові прийоми лінгвістичного аналізу тексту. Стратегічний підхід передбачає не послідовний аналіз – від семантики до прагматики, а комплексний опис; орієнтується на функціональність, багаторівневість лінгвістичного аналізу і паралельність процесів обробки інформації.

Результати й обговорення. Стратегія дискредитації є глобальною стратегією у сфері мовленнєвого впливу та широко вживаною у політичному дискурсі. Мета мовленнєвих дій у такому випадку безпосередньо визначається поняттям «дискредитація» – «підрив довіри до кого-, чого-небудь; применшення авторитету, значення когось, чогось» [8]. Такі дії позначаються відповідними лексичними одиницями, як *образити* (образ), *знущатися* (знущання), *насміхатися* (насмішка), *звинуватити* (звинувачення) [2, с. 161]. Зауважимо, що в мовленнєвій поведінці сучасної політичної еліти використовуються переважно тактики звинувачення та образи, тимчасом як взагалі у політичному дискурсі, надто під час передвиборчої кампанії, представлена вся палітра тактик стратегії дискредитації, на якій ґрунтуються так звані «брудні технології» боротьби за владу. На думку О. Паршиної, стратегія дискредитації передбачає публічність мовленнєвих дій та розрахована здебільшого на реакцію спостерігачів (учасників політичної ситуації, виборців, світову спільноту тощо), хоча у випадку безпосередньої присутності політичного опонента може бути спрямована саме на нього (ток-шоу, теледебати), тоді йдеться про різновид стратегії дискредитації – стратегію нападу [9, с. 85]. Наприклад, напад – переважна стратегія мовленнєвої поведінки українського політика О. Ляшка та російського політика В. Жириновського.

Не зупиняючись детально на аналізі контекстуальних стратегій, які апелюють до соціополітичного контексту мовлення, зазначимо, що ці стратегії безпосередньо мотивують вибір мовленнєвих стратегій. Контекст комунікативної ситуації, обраної для дослідження, визначається також просторовими і часовими параметрами. Генеральна Асамблея ООН представляє всі держави-члени міжнародної організації, незалежно від кількості делегатів, що обмежується певними вимогами, й території країни, та наділяє кожну державу одним голосом. Щорічні сесії Асамблеї відбуваються з кінця вересня щороку, а у випадку загострення міжнародних відносин на вимогу Ради Безпеки чи більшості членів ООН можуть скликатися надзвичайні сесії. Той, хто виступає на щорічній сесії від імені конкретної держави, так чи інакше реалізує контекстуальну *стратегію представлення інтересів певної країни*. Політична риторика стосується питань загальної безпеки, розвитку дружніх відносин між націями, вирішення міжнародних проблем економічного, соціального, культурного і гуманітарного характеру, що відповідає основним цілям ООН, задекларованим у Статуті (1945 р.). Тому прогнозовано, що промова М. Саакашвілі визначається *концептом Грузії*, якому підпорядковані всі мовленнєві стратегії. Особливу увагу вона привертає в контексті завершення епохи Саакашвілі, який ініціював вдалі реформи в країні, що сприяли невідворотним позитивним змінам, поліпшили імідж Грузії на міжнародній арені. Проте він все одно зазнав критики багатьох експертів, публіцистів, частини грузинського населення щодо військового протистояння в конфлікті з Росією 2008 р., внаслідок чого Грузія втратила території Південної Осетії та Абхазії. М. Саакашвілі вкотре нагадує світовій спільноті про проблему окупації країни Росією та просить підтримки, що в цій ситуації є символічним кроком, який не передбачає конкретних дій у короткостроковій перспективі: «*I came here in the name of Georgian people to ask EU international community to react strongly to this aggression. And to help us to put end to the Russian annexation of our lands*» (*Я прийшов сюди від імені народу Грузії з проханням до міжнародного співтовариства ЄС рішуче реагувати на цю агресію. І допомогти нам покласти край російській анексії наших земель*).

Зазначимо, що більшість офіційних жанрів політичного дискурсу передбачають регламентовані закони поведінки в кожній конкретній мовленнєвій ситуації. Це враховує М. Саакашвілі, реалізуючи структурно-композиційний перехід до стратегії дискредитації: «*I was never a great fan of what the French call “La langue de bois”, but as my second term nears its end, I feel more than before the urge to speak my mind*»



(*Я ніколи не був великим прихильником, як кажуть французи, La langue de bois (мови офіціозу), але сьогодні, коли добігає кінця мій другий термін, я відчуваю потребу більше, ніж раніше, висловити свою думку*). Буквально поняття «*langue de bois*» означає «дерев'яна мова», цебто бюрократична мова, мова офіціозу, офіційний чи напівофіційний стиль усного або писемного мовлення, який з ідеологічних міркувань приховує, маскує внутрішній зміст [10, с. 426]. У західній лінгвістиці це порівняно нове поняття, яке в багатьох наукових працях отожднюється з «радянським політичним дискурсом», «російською мовою радянської епохи», «політичним дискурсом комуністичних партій взагалі» [11, с. 47], є синонімом *радянської ідеологічної мови, мови тоталітаризму, ритуального дискурсу*. Проте цей мовний і політичний феномен може існувати в будь-якому соціумі, різняться лише мовні форми його реалізації. Президент Грузії підкреслює, що ніколи не був прихильником бюрократичної мови, і коли добігає завершення його другий термін, він тим більше відчуває бажання висловити свою думку (останнє виділено підкресленням).

Наступна фраза «*So let us be concrete*» (*Так давайте будемо конкретними*) виступає в тексті маркером правди, правоти, активізує увагу аудиторії та слугує своєрідним логічним переходом до критики російської влади, зокрема Володимира Путіна. Стратегічний принцип інтересів того, хто говорить, визначає ігнорування ним низки інших принципів, наприклад, ввічливості, авторитету, ритуалу. Конфронтаційна мовленева тактика звинувачення, яку обирає М. Саакашвілі для своєї промови, інтенсифікується, градус емоційності підвищується, що позначається на лексичному і синтаксичному рівнях: «*Do you think that Vladimir Putin wants Armenia to decisively triumph over Azerbaijan, for instance? No. This would make Armenia too strong and potentially too independent // Do you think then that the contrary is true, that Moscow wants Baku to prevail over Yerevan? Obviously not. The current rise of a modernized Azerbaijan is a nightmare for the Russian leaders // No, they do not want anyone to prevail and the conflict itself is their objective, since it keeps both nations dependent and blocks their integration into the European common space // Do you think that the electoral defeat of the forces that led the Orange Revolution in Ukraine has led the Kremlin to take a softer approach to this country? // To the contrary. The government lead by Viktor Yanukovich is under permanent attack, a commercial war has been launched against Ukraine ahead of the European Summit of Vilnius and Russian officials now speak openly about dismembering this nation // Do you think the Kremlin would agree to discuss the de-occupation of Abkhazia and South Os-*



setia, now that the government has changed in Tbilisi? Far from it! The annexation of Georgian lands by Russian troops continues» (Як ви думаєте, чи бажає Володимир Путін, щоб Вірменія рішуче перемогла Азербайджан, наприклад? Ні. Це зробить Вірменію занадто сильною і потенційно занадто незалежною // Чи вважаєте ви, що реальність протилежна, що Москва бажає перемоги Баку над Єреваном? Звичайно, ні. Сучасне відродження модернізованого Азербайджану – кошмар російських лідерів // Ні, вони не хочуть, щоб хтось переміг, і їх мета – сам конфлікт, тому що це забезпечить залежність обох країн і затримає їх європейську інтеграцію // Як ви вважаєте, виборча поразка сил Помаранчевої революції в Україні, чи пом'якшила вона ставлення Кремля до цієї країни? // Навпаки. Уряд Віктора Януковича є предметом постійних нападів, торговельну війну проти України було розпочато напередодні Європейського саміту в Вільнюсі, російські чиновники тепер відкрито обговорюють перспективу розподілу цієї держави / Як ви вважаєте, чи погодиться Кремль розглянути питання деокупації Абхазії та Південної Осетії тепер, коли уряд Тбілісі змінився? Зовсім ні! Анексія грузинських земель російськими військами триває). Риторичні запитання-ствердження, які мають кумулятивний ефект і передбачають однозначну відповідь «*No*» (*ні*), заперечення «*To the contrary*» (*навпаки*) або заперечення із посиленням ефектом за рахунок прислівників «*Obviously not*» (*очевидно/ звичайно/ явно, ні*), «*Far from it*» (*зовсім ні, аж ніяк*), характеризують об'єкт звинувачення. А звертання «*Do you think...*» (*як ви вважаєте*), яке неодноразово повторюється, активізує увагу слухачів, залучає їх до мовленнєвого простору проблеми. Основний риторичний прийом, який використовує мовець, – це контраст, протиставлення в цьому прикладі політики Росії на пострадянському просторі, яка характеризується лексемами із чітко вираженими негативними конотаціями (*nightmare, conflict, dependent, block, permanent attack, commercial war, dismembering, annexation* – *кошмар, конфлікт, залежність, затримка, постійні напади, торговельна війна, розподіл, анексія*), та політики таких країн цього регіону, як Вірменія, Азербайджан, Україна, що асоціюються зі словами, зі словосполученнями, які передають позитивний зміст (*strong, independent, modernized, European common space, European Summit* – *сильний, незалежний, модернізований, Європейський спільний простір, Європейський саміт*).

Згідно з Тлумачним словником української мови, поняття *звинувачувати* означає 1) вважати кого-небудь винним у порушенні певних норм поведінки, законності, якихось правил тощо і 2) вказувати



на щось як на ваду, дорікати за що-небудь [8]. Звинувачення та вищезазначені мовленнєві дії дискредитації мають спільне комунікативне завдання – інформувати про негативну оцінку. Проте звинувачення відрізняється від образи тим, що не передбачає наміру принизити, виставити на посміх. На думку О. Іссерс, зі звинуваченням можна погодитися хоча б частково: можлива реакція типу «У твоїх словах є дрібка правди» [2, с. 161].

Успіх стратегії дискредитації визначається за результатами мовленнєвого впливу: адресат ображений, вважає себе несправедливо звинуваченим, – ці почуття можуть передавати не лише мовленнєві акції. Приміром, під час виступу М. Саакашвілі російська делегація на знак протесту залишила залу Генасамблеї. Такі протести на знак незгоди із позицією спікера вже відбувалися в приміщенні ООН, але цього разу не були підтримані жодною іншою делегацією. Озвучуючи офіційну позицію Росії, представник МЗС РФ О. Лукашевич дипломатично зазначає: «В знак несогласия с теми оценками, которые транслировал господин Саакашвили с трибуны Генассамблеи, российские представители вышли из зала» (На знак незгоди із тими оцінками, які транслював пан Саакашвілі з трибуни Генасамблеї, російські представники вийшли із зали) [12]. Тим часом постійний представник РФ при ООН В. Чуркін реагує емоційно, висловлюючи оцінювальні судження та вдаючись до мовленнєвої тактики образи: «К счастью для грузинского народа, близок закат политической карьеры этого человека, чье психическое состояние требует профессиональной оценки» (На щастя для грузинського народу, близьке завершення політичної кар'єри цієї людини, чий психологічний стан потребує професійної оцінки) [12]. При цьому посол США в Грузії Річард Норланд назвав виступ президента М. Саакашвілі в ООН «сильним» і погодився з його критикою Росії щодо її поведінки на окупованих грузинських територіях [12].

Зауважимо, що у своїх щорічних виступах на засіданні Генасамблеї ООН у Нью-Йорку президент Саакашвілі систематично критикував російську владу. Не вперше у відповідь вдається до мовленнєвої тактики образи й російська сторона. У 2011 р. Департамент інформації та друку МЗС Росії навіть опублікував спеціальний коментар у традиційному форматі радянського політичного дискурсу «відповіді на запитання ЗМІ», в якому зазначалося, що «едва ли есть смысл» (навіть чи є сенс) висловлювати свою позицію «после каждого риторического упражнения президента Грузии» (після кожної риторичної вправи президента Грузії) [13]. У коментарі йдеться: «Вряд ли эта речь требует какого-то особого комментария. Она мало чем отлича-

ется от любого другого выступления г-на Саакашвили на международных площадках. Их обязательными элементами являются, с одной стороны, безудержное самовосхваление, навязчивая реклама “фантастических успехов свободы и демократии в Грузии”, а с другой – антироссийские инсинуации, попытки обвинить Россию во всех смертных грехах, от “оккупации до терроризма”» [13]. (Навіть чи ця промова потребує якогось особливого коментаря. Вона мало чим відрізняється від будь-якого іншого виступу пана Саакашвілі на міжнародних майданчиках. Їх обов'язковими елементами є, з одного боку, нестримне самовихваляння, нав'язлива реклама «фантастичних успіхів свободи і демократії в Грузії», а з іншого – антиросійські інсинуації, спроби звинуватити Росію в усіх смертних гріхах, від «окупації до тероризму»). На думку О. Іссерс, вдаючись до тактики образи як до комунікативного завдання, той, хто ображає, бачить приниження й висміювання партнера [2, с. 164]. У наведеному прикладі відзначено маркери тактики образи: лексеми з пейоративним значенням, що применшує професійні, інтелектуальні, моральні риси опонента. Недовіра підкреслюється графічно – лапками, які заміщують у письмовому тексті лексеми «так звані», «так би мовити» й надають іронічний зміст.

Комунікативні ходи й мовні маркери звинувачення. Виокремимо продуктивні комунікативні ходи звинувачення, до яких вдається М. Саакашвілі у своїй промові. *Комунікативний хід 1. Протиставлення базових понять «свій» – «чужий» / «ми» – «вони».* Формування образу МІ-групи, який протиставляється «чужим» («чужому»), є реалізацією комунікативної категорії чужості та широковживаним прийомом у політичній боротьбі. О. Захарова підкреслює: «Комунікативно-організаційна роль категорії чужості проявляється на різних рівнях організації мовленнєвого спілкування, у виборі комунікативної стратегії, жанрів спілкування, в етикетному оформленні, добиранні тематики, в характері використання засобів ефективності спілкування, ступені інформаційної повноти та експліцитності її виразу, в кількості комунікативних імплікатур, тональності» [14, с. 169].

У промові М. Саакашвілі до МІ-групи належать нації (*Poles, Czech, Estonians, Romanians, Ukrainians, Georgians, Moldovans and others – поляки, чехи, естонці, румуни, українці, грузини, молдавани та інші*), країни (*Georgia, Ukraine, Moldova, and others – Грузія, Україна, Молдова та інші*), регіони (*Western civilization, Eastern Europe, метафора – the European family, the Middle East, the West – західна цивілізація, Східна Європа, європейська сім'я, Близький Схід, Захід*),



міжнародні організації співробітництва держав (*the United Nations, European Union, NATO – Організація Об'єднаних Націй, Європейський союз, НАТО*). Це всі ті, хто хоче жити в умовах свободи, розуміють, що вона досягається «титанічною боротьбою»: «*The expansion of democracy and freedom turns out to require profound struggle*» (Розповсюдження демократії та свободи, виявляється, потребує титанічної боротьби). На цьому тлі вводиться образ «чужого», який спочатку позначається опосередковано, за допомогою: а) метафори (модель: іменник у називному відмінку + віддієслівний іменник у родовому відмінку з негативними конотаціями): «*Everywhere, men and women who want to live in freedom are confronted by the forces of tyranny*» (Усюди, де чоловіки і жінки хочуть жити в умовах свободи, зіткнулися із силами тиранії); б) безагенсних та псевдоагенсних конструкцій, які деперсоніфікують опонентів: «*Moldova is being blockaded, Ukraine is under attack, Azerbaijan faces extraordinary pressure, and Georgia is occupied*» (Молдова перебуває у блокаді, нападають на Україну, Азербайджан стикається із надзвичайним тиском, а Грузію окуповано). Мета цього прийому – привернути увагу слухачів, зацікавити. Мовець стверджує, що проблеми означених країн мають спільне походження, і звинувачує в них «чужого» – ВОНИ-групу.

ЧУЖИЙ – це «стара імперія» (*old Empire*), яку сьогодні уособлює путінська Росія: «*This Empire – be it the Russian Empire, the Soviet Union, the Russian Federation, or the Eurasian Union...*» (Ця імперія – будь то Російська імперія, Радянський Союз, Російська Федерація, або Євразійський союз...). З позиції чужого всі території нині незалежних держав, котрі входили колись до складу імперії, – це *margins* (край, межа, окраїна), від імені яких виступає М. Саакашвілі («*I came today to speak in the name of these margins*» (Я прийшов сьогодні говорити від імені цієї окраїни)). Узагалі впродовж усього виступу президент Грузії передає образ чужого словами із семою негативної оцінки. До лексико-семантичного поля концепту ВОНИ входять слова *war, turmoil, tyranny, pressure, threat, nightmare, fear, crime, conflict, annexation, troops, military, aggression, hostility, separate, discrimination, corruption* (війна, заворушення, тиранія, тиск, погрози, кошмар, страх, злочинність, конфлікт, анексія, війська, військовий, агресія, ворожість, відокремлювати, дискримінація, корупція) тощо. До лексико-семантичного поля концепту МИ – *peace, tolerance, freedom, hope, friendly, successful, democracy, reforms, independent, statehood* (мир, терпимість, свобода, надія, дружній, успішний, реформатор, демократія, реформи, незалежність, державність) тощо. Позитивна оцінка має перевагу, незважаючи на лексеми *res-*



simism, cynicism, crisis, fears, doubts, hatreds (несимізм, цинізм, криза, страхи, сумніви, ненависть).

Зазначимо, що комунікативна категорія чужості є регулятором взаємовідносин і мовленнєвої поведінки мовців. Налагодження та підтримка контакту багато в чому визначаються психологічною готовністю комунікантів до співробітництва та їхнім комунікативним умінням знаходити оптимальні варіанти співвідношення «свого» і «чужого» в різних комунікативних умовах. При цьому успішність мовленнєвого спілкування, як стверджує О. Захарова, визначається передовсім комунікативно-мовленнєвим досвідом мовців та індивідуальними властивостями мовленнєвої особистості [15, с. 91].

Комунікативний хід 2. Критика ВОНИ-групи, що ґрунтується на апеляції до історичних фактів, а також їх оцінці. М. Саакашвілі критикує: а) Євразійський союз: «*The Eurasian Union is both our recent past and the future shaped for us by some ex-KGB officers in Moscow*» (Євразійський Союз є нашим недалеким минулим і майбутнім, яке готують нам у Москві колишні офіцери КДБ); «*Of course, joining the Eurasian Union is therefore very easy. There are no social, economic, or political criteria to be met: becoming a colony, in fact, requires no effort at all. Passivity and mediocrity are the only requirements*» (Звичайно, саме тому приєднатися до Євразійського союзу дуже легко. Не існує соціальних, економічних або політичних критеріїв, які необхідно виконати: щоб стати колонією, насправді, не потрібно ніяких зусиль. Єдині вимоги – пасивність і посередність); б) російську пропаганду, передовсім на пострадянському просторі: «*... some Kremlin strategists (they call themselves politechnologists) have decided to cancel the truth and have shaped lies that they are spreading throughout Ukraine, Georgia, Moldova and many other places*» // «*Are we so naive to believe these lies, as other generations did, allowing our sovereignty to be kidnapped?*» (...деякі кремлівські стратеги (вони називають себе політтехнологами) вирішили скасувати правду і розповсюджують брехню по всій території України, Грузії, Молдови та багатьох інших місцях // Невже ми настільки наївні, щоб вірити цим брехням, як вірили попередні покоління, дозволяючи вкрати наш суверенітет?); в) політику Росії, що базується на «*old imperialistic principle – divide to rule*» (старий імперський принцип – «розділяй та володарюй»), зокрема щодо Кавказького регіону: «*They might recall – as I do too well – the beginning of the war in Abkhazia in the early 1990s, when Georgian paramilitary groups were getting their weapons from the same Russian troops who were actually leading the Abkhaz militia and bringing in Chechen mercenaries in order to kill any*



form of solidarity between nations of the North and the South Caucasus» (Можна пригадати – як добре пригадую я – початок війни в Абхазії на початку 1990-х, коли грузинські воєнізовані групи отримували зброю від російської армії, яка насправді управляла абхазькою міліцією і приводила чеченських найманців для того, щоб вбити будь-яку солідарність між народами Північного та Південного Кавказу); «That's why Georgian Parliament has recognized genocide of Circassian people one of the most unknown and tragic pages of the history of the world when the whole nation was wiped out because their land was needed by Russian Empire» (Ось чому парламент Грузії визнав геноцид черкеського народу, одну з найневідоміших і найтрагічніших сторінок світової історії, коли вся нація була знищена, тому що їх земля була необхідна Російській імперії). Він висловлює особисте оцінне ставлення до російського президента, його дій та пропонує власне бачення ролі Євразійського союзу в сучасному світі: «The efforts to roll back the advances of the EU and NATO in our region – progress based on the will of our people – are becoming ever more intense // These efforts have a name: the Eurasian Union // It makes me sick when KGB agent Vladimir Putin lectures the World about freedom values and democracy. This is least of the things he can do to the world being dictatorial leader of one of the last empires left // The Eurasian Union has been shaped as an alternative to the European Union and unveiled by Vladimir Putin as the main project of his new presidency. But this new project is much more dangerous than his lectures» (Зусилля відкрити прогрес Євросоюзу і НАТО в нашому регіоні – прогрес, заснований на волі нашого народу, – стають все більш інтенсивними // Ці зусилля мають назву – Євразійський Союз // Мене нудить, коли агент КДБ Владімір Путін читає світу лекції про цінності свободи і демократії. Це останнє, що він може робити як лідер-диктатор однієї з останніх імперій // Євразійський Союз було створено як альтернативу Європейському Союзу і вважається Владіміром Путіним головним проектом його президентства. Але цей проект більш небезпечний, ніж його лекції).

Висновки. Стратегія дискредитації широко вживана в політичному мовленні. Особливу увагу привертають заяви та виступи лідерів країн на міжнародному рівні, що пов'язано з проблемами багаторівневої глобальної світової політики. Виступ М. Саакашвілі на 68-й сесії Генеральної Асамблеї ООН, останній на посаді президента Грузії, не пройшов повз увагу світової спільноти, проте якщо на початку його президентства він міг сприйматися як ексцентрична промова відомого політика, котрий доволі вдало використовує стратегії самопре-



зентації, то вже після подій у Криму в лютому–березні 2014 р. цей виступ набув нового актуального звучання. Промова базується на мовленнєвій стратегії дискредитації, зrealізований за допомогою тактики звинувачення, найуживанішої в міжнародній політичній комунікації порівняно з тактиками образи, знущання та насмішки. Основні комунікативні ходи: протиставлення базових понять «ми» – «вони» та критика ВОНИ-групи, що передбачає добір фактів, а також їх оцінку. Мовними маркерами звинувачення виступають лексичні одиниці із семами негативної оцінки.

1. Дейк Т. А., ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк ; [пер. с англ. ; сост. В. В. Петрова]. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с.

2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – [5-е изд.]. – М. : Изд-во ЛКИ, 2008. – 288 с.

3. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики : учебник / Ф. С. Бацевич. – К. : Вид. центр «Академія», 2004. – 344 с.

4. Address by the President of Georgia at the 68th session of the United Nations General Assembly [Електронний ресурс] : відео та стенограма // The Administration of the President of Georgia. – 2011. — URL: <http://www.president.gov.ge> (25.09.2013).

5. Саакашвили встречают в Грузии после его выступления в ООН: «Путин уже у всех стоит поперек глотки» [Електронний ресурс] // Цензор.НЕТ. – 01.10.2013. – URL: http://censor.net.ua/video_news/255025/saakashvili_vstrechayut_v_gruzii_posle_ego_vystupleniya_v_oon_putin_uje_u_vseh_stoit_poperrek_glutki (06.05.2014).

6. Самые скандальные выступления на Генассамблее ООН за 2006–2013 годы [Електронний ресурс] // Корреспондент.net. – 26.09.2013. – URL: <http://korrespondent.net/world/1607895-samye-skandalnye-vystupleniya-na-genassamblee-oon-za-2006-2013-gody-spravka> (04.09.2014).

7. Почему в Грузии назревает конец эпохи Саакашвили [Електронний ресурс] // Сегодня.ua. – 28.10.2013. – URL: <http://www.segodnya.ua/world/Pochemu-v-Gruzii-nazrevaet-konec-epohi-Saakashvili-470878.html> (06.09.2014).

8. Тлумачний словник української мови [Електронний ресурс] // V&V Project. – 2010-2012. – URL: <http://eslovník.com> (05.05.2014).

9. Паршина О. Н. Стратегии и тактики речевого поведения современной политической элиты России : дис. ... д-ра филол. наук : 10.02.01 / Ольга Николаевна Паршина. – Саратов : РГБ, 2006. – 331 с. – (Из фондов Российской Государственной Библиотеки).

10. Толковый словарь русского языка конца XX в. Языковые изменения / Е. Ю. Ваулина, Т. И. Гайкович, А. В. Зеленин и др. ; глав. ред. Г. И. Скляревская. – СПб. : Фолио-Пресс, 1998. – 700 с. – (РАН. Ин-т лингвистических исследований).

11. Весна Т. В. «La langue de bois» – журналістський неологізм, різновид політичного дискурсу // Записки з романо-германської філології / [ред. І. М. Колегаєва]; Одес. нац. ун-т імені І. І. Мечникова, ф-т романо-германської філології. – Одеса : Фенікс, 2007. – Вип. 19. – С. 46–54.



12. *Россия* покинула Генассамблею ООН из-за Саакашвили [Электронный ресурс] // РБК daily : щоденна ділова газета. – 26.09.2013. – URL: <http://rbcdaily.ru/politics/562949989029704> (25.08.2014).

13. *Ответ* Департамента информации и печати МИД России на вопрос СМИ в связи с выступлением президента Грузии М. Саакашвили на 66-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН [Электронный ресурс] // Министерство закордонних справ Російської Федерації : офіц. сайт. – URL: http://www.mid.ru/BDOMP/Brp_4.nsf/arh/B3V78EACEAEC7094C3257914005417C0?OpenDocument (06.09.2014).

14. *Захарова Е. П.* Коммуникативные категории и нормы // Хорошая речь. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2001. – Гл. 5.1. – С. 163–179.

15. *Захарова Е. П.* Коммуникативная категория чуждости и её роль в организации речевого общения // Вопросы стилистики : межвуз. сб. науч. тр. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 1998. – Вып. 27. – С. 87–94.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Bashuk Alla

Specific features of strategy of discredit in politic speech

The article deals with specific features of strategy of discredit in politic speech, in particular in international political communication, such as Saakashvili's speech during the 68th General Assembly of UN which took part on September 25, 2013.

The ways of implementation of the abovementioned strategy are analyzed through its linguistic tactics and communication paths. It was determined that strategy of discredit is a global strategy in the field of linguistic influence, widely used in political discourse. The speech of the President of Georgia is based on linguistic strategy of discredit realized by the tactic of accusation, the most commonly used in international political communication in comparison with tactics of abuse, mockery and ridicule. The basic communication paths, such as opposition of basic concepts «we» – «they» and criticism of THEY group, which includes the selection of facts, as well as their evaluation.

Keywords: political discourse, communicative strategy, linguistic tactic, strategy of discredit.

Башук Алла

Специфика стратегии дискредитации в политической речи

В статье рассматривается специфика стратегии дискредитации в политической речи, в частности в международных политических коммуникациях, на примере выступления М. Саакашвили на 68-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН (25.09.2013). Анализируются пути реализации обозначенной стратегии с помощью речевых тактик и коммуникативных ходов. Определено, что стратегия дискредитации является глобальной стратегией в сфере речевого влияния и широко используется в политическом дискурсе. Речь президента Грузии базируется на речевой стратегии дискредитации, которая реализуется с помощью тактики обвинения, самой распространенной в международной политической коммуникации по сравнению с тактиками оскорбления, издевки и насмешки. Основные коммуникативные ходы: противопоставление базовых понятий «мы» – «они» и критика ОНИ-группы, включающая отбор фактов, а также их оценку.

Ключевые слова: политический дискурс, коммуникативная стратегия, речевая тактика, стратегия дискредитации.



Ілля Хоменко,

д-р наук із соц. комунік.

УДК 007: 304: 001: 3: 070.448: 621.396.7

Соціальнокомунікаційний і соціолінгвістичний аспекти прогностичного потенціалу радіодрами

Дослідження присвячене радіодрамі як складникові соціальнокомунікаційної системи. Досліджена специфіка радіоп'єси, цього засобу соціального прогнозування. Проблему вивчено в контексті політичної ситуації в Україні. Практична мета роботи пов'язана з інформаційною безпекою та медіаекологією. Вона полягає у вдосконаленні кризового прогнозування, конкретно – в оптимізації методів передбачення конфліктних ситуацій. Неспротривно доведено факти збігу літературних прогнозів і сучасних українських реалій. Представлені дані підтверджують, що прогнозування кризи засобами українського масового мистецтва, зокрема радіомистецтва, було точнішим, ніж журналістські прогнози. Це доводить актуальність вивчення масового мистецтва в контексті теорії соціального прогнозування. Таким чином, з погляду дослідника соціальних комунікацій коректно розглядати масове мистецтво як джерело гіпотетично достовірної інформації.

Ключові слова: радіоп'єса, журналістика, медіаекологія, соціальний прогноз, абстрактна модель реальності.

Вступ. Мета дослідження – обґрунтувати з позиції теорії соціальної комунікації прогностичний потенціал українського радіомистецтва.

Завдання – ввести в науковий обіг результати верифікованих соціально-політичних прогнозів, висловлених у драматичних програмах НРКУ, що створювалися за участю автора, дати науково коректне пояснення методів і функціональної специфіки художнього прогнозування дійсності, з'ясувати місце художнього прогнозу в системі суспільного зворотного зв'язку та можливості впливу художньої прогностики на соціум.

Предмет дослідження – кореляція між художнім осмисленням реальності, здійсненим у художній формі авторами драматичних програм Українського радіо, та сучасними соціально-політичними реаліями. **Об'єкт** – моделювання дійсності методами художнього радіомовлення як інструмента соціального прогнозу.

Концепція абстрактних і напіваабстрактних моделей дійсності, що є теоретичною основою інтерпретації емпіричних даних, наведених у роботі, належить фахівцям японської школи інженерії знань (С. Осугі, Ю. Саєкі [1]). Феномен соціального прогнозування засобами акустичного мистецтва описано на прикладі драматичного радіомовлення Колумбійської радіомовної корпорації (CBS) І. Поповим [2];



досліджений емпіричний матеріал доступний у першоджерелі (див. твори А. Макліша, США [3]). Власні радіодрами, на які посилається автор, написані у співавторстві з В. Фоменком.

Методи дослідження. У роботі поєднано традиційні для теорії соціальних комунікацій моніторинг та ретроспективний аналіз медіа, за допомогою яких вивчався контекст проблеми та узагальнювався досвід створення експериментальних художніх програм на базі Національної радіокомпанії України.

Результати й обговорення. Основні положення статті обговорювалися на XX міжнародній науково-практичній конференції «Мова. Суспільство. Журналістика» (Київ, 2014) і здобули схвальну оцінку фахівців.

11 червня 2014 р. газета «События недели: итоги и факты» вмістила статтю Павла Казаріна «Чому Україна не спалахне, як Туреччина». Варто процитувати її: «Лента украинского Facebook напоминает коллективный плач. Уставшие от правящей Партии регионов пользователи завистливо поглядывают на Турцию, неожиданно доказавшую, что протест в мусульманской стране может быть гражданским, а не исламским. «Доколе?!» – вопрошают утомленные Януковичем. «К булжникам!» – слышится пролетарский клич пользователей макбуков... И не ведают они, что не будет турецкого варианта в Украине... Чем же Турция отличается от Украины? Людями... Турецкие врачи бесплатно принимали и лечили пострадавших в стычках с полицией. Турецкие адвокаты бесплатно защищали арестованных участников демонстраций в судах. Турецкие обыватели бесплатно раздавали молоко и лимонный сок для пострадавших от слезоточивого газа. Протест... объединил религиозных и светских деятелей, правых и левых, курдов и турок... А теперь внимание, вопрос. Есть ли сегодня в Украине люди, готовые к жертвенной солидарности в рамках мирного протеста? Есть ли бессребреники, согласные помогать протестующим бесплатно, по мере сил? Нет. Чувство локтя сегодня в Украине – большая редкость... [4]».

Сьогодні, після всього, що сталося в Україні, можна не коментувати твердження з приводу його прогностичної достовірності. Але варто зазначити: наведені слова можна тлумачити на користь порядності і, як не дивно, професійної компетентності автора. Зрозуміло, що журналісти, не інтегровані в діяльність іноземних спецслужб, наслідком якої стала загроза територіальній цілісності України, не могли бути проінформованими щодо прихованих складників політичного життя держави, планів багатоходових спеціальних операцій та секретних геополітичних стратегій. А от наукові свідчення, актуальні

на час написання статті, підтверджували журналістський погляд на стан речей. Приміром, соціологічне дослідження, виконане на промислових підприємствах України й Туреччини, довело, що почуття солідарності й колективізму в Туреччині вважають однією з головних запорок успіху. В Україні ж взаємодопомога та колективізм як складники індивідуальної успішності не сприймалися [5].

Варто підкреслити, що ці відомості не суперечать останнім даним, здобутим методами психолінгвістики. Наприклад, у доповіді проф. Н. Шумарової на XX міжнародній науковій конференції «Мова. Суспільство. Журналістика» (Київ, 2014) теж підкреслювалося, що альтруїстична мотивація не є домінантою для сучасної молоді.

Але, виявляється, й жага справедливості, й жертвна солідарність були притаманні українцям не менше, ніж туркам. Тільки почуття ці перебували в латентному стані, не знаходили виходу, не виявлялися аналітичними методиками дослідження, а тому й не ставали предметом журналістських узагальнень.

Тим більш цікаво звернутися до соціальних прогнозів, здійснених не шляхом екстраполяції даних ретроспективного аналізу на майбутнє, а методом абстрактного моделювання дійсності. Тобто методом, притаманним художній літературі й оригінальному радіомистецтву.

Улітку 2007 р. в ефірі Першого каналу Українського радіо прозвучала фантастична радіоп'єса «Третій варіант» (автори – В. Фоменко й І. Хоменко, постановка – В. Обручова, продюсер – А. Табаченко). Її аутентичний запис зберігається у фондах НРКУ і жодних редакторських втручань відтоді не зазнав. Факт належності твору саме тому, минулому, часові підтверджується тим, що він був виданий у вигляді аудіокниги з відповідними вихідними даними [6], обговорювався з позицій імовірності сюжету на інтернет-форумах, а сам проект, у межах якого радіоп'єсу було інсценовано, став предметом незалежного наукового осмислення (див. працю проф. А. Мамалиги та доц. Д. Данильчука [7]).

У виставі майже один в один змальовано межу катастрофи, до якої наблизилася Україна на початку 2014 р.

Збіг вигаданих обставин та реалій небезпеки, що загрожує Україні на час створення цієї розвідки, справляє гнітюче враження:

«Голос 2: Недалеке майбутнє. Ненажерливість регіональних еліт призвела до низки етнічних конфліктів. Прагнення привласнити залишки природних ресурсів спровокувало локальні війни. Наслідком цього стала низка гуманітарних катастроф і небачена демографічна криза. Стабільні державні утворення розпалися. На величезних, ніким не контрольованих територіях запанували безлад, беззаконня, хаос».



Але майже неймовірно видається відтворення тоді, порівняно спокійного 2007 р., соціолінгвістичних та соціально-політичних реалій, актуальних для наших часів. П'єсу написано двома мовами – українською та російською. Так само – російською й українською – веде нині мовлення на Першому національному телеканалі громадське телебачення, підкреслюючи соборність і єдність різних українських регіонів.

Двоє друзів – українець і росіянин – подорожують охопленим збройним протистоянням умовним приморським краєм, в якому легко вгадується Кримський півострів. І не етнічна ворожнеча протистоїть їм, а одвічне бажання панівної меншості жити за рахунок пригнобленої більшості, маніпулюючи її комплексами, страхами, невмінням чітко визначити реальні причини своїх нещастя і проти них об'єднатися. Дуальна система уявлень «Захід – Схід» виявляється недостатньою для розуміння причин соціальної катастрофи, зовнішня збройна загроза стає лише наслідком латентного внутрішнього антагонізму:

«Українець: Третій варіант... Як я не здогадався... Це ж так просто... В нашій країні те ж саме було... Ніхто нас не завойовував... Самі все пропили, розікрали, розвалили... Самі дозволили бандитам на шию сісти... Потім ті нацькували схід на захід, щоб свої злочини якось прикрити... (стрілянина, вибухи)

Українець: З міста не вирватися... Нічого не вдієш.

Росіянин: Кое-что можно... Только надо на башню подняться... Сектор обстрела для пулемета хороший...».

Задля наукової коректності й фактологічної точності автор не став скорочувати цитату, залишивши слова «Ніхто нас не завойовував...», які сьогодні видаються надто оптимістичними. Імовірність зовнішнього вторгнення, спровокованого знову ж таки суто внутрішнім соціально-політичним протистоянням, була розглянута в радіоп'єсі «Любов до братів наших менших» (ті самі виробник і авторський склад, прем'єрна трансляція на І програмі – весна 2007 р.). До речі, фабулу твору побудовано довкола прихованої від громадськості евакуації з країни олігарха, причетного до загострення кризи. Деморалізована міліція, наявність провокаторів, у вчинках яких легко вгадується оперативний супровід секретних операцій, прихованих від виявлення громадянської позиції глобалістів та антиглобалістів, дії озброєних формувань невідомого підпорядкування становлять тло, на якому розгортається сюжет. А соціальнокомунікаційний контекст часу, відтворений у виставі, – ніби списаний із сьогодення. Трагічне звучання теленовин перемежовується трансляцією на інших телеканалах безтактно-недоречною інтонацією розважальних шоу:

«Коментатор 2 (жіночий голос): Дивіться «Танці з зірками – три! Радійте з нами!»! (перемикається канал)

Коментатор 3: ...Країна фактично опинилась у борговому капкані, з якого немає виходу. Те, що відбувається зараз на вулицях, не схоже на стихійний вияв суспільного невдоволення... У конфлікт втягнуті незаконні напіввійськові формування, які фінансуються... (перемикається канал)

Коментатор 2 (жіночий голос): У нашій студії – зірки шоу «Збудуй своє кохання» Ксенія Цуцик і Сашко Голубий...»

Керівник (на тлі бадьорої телевізійної музики): Та щоб вас! (перемикає канал)

Коментатор 4: Реальною стала загроза військової інтервенції з боку зацікавлених держав. Геополітичне становище, яке було донедавна джерелом нашого добробуту, перетворилося на національну трагедію...».

Відповідають реальності навіть такі подробиці, які, здавалося б, є художнім перебільшенням. Приміром, олігарх, персонаж радіоп'єси «Любов до братів наших менших», залишає свою резиденцію з котом у кошику, покидаючи довірених осіб, прислугу та охорону. Тепер, коли весь світ обійшли записи камер відеоспостереження «Межгір'я», що зафіксували, як сідає у вертоліт неназвана жінка з песиком на руках, описане вище драматургічне припущення перестало бути гіперболою.

Пояснити такі збіги вигаданих і реальних подій випадковістю не дає змоги той факт, що прогностичні моделі, які реалізувалися сьогодні, не є поодинокими. Їх описували в багатьох фантастичних творах, підготовлених творчою групою Першого каналу Національної радіокомпанії України в період з 2002 до 2010 р. Відзначається це не тільки на фактологічному, а й на лінгвістичному рівнях. Коментуючи нинішній стан речей, політики вдаються до формулювань, ніби запозичених з радіовистав минулого. Наприклад, під час телемарафону, присвяченого українсько-російському протистоянню, колишній Голова СБУ і Прем'єр-міністр України Є. Марчук пояснив неефективність національних спецслужб тим, що вони, «так би мовити, були приватизовані» (УТ-1, 02.03.2014). Порівняймо ці слова зі сценою незаконного й несанкціонованого допиту журналіста у виставі «Жарт» (той самий виробник і творча група, весна 2007 р.):

«Незнайомець 2: На кого ви працюєте? На зовнішню розвідку? На державну безпеку? На нас? Назвіть відділ та ім'я куратора.

Він: Я – журналіст.

Незнайомець 2: Він не бреше. Бачите, які зіниці? Препарат подіяв безпомилково.



Він: Хто... вона? Вона... працює на державу?

Незнайомець: Нема ніякої держави, дурню! Приватизували її давно.

Він: Як можна при... власнити цілу державу?

Незнайомець: Шановані люди зробили державні механізми своїм знаряддям. От за допомогою таких метких хлопців, як чоловік твоєї подруги – і зробили. Невже ти думаєш, що переводити мільярди за кордон можна без допомоги дипломатів і розвідників, без політичного даху?

Він: Я про це... не думав... Я жартував... Кепсько...».

Такі збіги обставин мають цілком коректне наукове пояснення. Вони впливають з творчого методу, багато в чому схожого в радіодраматургії та спекулятивній літературі (науковій фантастиці). Різні дослідники (І. Попов [2], Ю. Архипов з посиланням на німецького теоретика радіомовлення й письменника А. Дебліна [8] та ін.) зазначали певний схематизм радіодрами. Так само – схемою, умовною моделлю реальності є твори, що підкоряються детермінізму науково-фантастичного методу [9; 10]. У цьому розумінні радіодрама (тим більше – науково-фантастична, драма-антиутопія) схожа на математичну формулу. Математичне твердження $2 + 2 = 4$ з позицій здорового глузду є такою самою абстракцією, як і умовна реальність далеких планет або інших часів, оскільки ніхто в предметно-подієвій реальності не бачив умовної двійки, що складається з такою самою умовною двійкою. Водночас, коли дані дібрано коректно й математичну операцію виконано точно, результат такої операції цілком певний, у чому можна буде переконатися на наочних прикладах, рахуючи натуральні предмети. З погляду теорії інформації сюжетна схема, втілена в художньому творі, побудованому за принципом детермінізму, буде абстрактною моделлю дійсності – незалежно від того, в яких реаліях її виконав автор. А втілення цієї схеми в певних умовних діях, наприклад, у створенні конкретного алгоритму за абстрактним принципом, буде моделлю напівабстрактною (за термінологією С. Осугі та Ю. Саєкі [1]). Репортерське узагальнення конкретних фактів за визначенням не може піднятися до рівня абстрактного моделювання, оскільки фактична достовірність для журналіста важливіша, ніж внутрішня коректність моделі. Справа тут не в кваліфікації, а в методології. Якби автор і його літературний співавтор Володимир Фоменко досліджували соціально-політичну ситуацію в Україні як журналісти, а не як драматурги, ймовірно, вони теж дійшли б висновку, схожого до цитованого на початку статті узагальнення П. Казаріна.

Багато разів підтверджена здатність світової радіодрами створювати коректні прогностичні моделі давала підстави німецьким критикам

назвати її «суспільним сейсмографом» (І. Чернова [11]). Хрестоматійним вважається приклад передбачення аншлюсу в радіодрамі А. Макліша «Загибель міста» [3]. Відомо, що поет і радіодраматург А. Макліш у роки Другої світової війни став одним із помічників Ф. Рузвельта, який оцінив його творчий потенціал і здатність до логіко-інтуїтивного аналізу.

Наведені приклади дають змогу стверджувати, що українське оригінальне радіомистецтво було корисним як інструмент соціального прогнозування і тривалий час виконувало функцію «суспільного сейсмографа».

Невдовзі після обрання Президентом України В. Януковича керівника Національної радіокомпанії В. Набруска, який багато зробив для розвитку радіодраматургії, було звільнено. Згодом було звільнено керівництво редакції літературно-драматичних програм, редактора і режисера, причетних до створення п'єс для Українського радіо. Соціальна радіодрама-прогноз виявилася несумісною з новою концепцією національного радіомовлення. Є всі підстави вважати: сталося це тому, що результати прогнозування були достовірними і правдивими.

Повертаючись до початку статті, слід підкреслити, що сам факт прогностичної повноцінності абстрактного моделювання реальності та навіть, за певних обставин, переваг цього методу серед методик репортерського оцінювання ймовірностей тих чи тих подій обґрунтовувався у профільних дослідженнях Інституту журналістики доволі давно. Варто процитувати на доказ текст, оприлюднений автором цієї розвідки ще 2002 р.: «Як і репортер, радіодраматург завжди працює в міцному зв'язку з реальністю. Але інформаційна журналістика за функціональним призначенням традиційно відповідає на запитання «Що? Де? Коли?». Сфера інтересів радіодраматурга, хоча й не виходить за межі актуальності, окреслюється іншою формулою: «якщо... то...». Коментатор-аналітик теж мислить такими категоріями, та думки його завжди прикуті до конкретної ситуації, що стає предметом аналізу й тлумачення. Індивідуальні, нетипові риси проблеми, яка розглядається, не дають йому зосередитися на універсальному принципі, що її визначає... Це спрощує розуміння предмета, але заважає збагнути принцип. Інженерія знань засвідчує: навіть фахівці в певній галузі, як правило, не спроможні в межах своєї спеціалізації екстраполювати знання, здобуті за допомогою однієї напівабстрактної моделі, на іншу напівабстрактну модель. Що вже казати про широкий загаль... [12, с. 225]».

Цю розвідку було розпочато цитатою, в якій висловлювався журналістський погляд на неможливість масових протестів в Україні. На



той час, коли автор завершував редагування цієї розвідки, загиблих захисників Євромайдану вже було поховано, різні телеканали демонстрували сепаратистські заворушення на Півдні та Сході країни, окупація Криму, якій теж передували масові заворушення, стала фактом новітньої історії, а небо над прикордонною Чернігівщиною (малою Батьківщиною автора) патрулювали бойові вертольоти. Тому доречним видається завершити статтю ще одним доказом прогностичної спроможності радіоп'єси – цитатою з фантастичної радіодрами «Монета», яка вийшла в ефір Національної радіокомпанії України у квітні 2009 р. За сюжетом вистави, на шельфі умовного південного приморського регіону, схожого на Крим, було розвідано великі запаси енергоносіїв (факт на час виходу вистави відомий). Після цього край охопила хвиля штучно інспірованого сепаратизму. Викладачі місцевого університету спілкуються з цього приводу на тлі віддалених вуличних зіткнень:

«Викладачка: Еге ж... Сьогодні легко бути розумним. Сидіти на каналі й глузувати з дурнів, що під кийки лізуть... Під кулі... А дурним бути важко, небезпечно, боляче... Студенти – молоді ще... Майже діти... Але... Якщо вони тепер цими дурнями не побудуть – то це назавжди... Довічно розумниками залишаться... Тими, що у рік скрути Батьківщину зрадили...

Історик: Яку Батьківщину ви маєте на увазі?

Викладачка: Єдину нашу Неньку... Південну республіку...

Історик: Колись – нашою Батьківщиною називали велику монархію. За неї – ще у Першу світову загинуло 12 мільйонів патріотів.... Потім – від неї відділилася Слов'янська федерація. Ще сім мільйонів патріотів лягло у землю під час визвольної війни. Билися вони з обох боків, отже – фактично, воювали самі з собою. Тепер – від федерації прагне відірватися скалок Південної республіки... Якщо ви вважаєте, що ця купа прибережного піску варта людських життів – то поясніть мені різницю між патріотом та ідіотом!

Викладачка: Не буду я вам нічого пояснювати (віддалений вибух).

Викладач: Що це?

Викладачка: Наче вибух...

Історик: Певно, ваші патріоти щось здійняли в повітря, пане Гелено...

Викладачка: Не буду я вам нічого пояснювати... Безнадійно. Можу тільки сказати, що нікого не підбурюю. Роблю, як совість підказує. Хтось – стає поруч. Хтось – ні. А я стою – попереду. Почнуть стріляти – в мене першу влучать...».

Та, як з'ясувалося, «перша куля в лоб» загрожувала в такій ситуації кому завгодно, тільки не цій нібито привабливій героїні. Саме уривок, у якому розкривалася її справжня роль у подіях, було обрано



для анонсу вистави. Аудіокліп, наведений нижче, транслювався Українським радіо щодня впродовж тижня перед прем'єрою:

«Голос: Національна радіокомпанія презентує.

Викладач: Ти хочеш сказати – вона...

Історик: Я не хочу про неї говорити... Огідно.

Викладач: Ніколи не повірю... Слухай, а справді... Це ж треба!... Та якщо влада зміниться – з неї ж опудало зроблять!

Історик: Нічого їй не буде. Якби сьогодні добро билосся проти зла – може, провокаторам і пригадали б усе хороше... А новому злу – стукачі знадобляться так само, як і старому...

Голос: Коли тебе закликають повстати за кращу долю – спершу подумай: а, власне, кому буде краще від того, що ти повстав? Що ти знаєш про тих, хто кличе до боротьби? У неділю о 17. 30 – слухайте радіоп'єсу Іллі Хоменка та Володимира Фоменка «Монета». (шум гелікоптерів; віддалені постріли; пісня).

То не кличуть піднесені дзвони

Уперед, уперед, уперед...

З неба сонячна впала корона

Ніби плач, ніби дзвін ста монет.

Доля б'ється підстреленим крижнем,

У годинниках вичахнув час.

Все, позаду – доба роздоріжжя.

Обирає сумління – не нас.

Відлетіло коротке відлуння,

Обірвався, мов стогін, сонет.

Глушить правду козацької думи

Дзвін монет, дзвін монет, спів монет.

Вічність поглядом дивиться хижим,

У годинниках вичахнув час.

Все, позаду – доба роздоріжжя.

Обирає сумління – не нас.

То не плаче зажурений вітер,

А малює епохи портрет

Пелюстками отруєних квітів

Дзвін монет, дзвін монет, дзвін монет.

Доля б'ється підстреленим крижнем,

У годинниках вичахнув час.

Хай позаду у нас роздоріжжя,

Та не вірте, що обрано – нас.

Промайне крізь розпечені вії

Призабутий війни силует

І дадуть під заставу надії

Дзвін монет, дзвін монет, дзвін монет.



Голос: Слухайте радіопроект Володимира Фоменка та Іллі Хоменка «Монета». Постановка – заслуженого артиста України Василя Обручова. Початок вистави – у неділю о 17.30».

Висновки:

1. Наведені факти підтверджують спроможність української радіодраматургії до створення коректних соціальних прогнозів.

2. Прогнозування дійсності творчим методом радіомистецтва відповідає науковим уявленням щодо абстрактного й напіваабстрактного моделювання дійсності.

3. Суттєвий вплив художньої прогностики на соціум і вагоме місце художнього прогнозу в системі соціального зворотного зв'язку підтверджуються тим фактом, що в умовах обмеження прав громадян на інформацію виробники соціально орієнтованих драматичних радіопрограм зазнають такого самого тиску, як і виробники об'єктивних новин або цілком справедливих журналістських розслідувань.

Подяки. Автор висловлює щирі подяки проф. А. І. Мамалізі та доц. Д. В. Данильчуку за організацію ХХ Міжнародної науково-практичної конференції «Мова. Суспільство. Журналістика» (Київ, 2014), участь в якій дала змогу додатково верифікувати окремі результати дослідження за незалежними джерелами, а також кінодраматургові та дослідникові медіа В. І. Фоменку, колегам з кафедри телебачення і радіомовлення проф. О. Я. Гояну, проф. В. Я. Миронченку, доц. Ю. П. Єлісовенку, доц. М. В. Нагорняк, письменниці й дослідниці медіа Н. М. Вернигорі, учасникам творчої групи експериментальних проектів Першого каналу Українського радіо й особливо колишньому керівникові Національної радіокомпанії України В. І. Набрську за сприяння в організації емпіричного складника нашого дослідження.

1. *Приобретение знаний* : пер. с япон. / [С. Осуги, Ю. Саэки, Х. Судзуки и др.]. – М. : Мир, 1990. – 304 с.

2. *Попов И.* Радиотрибуна Арчибальда Маклиша // Радиоискусство: Теория и практика. – М. : Искусство. – 1981. – С. 91–120.

3. *MacLeish A.* The Fall of the city. The Radio play [Електронний ресурс] // The Fall of the city: CBS. – URL: http://ia700200.us.archive.org/20/items/Columbia-Workshop/370411_The_Fall_of_the_City.mp3 (18.05.2014).

4. *Казарин П.* Почему Украина не вспыхнет, как Турция // События недели: итоги и факты. – 2013. – 11 июня. – С. 4.

5. *Брийовська І. В.* Культурні відмінності у сфері виробничих цінностей // Вісник Чернігів. держ. пед. ун-ту. – 2003. – Вип. 21 (Психологічні науки). – С. 8–17.

6. *Хоменко І.* Третій варіант / І. Хоменко, В. Фоменко // Аудіокнига. – К. : CD com Україна, 2008. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM) ; 12 см. – Сист. вимоги : Pentium ; 32 Mb RAM; Windows 95, 98, 2000, XP ; MS Word 97-2000.



7. *Мамалига А. І.* Синтез мовностилістичних засобів публіцистичного позиціонування в оригінальній радіодраматургії (за матеріалами радіопроектів І. Хоменка та В. Фоменка) / А. І. Мамалига, Д. В. Данильчук // Наукові записки Інституту журналістики. – 2006. – Т. 24. – С. 95–106.

8. *Архипов Ю.* Биография и характер юного жанра // Концерт для четырех голосов. Радиописьма. – М. : Искусство. – 1972. – С. 5–25.

9. *Биленкин Д.* Реализм фантастики // Сборник НФ. – Вып. 32. – М. : Знание, 1988. – С. 196–202.

10. *Куцка П.* Не с марсиан началось (фантастика в живописи) // Сборник НФ. – М. : Знание, 1977. – Вып. 18. – С. 191–200.

11. *Чернова И. М.* Радиописьма в беспокойном мире. Предисловие // Ночной разговор с палачом. Радиописьма Австрии, ФРГ, Швейцарии. – М. : Искусство, 1991. – С. 5–15.

12. *Хоменко І. А.* Оригінальна радіодрама : навч. посіб. / за ред. В. Я. Миронченка ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2002. – 320 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Khomenko Ilya

Social communications and sociolinguistics aspects of possibilities of prognostication by the means of radio drama

This research focuses on the radio drama as a component of social communications system. The specificity of the radio drama as the means of social prognosis is analyzed. The problem is studied in the context of political situation in Ukraine. The practical aims of research are connected with the information safety and the media ecology. They consist in perfection of crisis prognostication, certainly – in optimization of the methods of prediction of conflict situations. The facts of coincidences of fiction prognoses and the Ukrainian modern realities are well-proven. The studied facts confirm that prediction of crisis in Ukraine facilities of mass art, in particular, in broadcasting art, was more precisely than journalistic prognoses. It confirms actuality of study of mass art in the context of theory of social prognostication. So from the point of view of the researcher of social communications it is correct to examine the mass art as a source of hypothetically reliable information.

Keywords: radio drama, journalism, media ecology, social prognosis, abstract model of reality.

Хоменко Илья

Социальнокоммуникационный и социолингвистический аспекты прогностического потенциала радиодрамы

Исследование посвящено радиодраме как составляющей социальнокоммуникационной системы. Исследована специфика радиопьесы, этого средства социального прогнозирования. Проблема изучена в контексте политической ситуации в Украине. Практические цели работы связаны с информационной безопасностью и медиаэкологией. Они заключаются в совершенствовании кризисного прогнозирования, в частности, оптимизации методов предсказания конфликтных ситуаций. Неопровержимо доказаны факты совпадений художественных прогнозов и



современных украинских реалий. Представленные данные подтверждают, что предсказание кризиса средствами украинского массового искусства, в частности, радиоискусства, было точнее, чем журналистские прогнозы. Это подтверждает актуальность изучения массового искусства в контексте теории социального прогнозирования. Таким образом, с точки зрения исследователя социальных коммуникаций корректно рассматривать массовое искусство как источник гипотетически достоверной информации.

Ключевые слова: радіопьеса, журналістика, медіаекологія, соціальний прогноз, абстрактна модель реальності.

Михайло Гінзбург,
д-р техн. наук, проф.

УДК 81'367.625: 81'276.6

Щодо вживання дієприслівників у фахових текстах

Грунтуючись на нормативних документах і працях провідних мовознавців, досліджено можливість і доцільність уживання дієприслівників у фахових текстах та визначено правила їх уживання. Показано, що саме використання дієприслівників у таких текстах дає змогу уникати невластивих українській мові конструкцій з активними дієприкметниками на -чий, -ший та прийменникових конструкцій з віддієслівними іменниками на -ння, -ття і цим надає текстам ясності, легкості вимовляння та мелодійності. Доведено, що характерною особливістю української мови, яка відрізняє її від сусідніх літературних російської та польської мов, є наявність двох форм дієприслівників недоконаного виду на -чи та на -ши, і з'ясовано два випадки, коли українська мова дає перевагу дієприслівникам недоконаного виду на -ши. Перший із них – це окремі не загальні твердження, де обидва процеси (основний та другорядний) відбувалися тільки до моменту мовлення. А другий – це загальні твердження, де обидва процеси відбуваються одночасно, але не мають вираженого часового значення.

Ключові слова: фаховий текст, процес, дієприслівник, недоконаний вид.

Вступ. Забезпечити лаконічність, застандартизованість, логічність, ясність, точність, несуперечність та однозначну зрозумілість фахових текстів (офіційно-ділових, наукових, науково-популярних, довідкових, виробничо-технічних тощо) можна, лише суворо дотримуючись норм української фахової мови. З огляду на це велику увагу останніми роками приділяють чіткому визначенню цих норм і зокрема питанню можливості, доцільності та правильності вживання тих чи тих мовних засобів.

У фахових текстах частіше, ніж у живій розмовній мові, виникає потреба з'ясовувати складну діяльність об'єкта (істоти чи неістоти), багату різноманітними процесами, «передаючи між ними залежність, логічні відношення чи відтінки» [1, с. 3]. І тут у пригоді стає такий мовний засіб, як дієприслівник.

Грамматичним і вжитковим особливостям дієприслівників в українській мові приділяли увагу такі мовознавці, як О. Курило [2, с. 38–52], І. Огієнко [3, с. 212–214], Ю. Шевельов [4, с. 325–332], Е. Сасинович [1], В. Русанівський [5, с. 419–423], Б. Антоненко-Давидович [6, с. 149–150], К. Городенська [7, с. 319–325] та інші. Про вживання дієприслівників у фахових текстах ідеться в нормативних документах (НД), наприклад, у [8, п. 2] та інших. Проте немає єдності поглядів як



щодо можливості та доцільності вживання дієприслівників, так і щодо правил їх уживання.

Мета статті. Ґрунтуючись на нормативних документах (НД) і на працях провідних мовознавців, розглянути можливість і доцільність уживання дієприслівників у фахових текстах та визначити правила їх уживання.

Методи досліджування: аналізування нормативних документів і праць провідних мовознавців, що стосуються вживання дієприслівників в українськомовних загальних та фахових текстах.

Результати та обговорення:

1. Місце дієприслівників у фахових текстах.

З одного боку, згідно з чинними «Правилами підготовки актів Кабінету Міністрів України» [8, п. 2] лаконічності НД досягають зокрема «шляхом ... оптимальної заміни складних речень простими, а також уникання дієприкметникових і дієприслівникових зворотів у значній кількості (тут і далі в цитатах наш грубий шрифт – М. Г.)». Аналогічні рекомендації містять НД деяких Міністерств.

З другого боку, провідні українські мовознавці рекомендують широко вживати дієприслівників у фахових текстах. Так, Ю. Шевельов пише: «...навпаки, діловій, публіцистичній, науковій мові **дієприслівники** притаманні в чималій кількості. Зокрема з успіхом заступає **дієприслівник** у багатьох випадках ще тяжчі на сприймання прийменникові конструкції з віддієслівними іменниками» [4, 329].

Детальні рекомендації, як уникати прийменникових конструкцій з віддієслівними іменниками та вживати замість них дієприслівників, знаходимо у праці Н. Непійводи [9, с. 27]. Вчена зазначає, що російським прийменниково-іменниковим конструкціям в українській мові, «як правило, відповідають два синтаксичні варіанти: один – калькований з російської, другий – власне український» і наводить численні приклади, з яких у табл. 1 ми подали тільки ті, що містять дієприслівники (*див.* Табл. 1).

«Українська мова, будучи біднішою на дієприкметникові форми проти» інших слов'янських мов (зокрема російської та польської), «має значно більше дієприслівників... Класична література й живе народне мовлення, пісні, казки, прислів'я, приказки та приповідки рясніють дієприслівниками» [6, с. 149]. З огляду на це мовознавці, наприклад [4, с. 327–328; 6, с. 142, 149] радять широко вживати їх замість невластивих українській мові активних дієприкметників на *-чий* та на *-ший*. Згідно з цими рекомендаціями правильно писати так (*див.* Табл. 2).

Отже, замість невластивих українській мові активних дієприкметників на *-чий* і на *-ший* саме дієприслівники називають ознаки, пов'язані з перебуванням у ролі суб'єкта.

На думку Б. Антоненко-Давидовича, «широке вживання дієприслівників надає українській мові легкості вимовляння й мелодійності. Отож нема потреби цуратися цього давнього способу висловлювання заради запозичених канцелярських штампів на зразок *при виконанні, по одержанні* тощо, які зводять нанівець природну красу нашої мови» [6, с. 150].

2. Граматичні та лексичні особливості дієприслівників.

Дієприслівник – це незмінне, похідне від дієслівних часових форм граматичне утворення (вербоїд), якому притаманні ознаки *дієслова* і *прислівника* [10, с. 155].

Дієприслівник прилягає до присудка, окреслюючи другорядний процес, що його зазвичай виконує підмет [4, с. 325]. Розгляньмо три речення:

(1) *Сонце піднімається з-за обр'ю та освітлює поверхню сонячної батареї.*

(2) *Піднімаючись із-за обр'ю, сонце освітлює поверхню сонячної батареї.*

(3) *Сонце піднімається з-за обр'ю, освітлюючи поверхню сонячної батареї.*

У реченні (1) суб'єкт – сонце є підметом, який виконує два рівноправні процеси (*піднімається* та *освітлює*). У реченні (2) мовця цікавить передусім освітлювання батареї, тобто процес *освітлює* буде основним, а поданий дієприслівником *піднімаючись* – другорядним, що супроводжує основний. У реченні (3) навпаки, йдеться насамперед про рух сонця, тому другорядний процес подано дієприслівником *освітлюючи*.

Будучи **граматично** залежним від присудка, дієприслівник **логічно** пов'язаний з підметом-суб'єктом [4, с. 326]. Поза тим дієприслівників також можна вживати й у безпідметових реченнях, наприклад:

(4) *Дозволено працювати з кислотою, дотримуючись правил техніки безпеки.*

(5) *Працюючи з кислотою, треба дотримуватися правил техніки безпеки.*

Отже, навіть якщо суб'єкта в реченні явно не названо, все одно і головний член речення і дієприслівник стосуються того самого гаданого (домислюваного) суб'єкта [4, с. 327], у зазначених прикладах – того, хто працює і має дотримуватися (*див.* Прим. 1). Так само дієприслівник логічно пов'язаний із суб'єктом у реченні, де суб'єкт стоїть у непрямому відмінку (найчастіше давальному чи орудному), наприклад: *Згадуючи її вчорашню розмову про безумство хоробрих, йому до болю захотілося бути таким же безумним* (Хв.) [4, с. 327].

Отже, узагальненим лексичним значенням дієприслівника є другорядний процес, що виступає як ознака основного процесу, яка розкриває часові, умовні, причинові, наслідкові, допустові обставини його протікання [11, с. 87].



Дієприслівник є результатом морфологічного переходу дієслова у прислівник, коли дієслово втрачає своє закінчення, а його заміняють спеціальні словотворчі суфікси *-учи (-ючи)*, *-ачи (-ячи)* або *-ши (див. Прим. 2)*. Оскільки саме закінчення дієслова є носієм основних морфологічних власне-дієслівних значень **часу** й **способу**, а також не-власне-дієслівних значень **особи**, **числа**, **роду**, то дієприслівник разом із закінченням втрачає також усі зазначені категорії [7, с. 319, 323].

Проте дієприслівник зберігає валентні властивості твірного дієслова, за винятком цілком знейтралізованої основної дієслівної валентної позиції – позиції суб'єкта, та здатність керувати і зокрема певні форми керованих іменників [7, с. 323–324]. Так само дієприслівники, утворені від дієслів із постфіксом *-ся*, зберігають цей постфікс зазвичай у формі *-сь* [10, с. 155] та лексичне значення зворотності.

Єдиною з власне дієслівних категорій, яку успадковує дієприслівник, є категорія **виду** твірних дієслів, бо її виражають не закінчення, а дієслівні префікси та суфікси [7, с. 319]. Залежно від виду твірного дієслова розрізняють дієприслівники недоконаного та доконаного виду [7, с. 320–322; 10, с. 155] (див. Табл. 3). Крім граматичної категорії виду дієприслівник успадковує внутрішньовидові аспектуальні відтінки: односпрямованість/різноспрямованість, однократність/багатократність тощо. Наприклад, від дієслів *нести*, *носити*, *принести*, *приносити*, *поприносити* творяться й відповідні дієприслівники *нісши*, *носивши*, *принісши*, *приносивши*, *поприносивши* [4, с. 326].

З табл. 3 випливає, що від дієслів доконаного виду можна утворити лише дієприслівники із суфіксом *-ши*, тоді як від дієслів недоконаного виду – як із суфіксами *-учи (-ючи)*, *-ачи (-ячи)*, так і з суфіксом *-ши*. На думку І. Огієнка [3, с. 212], це є характерною особливістю української мови, що відрізняє її від сусідніх літературних російської та польської мов, які мають лише одну форму дієприслівників недоконаного виду.

Успадковуючи граматичні значення виду, дієприслівники недоконаного та доконаного виду, утворені від видової пари, протиставлені один одному так само, як твірні дієслова, наприклад: *будуючи/будувалиши/побудувалиши*; *пишучи/писалиши/написалиши*; *читаючи/читалиши/прочиталиши* тощо, де одна скісна розділяє варіантні форми одного виду, а подвійна скісна – форми різного виду.

Оскільки вид є семантично наповненою категорією, то, обираючи форму того чи того виду, мовець передає певний характер протікання процесу.

3. Часовість дієприслівника.

Дієслівне граматичне значення часу в дієприслівниках морфологічно знейтралізоване, тобто дієприслівники як недоконаного, так і доконаного виду не виражають часового значення відносно до мо-

менту мовлення, а набувають часового значення особових форм дієслова, до яких вони відносяться. Порівняймо три речення:

(6) *Виступаючи перед аудиторією, лектор хвилювався.*

(7) *Виступаючи перед аудиторією, лектор хвилюється.*

(8) *Виступаючи перед аудиторією, лектор хвилюватиметься.*

Отже, та сама форма дієприслівника недоконаного виду на *-чи* під впливом різних часових значень головного дієслова може виражати значення минулого, теперішнього та майбутнього часу [7, с. 321]. Така сама ситуація з дієприслівників доконаного виду. Порівняймо:

(9) *Виступивши перед аудиторією, лектор починав готуватися до нової лекції.*

(10) *Виступивши перед аудиторією, лектор починає готуватися до нової лекції.*

(11) *Виступивши перед аудиторією, лектор починатиме готуватися до нової лекції.*

Усе це є переконливим доказом того, що дієприслівникам недоконаного виду на *-чи* та доконаного виду невластива морфологічна категорія часу дієслова [7, с. 321]. Складнішу ситуацію з формами дієприслівників недоконаного виду на *-ши* розглянемо нижче.

Не виражаючи часового значення відносно до моменту мовлення, дієприслівник здатен набувати відносного часу, що вимірюється в інших величинах, характерних для прислівникового класу слів. Це обставинні значення одночасності, часової попередності та часової наступності процесів, позначуваних ним і основним дієсловом, зумовлені співвідношенням видо-часових форм основного дієслова та виду дієприслівника [5, с. 420–421; 7, с. 321].

За наявності двох форм дієприслівників недоконаного виду виникає природне питання: яка між ними значеннева та вжиткова відмінність? Цього питання в тій чи в тій формі торкалися О. Курило [2, с. 50–51], І. Огієнко [3, с. 212–214], Ю. Шевельов [4, с. 329–330], Е. Сасинович [1], В. Русанівський [5, с. 420–422], проте однозначних і чітких правил досі не вироблено, хоча думки зазначених авторів можна звести до двох основних випадків, коли слід уживати саме форм на *-ши*.

Випадок 1 пов'язаний із залишками часової минулості в недоконаних дієприслівників на *-ши*. Бо «давніше дієприслівник мав свою своєрідну систему часів. Як залишки цієї старої системи існують тепер два типи недоконаних дієприслівників» на *-чи* та на *-ши* [4, с. 329–330]. Отже, одночасність з основним процесом можна подавати дієприслівниками недоконаного виду як на *-чи*, так і на *-ши*, тобто крім речення (6) також речення (12):

(12) *Виступивши перед аудиторією, лектор хвилювався.*

Чимало авторів, можливо, під впливом російської й польської мов, дають перевагу конструкціям з дієприслівниками недоконаного виду



на **-чи**. Проте на думку О. Курило, «російським та польським дієприслівникам у формі теперішності відповідають українські дієприслівники у формі минулості», тобто на **-ши** (тут і далі в цитатах збережено орфографію і стиль оригіналу – М. Г.), тоді, коли «дієслово-присудок є у формі минулого часу: це буває в тих окремих, не загальних твердженнях, де часовий стосунок обох чинностей, дієприслівникової та дієслівної, виражений у минулому» [2, с. 51].

Близьку позицію посідає Ю. Шевельов, який вважає, що «накреслюється тенденція вживати форми на **-ши** в реченнях минулого часу, а форми на **-чи** – при інших часах, хоч є, звісно, чимало відхилень від цього, бо система не усталена» [4, с. 330].

Порівнюючи два речення «Ми вже ноги *підтоптали*, *ходивши* до свата» і «Ми вже ноги *підтоптали*, *ходячи* до свата», В. Русанівський зазначає таке: «...щоправда, у першому реченні дієприслівник передає дію, яка виконувалася тільки до моменту мовлення, тоді як дієприслівник другого речення вказує на те, що означувана ним дія актуальна і в момент мовлення» [5, с. 422].

Отже, з огляду на традиції української мови доцільно писати: «У 1957 році Генріх Вольфганг Стайнель, ще *бувши* студентом на факультеті електротехніки, започаткував виробництво електричних нагрівальних елементів» (Вікіпедія), бо тут ідеться про процес, який на момент мовлення закінчився, тобто Г. В. Стайнель перестав бути студентом.

Наступні цитати ілюструють, як уживає дієприслівників *бувши* та *будучи* класик української радянської літератури П. Загребельний у романі «Диво»:

• *Мовби відчувши наближення смерті, затурбувався про спадкоємця на троні, бо Василій, бувши холостим, зовсім не лишив по собі продовження роду ...* [12, т. 2, 503];

• *... і навіть прирік себе в думці, що коли його хтось викаже, то він не відкриється фашистам, навіть будучи розп'ятий на хресті* [12, т. 2, 75];

• *Вони чули про київський торг, ще й не будучи тут, були готові на все, але не на таке* [12, т. 2, 90];

• *... бо служили хлопці, будучи водночас партизанами, в місцевій районній поліції* [12, т. 2, 360].

На нашу думку, в останніх двох цитатах правильніше було б написати *бувши*, бо в них ідеться про процеси, які на момент мовлення закінчилися.

Випадок 2 стосується загальних тверджень, приказок, прислів'їв тощо, у яких «обидві чинності, дієприслівникова та присудкова, відбуваються одночасно, але не мають вираженого часового значіння».

У таких реченнях «дієприслівник **часто** буває у формі минулості: – Горе мені на чужині, родини не *мавши* Метл. 58. Розумний не стратить надії, треба сподіватись *живши* МВ. I, 209. Чого сидіти отакеньки, руки склавши, не *мавши* ні діла, ні розваги МВ. II, 113. *Живши* у світі, його не втечеш МВ. I, 214. Коло вівтаря *служивши*, з вівтаря й живися Ном. 10422. <...> У польській та російській мові дієприслівник стоїть тут у формі теперішності» [2, с. 50–51].

Аналогічну думку висловлює І. Огієнко: «Якщо чинність дієприслівника (в підрядній реченні) й присудкова головного речення відбуваються одночасно й не мають занадто ясно висловленого часового значення, а до того дієприслівник визначає дію не закінчену, але повторну, тоді дієприслівник **частіш** має форму часу минулого, а не теперішнього, наприклад у М. Вовчка: *Живши* (а не: *живучи*) у світі, лиха не втечеш» [3, с. 212].

Отже, можна дійти висновку, що є два випадки, де згідно з традиціями української мови краще вживати недоконаних дієприслівників на **-ши**, ніж на **-чи**. Проте В. Русанівський вважає, що «відзначена семантична різниця має другорядне значення. Тому в сучасній українській літературній мові» форми на **-чи** «майже зовсім витіснили» форми недоконаного виду на **-ши**» [5, с. 422]. І. Огієнко [3, с. 212–213] навпаки закликає плекати та частіш вживати цих форм недоконаного виду на **-ши**, які він вважає особливістю української «мови, що вирізняє її серед мов слов'янства». Ми підтримуємо цю думку і пропонуємо вживати форм недоконаного виду на **-ши** у зазначених двох випадках.

Висновки

1. Дієприслівник – це незмінне похідне від дієслівних часових форм граматичне утворення (вербоїд), що, як і зазначені часові форми, означає певний процес, який на відміну від процесів, позначуваних часовими формами, виступає як ознака іншого процесу.

2. Дієприслівник завжди позначає другорядний процес, який в особовому реченні виконує підмет, а в безособовому реченні – гаданий (домислюваний) суб'єкт.

3. У фахових текстах можливо і доцільно широко вживати дієприслівників, бо це дає змогу уникати невластивих українській мові конструкцій з активними дієприкметниками на **-чий**, **-ший** та прийменникові конструкції з віддієслівними іменниками на **-ння**, **-ття** і цим надає текстам ясності, легкості вимовлення та мелодійності.

4. Характерною особливістю української мови, що відрізняє її від сусідніх літературних російської та польської мов, є наявність двох форм дієприслівників недоконаного виду на **-чи** та на **-ши**.

5. Українська мова дає перевагу дієприслівникам недоконаного виду на **-ши** у двох випадках:



- в окремих, не загальних твердженнях, де обидва процеси, основний і другорядний, відбувалися тільки до моменту мовлення;
- в загальних твердженнях, де обидва процеси, основний і другорядний, відбуваються одночасно, але не мають вираженого часового значення.

1. Сасинович Е. С. Дієприслівники в сучасній українській мові : посібник для вчителів / Е. С. Сасинович. – К. : Радянська школа, 1963. – 108 с.
2. Курило О. Уваги до сучасної української літературної мови / Олена Курило. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 303 с.
3. Огієнко І. Українська літературна мова / Іларіон (проф. Іван Огієнко). – Saskatoon : The Gospel Press, 1951. – Т. 1. – 347 с.
4. Шевельов (Шерех) Ю. Нарис сучасної української літературної мови / Ю. Шерех. – Мюнхен, 1951. – 404 с.
5. Сучасна українська літературна мова. Морфологія / за заг. ред. акад. АН УРСР І. К. Білодіда. – К. : Наук. думка, 1969. – 584 с.
6. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо / Борис Антоненко-Давидович. – К. : Вид. дім «KM Academia», 1994. – 254 с.
7. Вихованець І. Теоретична морфологія української мови: академічна граматика української мови / Іван Вихованець, Катерина Городенська ; за ред. І. Вихованця. – К. : Пульсар, 2004. – 400 с.
8. Правила підготовки проектів актів Кабінету Міністрів України. Затв. Постановою Кабінету Міністрів України від 06.09.2005 № 870 (зі змінами згідно з Постановою КМУ від 18.11.2009 № 1212) [Електронний ресурс] // Законодавство України. – 20.11.2009. – URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/870-2005-%D0%BF> (18.05.2014).
9. Непийвода Н. Ф. Сам собі редактор : поради з української мови / Наталя Непийвода. – К. : Українська книга, 1998. – 240 с.
10. Українська мова : енциклопедія / редкол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко (співголова), М. П. Зяблюк та ін. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Укр. енцикл., 2004. – 824 с.
11. Сучасна українська мова : довідник / Л. Ю. Шевченко, В. В. Різун, Ю. В. Лисенко ; за ред. О. Д. Пономарева. – К. : Либідь, 1996. – 320 с.
12. Загребельний П. Твори : в 6-ти т. / Павло Загребельний. – К. : Дніпро, 1979. – Т. 2.

Примітки

Примітка 1. На нашу думку, між цими двома реченнями є певна змістова відмінність: у реченні (4) наголошено на дозволі працювати за певних умов, а в реченні (5) – на вимозі дотримуватися правил за певних умов. Отже, у реченні (4) основним процесом є працювати, а дотримуватися – другорядним, а в (5) – навпаки.

Примітка 2. Суфікси *-учи (-ючи), -ачи (-ячи)* приєднуються до будь-якої особової форми теперішнього часу, а суфікс *-ши* – до форми чоловічого роду однини минулого часу [7, с. 320–321].

Таблиці

Таблиця 1.
Переклад російських приєднувальних іменникових конструкцій [9, с. 27].

російська	калька	українська
по получении	після одержання	одержавши
по подписании	після підписання	підписавши
по рассмотрении	після розгляду	розглянувши
по окончании	після закінчення	закінчивши
по ознакомлении	після ознайомлення	ознайомившись
при описании	при описуванні	описуючи
при определении	при визначенні	визначаючи

Таблиця 2.

Приклади вживання дієприслівників замість невластивих українській мові конструкцій з активними дієприкметниками на *-чий, -ший*.

Неправильно	Правильно
<i>Виступаючий</i> заступник директора зупинився на проблемі енергоощадності	<i>Виступаючи</i> , заступник директора зупинився на проблемі енергоощадності
<i>Вивчивший</i> цю мову програмування може створювати потрібні йому програми	<i>Вивчивши</i> цю мову програмування, можна створювати потрібні програми

Таблиця 3.

Творення дієприслівників недоконаного та доконаного виду.

Видова пара чи одновидове дієслово	Недоконаний вид	Доконаний вид
будувати//збудувати	будую → будуючи , будував → будувавши	збудував → збудувавши
бути	буду → будучи , був → бувши	
писати//написати	пишу → пишучи , писав → писавши	написав → написавши
пити//випити	п'ю → п'ючи , пив → пивши	випив → випивши
попрацювати		попрацював → попрацювавши
сидіти	сиджу → сидячи , сидів → сидівши	
сідати//сісти	сідаю → сідаючи , сідав → сідавши	сів → сівши

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.



Ginzburg Mykhailo

About usage of adverbial participles (diiepryslivnyks) in special texts

Based on the study of normative documents and works of leading linguists the possibility and appropriateness of the usage of adverbial participles (in Ukrainian – diiepryslivnyk) in special texts are studied, the rules of their usage are defined. It is shown that the usage of adverbial participles (diiepryslivnyks) in special texts make it possible to avoid structures with active participles on *-chyi* and *-shyi* and prepositional constructions with verbal nouns on *-nnia*, *-ttia*, unnatural for Ukrainian language, and thus makes texts clear, light for pronouncing and melodic. It is proved that a characteristic feature of the Ukrainian language, which distinguishes it from neighboring literary Russian and Polish ones, is the presence of two forms of adverbial participles (diiepryslivnyks) of the imperfective aspect on *-chy* and *-shy*. Two options, when the Ukrainian language gives odds to adverbial participles (diiepryslivnyks) of the imperfective aspect on *-shy*, are formulated. The first of them is a particular proposition, in which both processes, the main and the secondary ones, occur only until the moment of speech. And second of them is a general proposition in which both processes, the main and the secondary ones, occur simultaneously, but do not have a expressed time meaning.

Keywords: special text, process, adverbial participle (diiepryslivnyk), imperfective aspect.

Гинзбург Михаил

Об употреблении деепричастий в специальных текстах

На основе изучения нормативных документов и трудов ведущих языковедов исследованы возможность и целесообразность употребления деепричастий в специальных текстах, определены правила их употребления. Показано, что использование деепричастий в таких текстах позволяет избегать несвойственных украинскому языку конструкций с действительными причастиями на *-чий*, *-ший* и предложных конструкций с отглагольными существительными на *-ння*, *-ття*, и благодаря этому тексты становятся ясными, легкими для произнесения и мелодичными. Доказано, что характерной особенностью украинского языка, отличающей его от соседних литературных русского и польского языков, является наличие двух форм деепричастий несовершенного вида на *-чи* и на *-ши*. Сформулированы два варианта, когда украинский язык дает преимущество деепричастиям несовершенного вида на *-ши*. Первый из них – это частные утверждения, в которых оба процесса, основной и второстепенный, происходят только до момента речи. А второй – это общие утверждения, в которых оба процесса происходят одновременно, но не имеют выраженного временного значения.

Ключевые слова: специальный текст, процесс, деепричастие, несовершенный вид.



Наталія Шумарова,

д-р філол. наук, проф.

УДК 81'1

Концепт «радість» в інтерпретації студентської аудиторії

У статті розглянуто концепт РАДІСТЬ і його представленість у мовно-мисленневому полі свідомості українськомовної особистості. Матеріалом дослідження стали результати експерименту, проведеного серед студентів Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Асоціативні реакції дали змогу виділити кілька тематичних груп лексики, співвіднесених із зазначеним концептом, і лексико-граматичні розряди слів, активованих у мовному полі свідомості. Аналіз засвідчив, що концепт РАДІСТЬ відображає різні аспекти матеріального й духовного світу людини, оцінюється позитивно і містить компоненти не лише константного, позачасового, але й конкретного часового характеру як відповідь на соціально важливі події останнього часу.

Ключові слова: концепт РАДІСТЬ, експеримент, асоціація, лексико-тематична група.

Вступ. Термін КОНЦЕПТ широко вживається в низці наук: філософії, мовознавстві, літературознавстві, журналістикознавстві, в науці про соціальні комунікації тощо. Його співвідносять із поняттям або значенням слова, шукаючи межі тотожності та елементи відмінності, розглядають як змістову одиницю пам'яті, ментального лексикону, мови мозку, що відображає знання й досвід людини [1, с. 90]. Існує чимало підходів та теорій, в яких об'єктом аналізу є саме зміст концепту та його категоріально-смісловне поле, в центрі якого перебуває той чи той концепт.

Різні аспекти його вивчення представлено в працях закордонних та українських дослідників, зокрема Н. Арутюнової, А. Вежицької, М. Бірвіша, В. Бріцина, І. Голубовської, В. Ганечко, Р. Джекендоффа, В. Жайворонка, В. Колесова, В. Кононенка, О. Кубрякової, Дж. Лаккоффа й М. Джонсона, В. Маслової, Є. Рахліної, Ю. Степанова, Й. Стерніна та З. Попової, В. Телії, Т. Радзівської, Ч. Філлмора, Г. Яворської та багатьох інших. Наукових праць, присвячених вивченню концептів, настільки багато, що навіть у монографіях дослідники відсилають читача до спеціальних узагальнювальних праць, у яких об'єктом аналізу є власне роботи про концепт, а не сам концепт [2, с. 6].

Широке вживання терміна в науковому обігу впродовж кількох десятиліть стимулювало появу численних дефініцій, у більшості з яких



підкреслювалася необхідність при визначенні терміна враховувати його «культурний складник», що, своєю чергою, зумовило появу метафоричних визначень. Дефініція Ю. Степанова, що визначив концепт як «згусток культури», подана в його праці «Константи. Словарь русской культуры» [3, с. 40], стала яскравим прикладом передачі змісту через метафору. В іншій роботі вчений поглибив порівняння, назвавши концепти «тонкою плівкою цивілізації» [4].

Розбудова концептуальної картини світу, значна частина якої може бути виражена вербально (мовна картина світу), зумовила інтерес дослідників до найважливіших для того чи того етносу понять (життя, свобода, праця, ідея, мова, совість, шлях, доля тощо), пов'язаних зі світобаченням етносу, розумінням свого призначення в світі. Почалося також дослідження концептів, що виражають психофізіологічний та психоментальний стан людини, в такому разі аналіз «виходить» за межі власне тілесного і засвідчує соціальне й водночас індивідуальне переживання людиною своєї окремішності (кохання, щастя, біль, смерть).

Об'єктом аналізу, результати якого представлені в цій статті, став концепт РАДІСТЬ, його лінгвокультурне «наповнення», асоціативне поле, представлене у відповідях респондентів, що були записом реакцій на слово-стимул, а саме РАДІСТЬ (вільний асоціативний експеримент).

Результати й обговорення. Як і в випадку створення асоціативних словників Н. Бутенко [5, с. 6], І. Курч [7], С.Мартинек [8], респондентами стали студенти (1–3 курси бакалаврату та 1-ий курс магістратури, всього 204 особи). Студенти мали відповісти на сім питань, що в той чи той спосіб стосувалися асоціацій, які в них викликає слово РАДІСТЬ.

Аналіз відповідей на перше з них засвідчив, що за граматичними ознаками реакціями на стимул РАДІСТЬ стали іменники, прикметники/дієприкметники та дієслова. Два останні становлять синтагматичну реакцію на стимул, тобто таку, що дає змогу розбудувати синтагму, сполуку слів і речення.

Група іменників – найчисленніша – є реакціями парадигматичного типу, тобто асоціаціями більш складного рівня, що демонструють польовий принцип розбудови лінгвокультурного концепту й наближеність слова-реакції до ядра цього поля. Ці асоціації показують, з якими предметами, явищами, діями, ситуаціями пов'язане у свідомості реципієнтів зазначене почуття, а отже, й концепт, що його презентує. Розглянемо їх детальніше.

Іменники. Радість має каузальну вмотивованість, вона виникає в результаті реалізації якоїсь дії, є наслідком якоїсь дії чи стану (*ра-*

дість перемоги, радість від почутого – спочатку почули, потім зраділи), наприклад, *стрибати від почутого*. Інколи є причиною – наслідок у проявах радості важко виділити однозначно (*радість побачення, зустрічі, спілкування, відкриття*). Почуття може виникнути ще до реалізації дії. Конкретні смисли цих висловів проступають у контекстах – ситуативних і власне текстових.

Реакції студентів є суб'єктно-об'єктними, що засвідчують прийняття радості від когось, а не дарування її комусь. *Сонце, котик, веселка* – це ті об'єкти, що викликають радість, вони дарують її тому, хто на них дивиться та «взаємодіє» з ними. Емоція виникає внаслідок дії якогось зовнішнього подразника (об'єкта) і дає задоволення суб'єктові. Об'єкт, що є каузатором радості, може розділити почуття з суб'єктом (*котик, песик*), а може й не розділити його (*веселка*) через свою внутрішню природу (неістота). Суб'єктно-суб'єктний тип відношень виражений у реакції *радість за друга*. Це альтруїстичне почуття. Але так відповіла одна особа.

Найтиповішими реакціями на слово РАДІСТЬ є такі: *щастя* (ця асоціація зафіксована в переважній більшості випадків), *родина/сім'я, діти/дитина, кохання/любов, рідні, друзі, батьки* (зафіксовано навіть відповідь «батьківська хата»), *сміх, усмішка/посмішка* (частина студентів не розрізняють значень цих слів), *весна, літо, свято, подарунки, обійми* тощо.

Реакції у вигляді іменникового словосполучення трапляються значно рідше: *гарячий чай, різнокольорові кульки, надувні кульки в небі, момент здоров'я, момент позитиву, поїздка за кордон, день із сім'єю, матеріал у газеті, світлі вулички*.

Загалом класифікація й узагальнення відповідей, де було зазначено іменники та іменникові словосполучення, дає змогу виокремити кілька тематичних груп, а саме:

- родина, друзі – *мама, батько, друзі, коханий, дім, сестра, він;*
- довкілля (природа) – *природа, сонце, сонечко, осіннє сонце, небо, зірки, веселка, райдуга, бульбашки, квіти, світло, море, хвиля, річка, поле, парк, зелені дерева, цвітуть каштани;*
- артефакти, результати діяльності людини – *міст, вузькі світлі вулички, ратуша, мотоцикл, пароплав;*
- пори року й місяці – *літо, весна, осінь; травень;*
- час – *день, сонячний день, ранок; секунда; вихідний, канікули, п'ятниця; майбутнє.* П'ятниця є, очевидно, визначальним, семіотично «навантаженим» днем не лише в наших студентів. У Польщі авторів цієї розвідки розповідали про «боротьбу за абітурієнтів» між Познанським та Вроцлавським університетами. Перемогу здобув



Вроцлавський, ректор якого, закликаючи молодь подавати документи саме до цього університету, сказав: «Вечір п'ятниці у нас починається в четвер»;

- явища природи – *радуга, веселка, бульбашка, квіти, світло*;
- домашні тварини – *кіт, котик, кошеня, песик, собака, собачка*;
- фізичний або психологічний стан людини, його виразники – *щастя, сміятись, сміх, усмішка/посмішка, ейфорія, енергія, задоволення, захоплення, гарний настрій*. У відповідях, побудованих на протиставленні, зазначені *сум, смуток, біль, гнів, горе, смерть*;
- температурні характеристики – *тепло, осіннє сонце*;
- зорові характеристики – *жовтий колір, червоний, блакитне небо, пастельні кольори, яскраві барви, яскравість, фарби* (очевидно, барви); *фесрверк, спалах, сяйво*;
- звукові характеристики – на відміну від «зорових» асоціацій відповіді респондентів зі «звуковими реакціями» на стимул РАДІСТЬ є поодинокими й одноманітними – *музика, радіо*;
- розваги – ця група представлена узагальнювальним словом розваги, а також лексемами *книга, хороша книга; фільми, танці, музика, сцена, прогулянка, шопінг, подорожі, подорож за кордон, відпочинок; хобі*;
- робота – *складена сесія, успішна сесія; матеріал у газеті, акторство*;
- солодощі – *солодощі, солодке, шоколад, шоколадка, цукерки, торт; морозиво; апельсин*;
- напої – *кава, гарячий чай, алкоголь* (1 особа);
- власні назви – *Україна, Німеччина, Суми, Одеса, Пруди, Влтава; Сартр; Спанчбоб; Ігор, Юрко, Максим*;
- свята – *свято, день народження, подарунки, Новий рік, Великдень, Різдво; 1 вересня*.

Аналіз реакцій на зазначене слово свідчить, що найчастотнішими з них є слова, які належать до тематичних груп «родинні стосунки», «друзі» та «природа». Остання представлена доволі різноманітним переліком понять, що викликають відповідні емоції. Приміром, більшість респондентів зазначили слова «сонце», «небо» та «море». Окремо необхідно виділити слово «щастя», яке зафіксувала переважна більшість опитуваних у вигляді першої, другої чи третьої реакції на стимул.

Прикметники. Прикметники та дієприкметники, що їх назвали анкетовані, є доволі розмаїтими і не складають чітко окреслених тематичних груп. Реакціями на стимул стали визначення: *щира, безкічечна, відверта, безмежна, безтурботна, батьківська, світла,*

жовтий (слова подаємо в тій формі, яку написали респонденти), *червоний, весела, весняна, нестримна, тепла, дитяча, невимовна.* Прикметникових реакцій значно менше порівняно з іменниковими та дієслівними.

Дієслова. Як і у випадку визначення типологічних ознак БОЛЮ на матеріалі української, російської, кримськотатарської, польської, англійської, французької та інших мов, набір таксономічних класів, із яких можуть добиратися дієслова на позначення проявів радості, є доволі обмеженим [11, с. 9]. Він налічує кілька груп.

По-перше, радість, як свідчать матеріали Корпусу текстів української мови [9], уподібнюється до живого суб'єкта, вона є активною, дієвою, пов'язаною у свідомості реципієнтів із рухом, що й передається відповідними лексико-семантичними групами та підгрупами дієслів: вона може *прийти, пройти, з'явитися, зникнути, побувати, обнімати, наповнити/заповнити, сповнити, розпірати* (душу, серце, очі, груди, атмосферу), *розсівати* (розсівати надії), як людина, вона може *жити, поселитися* (в душі, в серці), *ночувати* тощо.

По-друге, часом вона передається дієсловами на позначення домінування її як емоції над іншими психологічними станами, тобто вона може *панувати, домінувати, охопити, переповнити душу чи серце, затуманити* розум.

По-третє, її передають дієсловами на позначення звуків. На думку наших реципієнтів, зафіксовану у відповідях, радість *бринить, дзвонить, співає*. Вона може стимулювати суб'єкта чи об'єкт до видавання звуків, завдяки радості може співати людина (або її серце), співати може душа, сповнена радості (антонімічною реакцією є вираз *душа стогне, серце плаче*).

Радість здебільшого виражається через очі та міміку (рот), паралінгвальні дії.

Слово «усмішка» трапляється в багатьох контекстах і належить до типових психолінгвістичних реакцій. Це підтверджує й «Український асоціативний словник» С. Мартинек [8]: від радості *сяють, блищать, світляться очі*. Усмішка, як і інші паралінгвальні жести, є невід'ємним складником безпосереднього спілкування: вона виконує чимало функцій, забезпечуючи зв'язність реплік у діалозі, акцентуючи на домінуючій для повідомлення інформації, регулюючи процес мовлення, виступаючи заміном окремого висловлення. Мовець посміхнеться замість відповіді – і співбесідник його зрозуміє.

Водночас, як зазначає Т. Радзієвська, лексичні одиниці, що позначають паравербальну дію усмішки, наприклад, слова *усмішка, посмі-*



хатися, усміхатися, у безпосередньому спілкуванні не належать до частотних [2, с. 87]. Проте в ментальному лексиконі це слово зберігається як позитивне, таке, що належить до концептуального поля радості й, можливо, до інших концептуальних полів. Насамперед до поля щастя.

Радість в метафоричному осмисленні носіїв української мови має властивості води, вона *струмить з очей, летіть, тече з очей*, може *розлитися, залити груди, вирувати* [9]. Дослідники зазначають, що почуття часто сприймаються через рідину, що тече [10, с. 35]. Значення «наповнення рідиною», що передається дієсловом «налити/наливати», проступає й у концепту БІЛЬ [11, с. 100], наприклад, *налилася болем голова*.

Радість може «вимірюватися»: Корпус текстів української мови [9] містить такі приклади: *велика радість, найбільша радість, безмірна радість, безмежна радість, невелика радість, маленька радість*, але у відповідях респондентів градація не простежується, хоча «показники виміру» зафіксовано – *велика радість*.

Радість є бажаним психологічним станом, дарунком життя, а тому людина шукає радість у чомусь, у якихось явищах, процесах чи діях і, розуміючи цінність емоції, намагається подарувати радість іншому. Її можна *принести, передавати* комусь або, навпаки, *отримати* у вигляді подарунка (в широкому розумінні) від когось чи чогось, *розділити* з кимось. Як бачимо, суб'єктно-суб'єктні або суб'єктно-об'єктні відношення фіксують позицію мовця як активну або пасивну, каузатор, стимулятор почуття може перебувати в самому суб'єкті або ззовні, але саме почуття живе в душі людини. Такий розподіл, на наш погляд, корелює з поділом значень слова «любов», проведеним О. Шмельовим у 1994 р. [12, с. 208] під час читання лекцій у Віденському економічному університеті, де він виокремив значення «егоїстичної» й «альтруїстичної» любові. Протиставлення цих значень базується на передбаченні отримання задоволення і бажанні робити добро [12, с. 209].

Асоціативний дієслівний ряд, зафіксований у відповідях студентів, приклади якого вже наводились вище, засвідчив сприйняття радості як процесу, певної активної дії чи стану, наприклад, *стрибати; стрибати від щастя; співати, сміятись, гуляти; світяться очі; писати вірші; коли побачиш людей, яких давно не бачив; смеркає; цвітуть каштани*. Дві останні відповіді (*смеркає, цвітуть каштани*) підкреслюють ментальний зв'язок зазначеного концепту з концептом ПРИРОДА, реакція *писати вірші*, яку можна розшифрувати як «внутрішня потреба в «самореалізації», виявляє асоціативні зв'язки

радості з творчістю (роботою), інші – з власними реакціями на зовнішні подразники позитивного характеру.

Висновки. Аналіз реакцій свідчить, що концепт РАДІСТЬ для студентів сповнений позитивного змісту, вони сприймають це почуття певною мірою егоїстично, як намагання отримати задоволення від чогось, а не дарувати його комусь, але в межах концептуального поля в центрі його, поруч із ядром, сконцентровані слова, що передають поняття родини, кохання, дружби.

Насамкінець про поодинокі реакції, які в психолінгвістиці, на відміну від соціолінгвістики, яка оперує «серйозними цифрами», є теж надзвичайно важливими, оскільки показують межі концептуального поля та/або спорадичність вияву ознаки, а також народження нової цінності (а концепт є змістилищем культурних цінностей). Запропонований для реакції стимул – РАДІСТЬ – безумовно, є позитивним за своїми конотативними характеристиками, без ідеологічних напорувань. Але в деяких відповідях зазначено реакції *країна, Україна, перемога*, що підтверджує класичну думку: в нашій свідомості активізуються ті ментальні зв'язки, що передають зміст цінностей, які є найактуальнішими на цей час.

1. Кубрякова Е. С. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина. – М., 1996.
2. Радзівська Т. В. Нариси з концептуального аналізу та лінгвістики тексту. Текст – соціум – культура – мовна особистість / Т. В. Радзівська. – К., 2010.
3. Степанов Ю. С. Константы. Словарь русской культуры / Ю. С. Степанов. – М. : Школа «Языки русской культуры», 1997.
4. Степанов Ю. С. Концепты. Тонкая пленка цивилизации / Ю. С. Степанов. – М. : Языки славянских культур, 2007.
5. Бутенко Н. П. Словник асоціативних норм української мови / Н. П. Бутенко. – Львів, 1979.
6. Бутенко Н. П. Словник асоціативних означень іменників в українській мові / Н. П. Бутенко. – Львів, 1989.
7. Kurez I. Polskie normy powszechności skojażeń swobodnych na 100 słow z listy Kent-Rozanoffa // Studia psychologiczne. – 1967. – Т. 8.
8. Мартинек С. Український асоціативний словник : в 2 т. / С. Мартинек. – Львів, 2007. – Т. 1.
9. Корпус текстів української мови [Електронний ресурс]. – URL: www.mova.info/corpus.aspx?l=209.
10. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика / В. А. Маслова. – Минск : Тетра-Системс, 2008.
11. Концепт БОЛЬ в типологическом освещении / ред. В. М. Брицын, Е. В. Рахилина, Т. И. Резникова, Г. М. Яворская. – К. : Вид. дім Дмитра Бурого, 2009.



12. Зализняк А. Любовь и сочувствие: к проблеме универсальности чувств и переводимости их имен / А. Зализняк, И. Левонтина, А. Шмелев // Ключевые идеи русской языковой картины мира. – М. : Языки славянской культуры, 2005. – С. 207–225.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Shumarova Nataliya

Concept «joy» through the eyes of student audience

The article discusses the concept JOY and its linguistic and mental representations in the consciousness of the Ukrainian language speaker. The research was carried out on the data of the experiment among the Institute of Journalism students at the National Taras Shevchenko University of Kyiv. The associative reactions of students allowed to identify several thematic groups of vocabulary correlating with the concept, as well as lexical and grammatical categories of words activated in their consciousness during the experiment. The analysis showed that the concept JOY reflects various aspects of material and spiritual worlds of an individual, is positively evaluated, and contains not only constant and timeless components, but also those of specific temporal character as response to important current social events.

Keywords: concept JOY, experiment, association, lexical and thematic group.

Шумарова Наталья

Концепт «радость» в интерпретации студенческой аудитории

В статье рассмотрен концепт РАДОСТЬ и его представленность в речемыслительном поле сознания личности, говорящей по-украински. Материалам исследования стали результаты эксперимента, проведенного среди студентов Института журналистики Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. Ассоциативные реакции позволили выделить несколько тематических групп лексики, соотнесенных с названным концептом, и грамматические разряды слов, активизированных в языковом поле сознания. Анализ доказал, что концепт РАДОСТЬ соотносится с духовным и материальным миром человека, оценивается положительно и содержит компоненты не только константного, но и конкретно временного характера как ответ на социально значимые события последнего времени.

Ключевые слова: концепт РАДОСТЬ, эксперимент, ассоциация, ассоциативное поле, лексико-тематическая группа

Ольга Федоренко,

канд. філол. наук

УДК 811.161.2'366

Потенціал інтерактивних методів навчання у формуванні журналістської компетенції

У статті зосереджено увагу на важливості використання інтерактивних методів навчання у формуванні професійної компетентності майбутніх медійників; мотивується важлива роль моделювання, рольової гри та спільного вирішення проблем у роботі зі студентами-журналістами.

Ключові слова: інтерактивність, зворотний зв'язок, інтерактивне навчання, професійна компетентність, рольова гра, моделювання, спільне вирішення проблем.

Вступ. Інтерактивні форми впливу медіа на соціокультурне середовище є одним із основних складників сучасного комунікаційного процесу. Нові технології змінюють наші уявлення про масову комунікацію. Однобічне спілкування дедалі більше еволюціонує в інтерактивне. Усі засоби зворотного зв'язку не тільки дають можливість медійним каналам оперативно реагувати на події, що відбуваються, а й збагачують їх, наближаючись до конкретного сприймача. Такий підхід дозволяє аудиторії брати участь у роботі улюбленого ЗМІ, допомагає у створенні «живого» медіа. Від часу існування зворотного зв'язку, тобто інтерпретації інформації та реакції на неї мовця, залежить ступінь порозуміння в процесі обміну інформацією. Ефект комунікації зростає, якщо адресант активізує спілкування запитаннями, коментарями, уточненнями, контраргументами.

Завдання, яке ставить перед собою сучасний журналіст, полягає в тому, щоб усі створені ним інформаційні продукти були якісними, цікавими й такими, які давали б змогу утримувати постійну аудиторію та залучати до ЗМІ нову. До того ж засіб масової інформації зможе конкурувати на медіаринку з іншими об'єктами тільки тоді, коли не лише задовольнить інформаційні потреби аудиторії, а й зможе передбачити майбутні інформаційні запити реципієнтів.

Тож сучасні медіа зорієнтовані на діалогову форму взаємодії з аудиторією. Саме такий тип мовлення нині затребуваний суспільством. За цих умов актуальним є запровадження інтерактивних форм у навчальний процес студентів-журналістів, які вже в університеті мають засвоїти діалогову модель комунікування. Викладачеві треба застосовувати такі методи роботи, які здатні забезпечити високий рівень пізнавальної активності студентів, ефективність і результативність



навчальної діяльності [1] та зорієнтувати на майбутню професію. Саме цим зумовлена *мета* нашої наукової розвідки. Ключовим *завданням* вважаємо визначення, опис та мотивування доцільності інтерактивних методів навчання, які ми застосовуємо в роботі зі студентами-журналістами.

Теоретичним підґрунтям статті є праці Н. Голуб [1], Н. Мойсеюк [2], А. Слезенко [3], В. Стехіної [4], І. Чемерис [5; 6], у яких з'ясовано сутність понять «інтерактивність», «компетенція», окреслено їх основні характеристики. Приміром, В. Стехіна в науковій розвідці «Інтерактивність у сучасному медіасередовищі» [4] визначила першу із названих дефініцій, систематизувала відомості про засоби зворотного зв'язку, проаналізувала рейтинги, анкетування, опитування та інші методи досліджень, що їх застосовують сучасні ЗМІ для своєї популяризації. І. Чемерис [5; 6] з'ясувала сутність понять «компетенція» та «професійна компетентність». У працях Н. Голуб [1], А. Слезенко [3] детально охарактеризовано такі методи інтерактивності, як моделювання, рольова гра. Попри наявність окремих студій, присвячених порушеній нами проблемі, реалізація наукового пошуку ускладнюється браком достатньої кількості теоретичної інформації та її оглядовим характером.

Методи дослідження. Із метою всебічного й об'єктивного висвітлення проблеми в роботі використано комплекс наукових *методів*. Потреба в дослідженні чинників залучення уваги аудиторії зумовила вибір описового методу. Для вивчення інтерактивних методів навчання застосовано аналіз і синтез.

Результати й обговорення. У наукових колах триває дискусія щодо розуміння інтерактивності. *Інтерактив* (англ. *inter* – «між», «взаємний»; *active* – «діяльність, активність») тлумачать як оперативну діалоговість засобів масової інформації, їхню здатність до спілкування з аудиторією. *Інтерактивністю* також вважають особливості взаємодії між об'єктами і можливості отримувати інформацію різних видів та реагувати на неї [4, с. 164]. Дослідниця Н. Мойсеюк [2] акцентує на тому, що інтерактивність є здатністю взаємодіяти або перебувати в режимі діалогу з ким-небудь (людиною) або з чим-небудь (наприклад, комп'ютером).

Під час комунікації учасники спілкування не лише надсилають інформацію, а й постійно її приймають, тобто здійснюють *зворотний зв'язок*. На думку Ф. Бацевича, він є «реакцією адресата на повідомлення, яке допомагає адресантові зорієнтуватися в особі адресата, визначити міру дієвості своїх аргументів, переконатися в досягненні чи недосягненні комунікативної мети» [7, с. 67].

Діалогове спілкування фіксує не тільки обмін інформацією, а й організацію сумісних дій, що дають змогу реалізувати спільну для партнерів діяльність. Саме цей принцип покладено в основу інтерактивного навчання, суть якого полягає в тому, що процес пізнання відбувається за умови активної взаємодії його учасників: викладач і студент є рівноправними суб'єктами.

Тож *інтерактивне навчання* тлумачимо як спеціальну форму організації пізнавальної діяльності, що має на меті створення комфортних умов для навчання, за яких кожен студент відчуває свою успішність та інтелектуальну спроможність. Воно сприяє формуванню вмінь і навичок, як предметних, так і фахових; виробленню життєвих цінностей; створенню атмосфери співробітництва, взаємодії; розвитку комунікативних якостей.

На основі ретроспективного аналізу проблеми з'ясовано, що інтерактивні методи в навчальному процесі є ефективними у формуванні професійної компетентності майбутніх журналістів. Тож варто уточнити поняття «компетенція» і «професійна компетентність».

Дослідниця І. Чемерис [5] під *компетенцією* розуміє наперед задану вимогу до освітньої підготовки (стандарт), потенційну можливість, елемент компетентності. Остання – як комплексна особистісна категорія – означає практичну готовність та здатність людини діяти в певній галузі; вона охоплює знання, уявлення, навички, мотиви, цінності, реалізовані в життєвих та професійних контекстах, передбачає наявність досвіду діяльності. *Професійна компетентність*, на думку дослідниці, є системою теоретичної та практичної готовності особистості до ефективної самореалізації в професії, що досягається через парадигму професійно важливих знань, умінь, якостей, здібностей, схильностей і досвіду професійної діяльності [5; 6]. Погоджуємося з дослідницею та наголошуємо на тому, що компетентністю студентів-журналістів є насамперед уміння на практиці використовувати набуті навички, сформовані різними видами навчальної діяльності.

Варто нагадати, що *метод навчання* традиційно тлумачать як спосіб спільної структурованої діяльності викладачів та студентів, спрямований на досягнення цілей, означених галузевими стандартами підготовки фахівців. Враховуючи власний досвід, вважаємо за потрібне застосовувати на заняттях такі ефективні методи навчання, як рольова гра, моделювання, спільне вирішення проблем.

Рольова гра – це групова форма навчання, в процесі якої використовується рольова структура ведення заняття, тобто набір ролей, що регламентують діяльність і поведінку студентів [3]. Організаційною одиницею рольової гри є ситуація, котра «розігрується» та розгорта-



ється в процесі заняття як окремий сюжет. В його основі – навчальна або реальна життєва проблема, необхідний і достатній набір ролей, які розподіляються між учасниками [3].

За допомогою рольової гри студенти імітують реальну поведінку людей відповідно до задалегідь узгодженого «сценарію». Особи, не задіяні в грі, виконують функції експертів. Цей метод дає змогу вдосконалювати рольове спілкування, краще розуміти мотиви поведінки тих людей, з якими доводиться мати справу у професійній діяльності.

У своїй викладацькій роботі ми застосовуємо цей метод, зважаючи на мету та завдання певної дисципліни. Приміром, у межах курсу «Теорія соціального управління» (спеціальність 7.03030101 «Журналістика») студенти-випускники мають оволодіти технологією ухвалення та реалізації управлінських рішень; самостійно розробляти управлінські ситуації, інструментарій, що дасть можливість вивчити певну проблему; застосовувати прийоми різних технік з метою оптимізації медіауправління тощо. Вирішення управлінських завдань і ухвалення рішень – це завжди пошук альтернативи, який вимагає від учасників означеного процесу компетентності, творчості, активності, діалогічності.

Сутність рольової гри полягає в тому, що учасникам тренінгу пропонується певна життєва ситуація, в якій вони мають або продемонструвати власну поведінку, або уявити себе в ролі іншої особи та діяти відповідно до визначеного завдання. Важливою передумовою ефективного проведення рольової гри є чіткість постановки цілей як для учасників, так і для модератора (викладача або студента).

Зокрема, пропонуємо студентам «зіграти» ролі *керівника та підлеглого*. Наведемо приклади ситуацій для рольових ігор: 1) *нещодавно Вас призначено керівником відділу, співробітником якого Ви донедавна були. На 9 год. Ви викликаєте свого підлеглого, аби з'ясувати причини його постійних запізнь на роботу, але самі зненацька запізнюєтеся на 15 хв.*; 2) *підлеглий розважає Вас розмовою, тимчасом як треба виконувати термінову роботу*; 3) *телефонна ситуація: а) знайомства; б) представлення; в) призначення зустрічі з керівником тощо.*

Навчальна рольова гра є основним методом групового тренінгу. Учасники або самі беруть безпосередню участь у грі, або спостерігають за перебігом подій, а потім аналізують та обговорюють (дебріфінг) побачене та почуте. Як результат – засвоєння нових знань, навичок і зразків поведінки, які згодом можуть бути використані на практиці.

Надзвичайно ефективним вважаємо проведення навчальних прес-конференцій та дискусій різних форм. Наприклад, із курсу «Техно-

логія і методи поширення інформації» (у межах дисципліни «Журналістська майстерність») для освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» (напрямок підготовки 6.030301 – «Журналістика») традиційно пропонуємо організувати та провести прес-конференцію у формі рольової гри.

Згідно з теорією комунікації цей захід є особливим процесом обміну інформацією у сфері міжособистісних стосунків, тож виконує важливу роль у формуванні професійної компетенції майбутніх журналістів. Дослідники визначають *прес-конференцію* як спеціально організовану зустріч офіційних осіб (керівників, політичних діячів, представників структур державної влади, фахівців зі зв'язків із громадськістю, бізнесменів тощо) зі ЗМІ з метою інформування держави чи регіону з різноманітних питань (повідомити новину, ознайомити зі свіжою інформацією або ж зробити важливу заяву) [8]. Цей захід проводять тоді, коли є суспільно значуща новина й організація чи окрема публічна особа, безпосередньо пов'язана з цією новиною, бажає її прокоментувати, надати відомості з першоджерела.

Перед студентами ставляться конкретні завдання:

- 1) визначити інформаційний привід заходу;
- 2) продумати структуру прес-конференції, написати сценарій її проведення;
- 3) визначити рольові завдання для кожного студента в групі (модератор; доповідачі; студенти, які реєструють учасників заходу; виготовляють прес-пакет, зокрема прес-анонс, прес-реліз та інші інформаційні документи; оформляють аудиторію (таблички для спікерів із зазначенням імен та посад і бейджі для полегшення процесу комунікації); анонсують захід в університеті; запрошують гостей і журналістів місцевих ЗМІ; виконують роль фотографа, оператора; презентують певне видання як медійники, котрі ставлять запитання доповідачам, тощо);
- 4) розробити змістовні та дискусійні запитання (3–5) із зазначеної проблеми.

У визначенні інформаційного приводу для прес-конференції студенти керуються насамперед важливістю події та її зорієнтованістю на міську чи регіональну тематику, напр.: *відкриття першого хостіса на Черкащині; тарифи на проїзд у маршрутних таксі міста дорожчають; презентація в Черкасах інформаційної кампанії із профілактики ВІЛ-СНІДу; організатори благодійного етнофестивалю «Трипільські зорі» розпочинають акцію із залучення спонсорів; муфельну піч для спалювання біологічних відходів незабаром відкриють у Черкасах тощо.*



Кожна прес-конференція має свій план, чітку структуру як послідовність низки подій. Сценарій, розроблений студентами, містить перелік усіх аспектів майбутньої зустрічі із зазначенням виконавців і часу (до хвилин), відведеного на кожну частину заходу: відкриття; представлення організаторів прес-конференції; вступне слово ведучого; виступи (інформаційні повідомлення); запитання та відповіді; закриття; неофіційна частина – перегляд слайдів, відеороликів тощо.

Детальний поділ заходу на частини допомагає всебічно й відповідально підготуватися до кожного його етапу. Сумлінне ставлення речників до створення та виголошення промов, а журналістів – до розроблення запитань сприяє успішному проведенню прес-конференції.

Тож метод ролівої гри дає змогу створити предметний і соціальний контексти майбутньої професійної діяльності й тим самим моделювати значно адекватніші (порівняно з традиційними методами) умови для формування особистості спеціаліста. В умовах гри засвоєння нових знань поєднується із фаховою специфікою, навчання набуває колективного характеру, воно засноване на співробітництві й партнерстві.

Метод *моделювання* нині розглядають [1] як ефективний, перспективний, вартий широкого впровадження в навчальний процес, що зумовлено насамперед особистісно зорієнтованим, діяльнісним, розвивальним і творчим підходами. Моделювання сприяє активізації пізнавального процесу, корекції знань про явища та процеси, розвиткові уяви, формуванню аналітичного мислення тощо.

Суть моделювання виявляється у створенні умов для вивчення явищ та процесів, недоступних для безпосереднього спостереження за ними, ґрунтується на заміщенні реальних об'єктів їх умовними зразками, аналогами. Тож ключове його поняття – модель, що розглядається як певний аналог відповідного фрагмента дійсності [1].

Цей метод ми ефективно застосовуємо на спецкурсі «Організаційна та управлінська культура медіафахівця», що є логічним практичним продовженням уже згаданого вище дисципліни «Теорія соціального управління». Наприклад, пропонуємо студентам моделювання таких управлінських ситуацій: *зробіть зауваження підлеглому, який запізнився на роботу; поясніть працівникові, котрий не впорався зі своїми функціональними обов'язками; вийти на роботу у вихідний день та ін.* Після запропонованих учасниками «моделей» проводимо колективне обговорення в групі.

Надзвичайно ефективним, на нашу думку, є використання *методу спільного подолання проблем*, що допомагає у виробленні навичок вирішення конфліктів у межах означеного спецкурсу. Приміром, у

своїй роботі ми практикували завдання «Лікарня» [9]. Студентам пропонуємо таку ситуацію: *медичний заклад Х спеціалізується на пересадці донорського серця. Несподівано до лікарні надходить цей орган. У черзі на пересадку чотири особи: професор похилого віку, який працює над розробкою вакцини проти раку, його робота близька до завершення; 16-річна вагітна дівчина-сирота; молода жінка-медпрацівник, яка користується симпатією та повагою колег-лікарів цього закладу; вчителька – мати двох дітей, котра нещодавно поховала чоловіка, який загинув в автомобільній катастрофі. В усіх цих людей ситуація критична. Кожному з них залишилося жити не більше місяця. Треба вирішити проблему: кому віддати перевагу при пересадці донорського серця.*

Вкажемо на основні процедурні аспекти спільного вирішення проблеми.

1. Студентська група поділяється на 3–4 команди, кожна з яких після спільного обговорення (7–10 хв.) має запропонувати та обстоювати свою версію: *кому пересадити донорське серце*, висловивши власні ідеї, навести вагомі аргументи, запропонувати найоптимальніший підхід до розв'язання цієї складної проблеми.

2. Створюється група експертів (2–3 особи), які мають оцінити:

а) хто в кожній групі був лідером і чому?

б) яка з груп знайшла вагоміший аргумент, найправильніший підхід до вирішення проблеми?

3. Учасники груп обговорюють оригінальні ідеї і представляють їх.

4. Кожній групі експерти дають незалежну характеристику та оцінюють як перебіг обговорення, так і результат розв'язання конфлікту.

Наприкінці роботи викладач може зробити заяву про те, що в лікарнях із пересадки серця найчастіше, аби не було конфліктів, використовують єдиний критерій – *черговість прибуття пацієнтів до клініки, яку ретельно документують*.

Спільне вирішення запропонованої проблеми сприяє відвертому обміну думок, зіставленню різних поглядів, критичному аналізу ідей чи версій, розвиває навички взаємодії в команді та вміння толерантно вести діалог.

Висновки. Підсумовуючи, слід зазначити, що інтерактивними методами варто послуговуватися в навчальній діяльності, оскільки вони забезпечують високий рівень пізнавальної активності студентів, сприяють формуванню вмінь і навичок, як предметних, так і фахових, відкривають можливості самостійного пошуку у вирішенні тих чи тих проблем, навчають працювати в команді, відстоювати власну



точку зору та презентувати колективні напрацювання, розвивають комунікативні якості, допомагають у створенні атмосфери співробітництва та взаємодії. Окреслена в статті проблема спонукає до подальших розвідок в аспекті глибшого та спектрально ширшого вивчення інтерактивних методів навчання в роботі зі студентами-журналістами.

Подяки. За допомогу при підготовці нашої публікації висловлюємо подяку науковцям ННІ української філології та соціальних комунікацій Черкаського національного університету ім. Б. Хмельницького. Важливу роль у практичній реалізації навчальних прес-конференцій відіграли журналісти місцевих і регіональних періодичних видань («Нова Доба», «Прес-центр»), які виступали експертами та консультантами на ініційованих нами заходах, що заслуговує на особливу вдячність і спонукає до подальшої співпраці з ними.

1. Голуб Н. Модування як метод навчання у вищій школі // Вісник Львів. ун-ту. Сер. : Філологія. – 2010. – Вип. 50. – С. 66–72.
2. *Мойсеюк Н.* Педагогіка / Н. Мойсеюк. – К. : Академвидав, 2007. – 638 с.
3. *Слезенко А. О.* Рольова гра як один з активних методів навчання / А. О. Слезенко, Л. С. Касьянова // Теоретичні питання культури, освіти та виховання. – Вип. 47. – URL: <http://info-library.com>.
4. *Стехіна В.* Інтерактивність у сучасному медіасередовищі // Наукова школа Романа Іванченка : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. – К. : НТУУ «КПІ», 2010. – С. 164–174.
5. *Чемерис І. М.* Нові вимоги до спеціаліста: поняття компетентності та компетенції // Вища освіта України. – 2006. – № 2 (20). – С. 84–88.
6. *Чемерис І. М.* Проблеми професійної підготовки журналістів: порівняльний аналіз опитувань випускників // Вища освіта України. – 2006. – Т. 3 : Вища освіта України у контексті інтеграції до освітнього простору. – С. 286–290.
7. *Бацевич Ф. С.* Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – К. : Вид. центр «Академія», 2004. – 175 с.
8. *Ляйнеманн Р.* Измерения медиарелейшнз: как оценить вклад PR в успех компании / Р. Ляйнеманн, Е. Байкальцева. – М. : Вершина, 2006. – 248 с.
9. *Тюття О.* Комунікативна компетентність особистості // Кроки до компетентності та інтеграції в суспільство : наук.-метод. зб. / редкол. : Н. Софій (голова), І. Єрмаков (наук. ред.) та ін. – К. : Контекст, 2000. – 336 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Fedorenko Olha

The potential of team working in formation of journalists competence

The article is focused on importance of the team working used in formation of professional competence of future media-workers; it rationalizes the modeling role, the role playing game and the mutual problem solving in work with the students of journalism.

Keywords: interactivity, feed-back, interactive teaching, competence, professional competence, role playing game, modeling, mutual problem solving.

Федоренко Ольга

Потенциал интерактивных методов обучения в формировании журналистской компетенции

В статье сосредоточено внимание на необходимости применения интерактивных методов обучения в формировании профессиональной компетентности будущих медийщиков; аргументируется важная роль моделирования, ролевой игры, совместного решения проблем в работе со студентами-журналистами.

Ключевые слова: интерактивность, обратная связь, интерактивное обучение, компетенция, профессиональная компетентность, ролевая игра, моделирование, совместное решение проблем.



Максим Балаклицький,

канд. філол. наук

УДК 007: 304: 659.3: 277(477)

Перекладацька діяльність у книжковій публіцистиці українських протестантів

Переклади Біблії національними мовами – тяжке завоювання протестантської цивілізації. У статті показано масштаб проекту з актуалізації (шляхом перекладу) біблійного тексту в українській культурі й суспільстві, а також проаналізовано сприйняття протестантськими дослідниками завдань і перспектив біблійного перекладу як різновиду соціальної комунікації. Двадцятирічна діяльність Українського біблійного товариства й здійснення перекладу Біблії сучасною українською літературною мовою виявляють складність і непередбачувані наслідки цієї титанічної праці. Церковні аналітики прагнуть забезпечити наступність конфесійних традицій біблійних перекладів. Прибічники модернізації біблійної мови сприймають наступні переклади як нагоду відкрити глибини Святого Письма для нової аудиторії та наново осмислити засади власної ортодоксії.

Ключові слова: переклад, комунікація, протестант, Біблія.

Вступ. Якщо у протестантських ЗМІ України автохтони створюють більшість текстів, то у книговиданні до цього далеко. На українському ринку релігійної літератури частка перекладів зараз становить 70 % [1] – дві третини видань. Серед протестантських письменників перекладають здебільшого американських і німецьких авторів.

Уже на початку 2000-х рр. російські протестанти скаржилися на засилля перекладів [2]. «Процес вибору книг для перекладу став набагато осмисленішим», – зазначає М. Неволін [3]. Аналітик характеризує спеціалізацію видавництва, коли ті починають орієнтуватися не на попит і готовність замовника платити, а на пріоритетну нішу книговидавничої галузі. Він сподівається застати етап, коли «більшість видаваних книжок виявляться творами вітчизняних авторів, хоча при цьому неодмінно триватиме й випуск якісної перекладної літератури. Цей процес обіцяє бути як тривалим, так і, не побоююся цього слова, болісним». М. Неволін застерігає не форсувати цю тенденцію, не вдаватися до штучних заходів, дискримінації та протекціонізму.

Спроби оцінити загальний рівень перекладної літератури протестантів також відомі нам лише в російськомовному контексті. І. Подберезський не шкодує висловів у критичному виступі проти випадків видавничої кустарщини 1990-х рр.: «Гнітючо кепські пе-

реклади корисних богословських праць... гірше вже нікуди» [4, с. 124]; «знайомство з перекладною богословською літературою розчаровує надзвичайно» [4, с. 125], «значна частина книг, перекладених у серії «Біблійна кафедра», нікуди не годиться, користуватися ними неможливо» [4, с. 127–128]. Оглядач закидає цим виданням невимогливість і некомпетентність («хоча якраз протестантство здавна славилось ретельною роботою з текстами» [4, с. 123]), низьку культуру видавців, перекладачів і редакторів, незнання російських відповідників теологічних термінів, що перекладаються, або незбагненню нехиті звертатися до них («так звана «емігрантська російська мова»» [4, с. 123]), пропонує сприймати переклад як мистецтво і покликання.

Завершено багаторічну роботу над англо-російським словником для християнського перекладача [5]. Його четверте видання містить 11.000 слів і висловів, 4000 біблійних імен і назв, 7500 прикладів. Він об'єднує словник активного типу і словник труднощів перекладу, що охоплює термінологію трьох гілок християнства.

У середовищі українських протестантів тонкощі перекладної справи не викликають дискусій. Українські віряни спокійніше ставляться до перекладів, не настільки захоплені ідеєю самодостатності національної культури, як росіяни [6]. Однак за 2000-і рр. загальний рівень перекладів і оформлення книжок виріс і в нас. Викладання англійської мови в церковних вишах і на курсах виграє не стільки за рахунок академічності, скільки через нагоду спілкуватися з носіями мови – як правило, американськими пасторами й студентами-волонтерами. Перекладачі, до яких звертаються видавництва, напрацювали певний досвід, мали нагоду бувати за кордоном, отримати профільну освіту.

Протестанти найбільше опікуються перекладом однієї Книги, яку називають Святим Письмом. Біблія дотепер залишається книгою, перекладеною найбільшою кількістю мов світу. І зараз місіонери створюють абетки, щоб дати неписьменній етнічній групі біблійний текст зрозумілою їй мовою. Так було й раніше: приміром, «вірменську й грузинську азбуку швидше за все було створено спеціально для того, щоб перекласти цими мовами Писання» [7]. Переклади Біблії заклали основу літературних мов, сприяли розвитку національних культур. Реформаційна ідея національної церкви, національних мов проти «глобалістського» проекту католицької Європи, потреба розуміння священних текстів зробили переклад Біблії зрозумілою мовою нагальним завданням.

І в історії слов'янських народів, що традиційно асоціюють себе із православ'ям чи католицизмом, переклади Біблії здійснювалися за



наскрізної участі протестантів. Польську Радзивілліву Біблію називають кальвіністською [8, с. 142], Острозьку Біблію підготував міжконфесійний гурток, у складі якого були сочиніани та кальвіністи, у протестантських поглядах звинувачували П. Могилу, який розпочав (так і не завершений) проект перекладу Біблії. Діяльність Британського біблійного товариства (ББТ) спровокувала роботу і над Синодальним російським перекладом, і над українським перекладом П. Куліша, І. Нечуя-Левицького та І. Пулюя. ББТ випустило і переклад П. Куліша, і російський переклад єпископа Касьяна (Безобразова) (1970).

Наймасштабнішим проектом за участі українських протестантів, пов'язаним з перекладом і поширенням Святого Письма, є діяльність Українського біблійного товариства (УБТ). Засновником УБТ є баптистський пастор Я. Духонченко, котрий з початку 1980-х рр. ділився мріями про створення такої організації. Щойно Україна здобула незалежність, він виступив ініціатором створення УБТ (це сталося 22 червня 1991 р.). Із чотирьох церков-засновниць УБТ дві були протестантськими. На сьогодні з 17 колективних членів організації 11 – протестантські конфесії. Протестанти є представниками Всесвітніх біблійних товариств, які координують діяльність УБТ, українські протестанти є референтами сучасного українського перекладу Біблії, активними покупцями й розповсюджувачами продукції Українського біблійного товариства.

Біблійні товариства ставлять перед собою завдання зробити доступним (у перспективі) будь-якій людині біблійний текст зрозумілою їй мовою «без жодних коментарів догматичного, конфесійного характеру». Цієї мети вони намагаються досягти трьома методами: перекладаючи, друкуючи й поширюючи Святе Письмо.

Мета статті – показати масштаб проекту з актуалізації шляхом перекладу біблійного тексту в українській культурі й суспільстві, а також проаналізувати сприйняття протестантськими дослідниками завдань і перспектив біблійного перекладу як різновиду соціальної комунікації.

Результати й обговорення. Звичайно, найскладнішою справою УБТ є *переклад* Біблії сучасною українською літературною мовою. Регіональний координатор перекладу обґрунтовує необхідність нових ініціатив у цій галузі таким чином: «Мова багатьох перекладів надто застаріла. Існують переклади, здійснені настільки дослівно, що знову ж таки стали недоступними для людей. Можна зустріти і такі випадки, коли замість перекладів здійснюється вільна редакція тексту на сучасну літературну мову. Звичайно, цього робити не слід.

Потрібен добрий, точний в оригінальному плані і водночас легкий для сприйняття переклад» (Бюлетень УБТ. – 2002. – № 16. – С. 17).

Після пошуків основного перекладача правління УБТ зупинилося 1992 р. на кандидатурі архимандрита УГКЦ, доктора богослов'я Р. Турконяка. На той момент він перекладав Острозьку Біблію сучасною українською мовою. Цю ідею йому 1975 р. подав глава УГКЦ Й. Сліпий. За переклад Острозької Біблії, завершений 2003 р., Р. Турконяка нагороджено Шевченківською премією (2007). Як і Синодальний, переклад УБТ здійснювався із Септуагінти – грецького перекладу Старого завіту.

Завжди переклад сакрального тексту віруючими сприймається з пересторогою: чи піде це починання на користь згромадженню віри? Особа, яка зважилася на таке подвижництво, повинна налаштуватися на те, що основна критика надходитиме зсередини церкви, з боку ревнителів ортодоксії.

Робота над перекладом тривала 18 років: з 1993 по 2011 рр. У цей час правління УБТ неодноразово озвучувало стурбованість з приводу того, що прагнення зробити переклад екуменічно збалансованим – авторитетним і придатним для різних конфесій – наражалося на ревності окремих церков і звинувачення перекладної комісії в моноконфесійній політиці. Критики чинили спротив модернізації мови перекладу, вимагали зберегти в ньому церковнослов'янізми, застарілу лексику, мовні норми, що практично вийшли з ужитку (Бюлетень УБТ. – 1998. – № 7. – С. 29). Щоб протистояти цим претензіям, комісія надсилала главам українських церков завершені фрагменти перекладу для ревізування й наголошувала, що неповернення завізованих копій у домовлений час не завадить роботі над перекладом у запланованому режимі. «Якнайширша підтримка в цій роботі усіх існуючих церков... потрібн[а] для того, щоб переклад не став набуток якоїсь однієї конфесії. Кожна конфесія має бути впевненою, що переклад належить їй, тому що вона також вклала в нього частку своєї праці» (Бюлетень УБТ. – 2002. – № 16. – С. 17), – повторювали співробітники УБТ.

Однак для більшості протестантів пострадянського простору (і українці тут не виняток) непорушний статус основного, нормативного перекладу Біблії має російський Синодальний переклад (СП) 1876 р. Відповідно, виступи протестантів щодо модернізації біблійної мови, необхідності нових перекладів, зрозумілості біблійного тексту для вірян без теологічної освіти стосуються.

Ці дискусії можна сформулювати двома основними тезами: чи є мова СП настільки застарілою, щоб виправдовувати сучасні пере-



клади, та чи мають нові переклади переваги СП (зрозумілість не повинна досягатися за рахунок відповідності оригіналу). Ідеться про стратегію (від)творення біблійної (а значить, і богослужбової, сакральної) мови сучасними лексичними й стилістичними засобами: біблійну мову слід успадковувати від попередників – перекладачів, богословів, письменників – чи конструювати наново.

Нормативний стан СП є виграшним для протестантів. Тут спрацюють звичка, традиція, політичний вимір. Синодальний переклад виконаний спеціалістами державної конфесії тогочасної імперії, що забезпечує йому статус не просто офіційний, а затверджений на всіх рівнях – державному, культурному, релігійному, церковному. Завдяки безроздільному «пануванню» СП на пострадянському просторі протягом усього ХХ ст. він для тисяч віруючих ототожнюється з біблійним текстом. Цей переклад, з одного боку, можна подати як православний, з другого боку, російськомовні пастори при звичаїлися з опорою саме на нього захищати свої теологеми. Його цитують напам'ять. Він забезпечує спадковість поколінь вірних.

Ознаками обговорення цього питання були «присягання на вірність» СП на зразок: «Євангельські християни-баптисти зріднилися із синодальним текстом, вважають його «своїм» і насторожено ставляться до здійснюваних спроб здійснити новий переклад» [4, с. 260] – констатація без обґрунтування. «Немає потреби в заміні Синодального перекладу новим. Якщо ми розуміємо мову російських класиків, тоді чому вважаємо мову Біблії застарілою?» [9, с. 290] – аргументує інший автор. Достатність цього перекладу Писання він підтверджує й наявністю довідкової літератури, яка, на його думку, вирішує проблему розуміння архаїзмів у СП. Таку позицію можна назвати охоронною: ситуація стабільна, й її зміна загрожує непередбачуваними наслідками.

Науковий дискурс додав цій полеміці раціональної аргументації. О. Попов показує штучний, створений характер стилю СП [10]. Цей переклад народився у виразному протистоянні двох настанов: про-світницької, егалітарної, налаштованої на розуміння біблійного тексту пересічним читачем, і прагнення зберегти церковну монополію на тлумачення Біблії (зміст) і мовностилістичне представлення її тексту (форму). Згадаймо принципи підготовки СП: «1) переклад мав точно передавати оригінал, зрештою, відповідати властивостям російської мови та бути легко зрозумілим для особи, що читає; 2) щоб розміщення слів відповідало властивостям російської мови та сприяло ясності мови; 3) щоб слова і вислови при перекладі використовувалися завжди загальнозрозумілі, проте вживані у вищому

світі, й аж ніяк не простонародні» [11, с. 177–178]. Бачимо, що зрозумілість є лейтмотивом усіх трьох правил. Лишається з'ясувати, що вважати сучасною мовою, наскільки мова вищого світу є зрозумілою для інших верств суспільства, наскільки виправданим є збереження слов'янізмів.

Для порівняння: апологію письмової латини середньовічних університетів знаходимо у відомій роботі В. Онґа [12]. Автор аргументує, що винятково письмова («мертва») мова може стати і недоліком, і досягненням комунікації. «Мертва» мова не «виростає» із підсвідомості, в ній немає теплоти й спорідненості, але ця дистанція забезпечує авторську об'єктивність і небувале лексичне багатство. У писемності й друці, заявляє В. Онґ, мова досягає найвищого розквіту.

Другий зі згаданих поглядів містить цілком виправдані побоювання. Новий рівень, міра розуміння священного слова віщують постання нових смислів і практик благочестя. Нова екзегетика – значить нова теологія, нова теологія – значить нове згромадження віри. Залучаючись до справи перекладу, церква з великою ймовірністю бере участь у породженні нових релігійних рухів (зазвичай самовпевнених і задиристих). Новий переклад формує нову – читацьку, віруючу – аудиторію та / або трансформує стару: він «визначає не богослов'я й не догматику... [а] тип церковності. Священні тексти в тому чи іншому перекладі міняють ментальність людини» [13, с. 277].

Ще одним аспектом цієї полеміки були різні очікування: чи має переклад принести користь православній бібліїстиці, а чи, може, насамперед сприяти перетворенню суспільного життя в результаті морального вдосконалення читачів. «Досвід показує, що в тих місцях, де більше читають Слово Боже, люди робляться чеснішими, справедливішими й схильними до добра» [11, с. 139] – підкреслювали активісти Російського біблійного товариства ХІХ ст. Предметом обговорення було питання, належить переклад Біблії до «високої» чи «середньої» культури, чи покращиться соціум, який отримав і, можливо, прочитав Біблію? Що є метою біблійного тексту: філологічна адекватність чи адекватна рецепція? Де перебуває значення: в тексті чи в читачеві? Кому має «належати» Біблія – упослідженим, «народу» чи когорті богословів?

Протестанти-прибічники модернізації біблійного тексту, як правило, обирають трансформацію суспільства як критерій результативності роботи біблійних товариств. У масштабній роботі з політичної теології російського протестантизму [14] професор В. Бачинін тлумачить «євангелізм» як серединний шлях, противагу як лібераль-



ним версіям справедливішого суспільства, так і фундаменталістській доктрині державної церкви. Зрозуміло, що позацерковні аналітики є чутливішими до соціокультурних ефектів біблійного просвітництва. Найприхильніше західні науковці сприймають тезу протестантських апологетів про те, що в Англії XVIII ст. методистське пробудження під орудою Дж. Веслі спровокувало широку соціальну роботу вищих верств англійського суспільства серед бідноти, що згладило соціальні нерівності, позбавило сили соціалістичну пропаганду, загасивши роздмухані нею революційні настрої, та в підсумку врятувало країну від братовбивчого кровопролиття.

Протестанти-апологети модернізованого перекладу [7; 17] твердять, що призвичаєність до окремого перекладу може перешкодити витлумаченню біблійного тексту, враховуючи сучасну ситуацію, актуалізації його в такий спосіб. Те, що здається зрозумілим спеціалістові, може не бути таким для пересічного читача. Вони закликають не до естетичного замилювання канонізованим традицією способом репрезентації Божого Слова, перетворення його на словесну ікону, а до роздумів над біблійним текстом і впровадження його тез у практику. Сутність перекладу як форми комунікації доводить, що мова є засобом спілкування, а не метою.

На думку М. Чернявського, «Біблія від початку була приречена на переклад». Перекладацька справа – реалізація Божої волі. Допомагаючи іншій людині зрозуміти Святе Письмо, перекладач повторює чудо П'ятидесятниці – зішестя Святого Духа, який дарував апостолам змогу долати мовні бар'єри. Автор називає ерессю тримовності середньовічне вчення про те, що біблійний текст може побутувати тільки мовами, якими було виконано напис над головою розіп'ятого Христа. Ідея «сакральних» і «профанних» мов є «антимісіонерською доктриною», виявом культурної гегемонії. Кожна людина має право розуміти волю Божу своєю мовою. Особиста комунікація з Богом вимагає зняття культурного (й духовного) посередництва.

Другим завданням УБТ є *друж* Святого Письма. На початку 1990-х рр. цьому перешкоджало застаріле поліграфічне обладнання й, як завжди і всюди, фінансові труднощі. Речники товариства неодноразово говорили про необхідність формування традицій національного меценатства. Із 1995 р. УБТ випускало (іноді в багато накладів) повну Біблію або її частини українською, російською, болгарською, ромською, кримськотатарською мовами, різні видання Біблії для дітей, спортсменів, довідкову біблійну літературу. Наприкінці 2002 р. «уперше за історію існування Товариства частка розповсюдження Святого Письма та Нових Заповітів українською мовою

перевищила відсоток примірників Біблій та духовної літератури російською мовою» (Бюлетень УБТ. – 2003. – № 20. – С. 6). Святе Письмо було представлено в аудіоформаті (касети, диски), виконано шрифтом Брайля для сліпих. Електронні формати включали версії біблійного тексту для інтернету, мобільних телефонів, «читалок», iPhone, iPad. Мільйонний наклад підручника британських науковців Д. Гудінга і Дж. Леннокса «Світогляд: для чого ми живемо і яке наше місце у світі» розповсюджувався «з допомогою Міністерства освіти України» (Бюлетень УБТ. – 2002. – № 19. – С. 8) по школах і вищих навчальних закладах країни.

Розповсюдження біблійної літератури УБТ починалося з розподілу книжок, переданих закордонними християнами. «Майже 1 мільйон 700 тисяч примірників Біблій» (Бюлетень УБТ. – 1995. – № 1. – С. 5) направило в Україну в 1992–1995 рр. Об'єднане (всесвітнє) біблійне товариство. Задуми УБТ може проілюструвати висловлювання: «Ми зобов'язувалися забезпечити Св. Письмом кожен сім'ю протягом 10 років» (Бюлетень УБТ. – 1997. – № 5. – С. 3).

Щороку діє окрема благодійна програма публікації й розповсюдження книг для знедолених верств населення. У 2001–2005 рр. це були «Можливості 21», у рамках яких «надруковано понад 2.360.000 примірників різних видань. Половина всіх видань була призначена дитячій аудиторії. За нашими підрахунками, програма охопила 5 % населення нашої країни» (Бюлетень УБТ. – 2005. – № 27. – С. 9). Наступні програми розраховувалися на річний термін: «Надія дітям-інвалідам» (2006), «Слово Боже – слабозорим і незрячим дітям» (2007), «Слово Боже в будинки для престарілих» (2008), «Послання надії» (для будинків престарілих; 2009), «Подаруємо надію» (для дітей на тривалому лікуванні; 2010), «Слово Боже для людей похилого віку» (2011), публікація Євангелія зі свідченнями футболістів – до Євро-2012.

2002 р. УБТ запровадило святкування Дня Біблії як інформаційний привід для актуалізації та розповсюдження християнської літератури. Із 2003 р. церкви відзначають це свято у всеукраїнському масштабі. Верховна Рада України «ухвалила Постанову щодо сприяння в організації та проведенні заходів, присвячених Дню Біблії в Україні» та проголосила 2004 р. роком Біблії. Один із головних складників цих заходів – відвідини співробітниками УБТ й церковними симпатиками наукових, навчальних, лікувальних, силових, виправних закладів для дарування християнських видань. На сьогодні УБТ розповсюдило понад 8,2 млн видань Біблій, Нових заповітів, частин Біблії та іншої літератури.



Висновки. Постійним завданням протестантизму – міжнародної християнської течії – є переклад як форма міжкультурної комунікації. Його метою є досягнення християнського порозуміння понад міжнародними та мовними поділами, кордонами. Переклад не завжди є ознакою несамостійності, учнівства; він розвиває національну культуру також. Незамінною є роль протестантів в упріступненні Біблії національними мовами. Біблійний текст відіграє у світогляді євангеліків іншу – безпрецедентно важливу – роль, ніж у вченні й практиці історичних церков.

Протестанти виступили ініціаторами створення Українського біблійного товариства (УБТ), є міжнародними й національними референтами перекладу, покупцями, розповсюджувачами й основними споживачами його продукції. Їхні церкви становлять більшість колективних членів УБТ. Завданнями товариства є переклад, друк і розповсюдження Святого Письма. Із 1991 р. УБТ поширило 8,2 млн видань Біблій, її частин та інших видань, щороку проводить масштабні добродійні заходи. Головна справа організації – здійснення перекладу Біблії сучасною українською літературною мовою (2011).

Однак і в протестантських колах пострадянського простору немає одностайного погляду на доцільність нових перекладів сакрального тексту. Частина протестантів бачать більше переваг у збереженні «канонічного» статусу Синодального перекладу (СП). Найперше спрацьовує звичка, бо євангеліки користувалися СП усе ХХ ст., коли слов'янська бібліїстика практично не розвивалася. Синодальний переклад зустрічає суспільне прийняття, бо його статус закріплений авторитетом православної церкви й своєю 130-річною історією. Текст СП не є критично незрозумілим. Їхні опоненти стверджують, що переклад не може відповідати оригіналу й небезпека гарного перекладу полягає в імовірності ототожнення його з оригінальним текстом. Натомість слід порівнювати різні переклади як засадничо недосконалі й таким чином наближатися до досягнення первісного твору. Прихильники експериментальних перекладів пропонують не боятися нових ересей, а «вимірювати» будь-який переклад зміненим життям суспільства. Методистське пробудження в Англії ХVІІІ ст. дає надію на відтворюваність другого варіанта.

1. *Фронощук М.* Репертуар сучасних українських видавництв релігійної літератури : рукопис / М. Фронощук.
2. *Никольская Т.* Письмо читателя издателю // Мирт. – 2000. – № 3.
3. *Неволин М.* Третий этап христианского книгоиздания // Мирт. – 2005. – № 4.
4. *Подберезский И.* Протестанты и другие: Религиозная публицистика / И. Подберезский. – С.Пб : Мирт, 2000. – 392 с.

5. *Христианство:* англо-русский активный словарь / ред. М. Волович. – К. : Ассоциация «Духовное возрождение», 2011. – 704 с.

6. *Черенков М.* Украинский и российский баптизм: общее и особенное // Мирт. – 2009. – № 1.

7. *Чернявский М.* Говорят ли Бог по-русски? // Мирт. – 2007. – № 6.

8. *Любашенко В.* История протестантизма в Украине / В. Любашенко. – Львів : Вид. спілка «Просвіта», 1995. – 350 с.

9. *Патц А.* Искренне ваш... / А. Патц. – Idar-Oberstein : Titel-Verlag, 2011. – 394 с.

10. *Popov A.* A literary approach to assessment of style in translation of biblical narrative. Case-study: Russian translations of Ruth : a dissertation submitted to the University of Wales in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Theology in Biblical Studies / A. Popov. – Prague : IBTS, 2003. – 59 p.

11. *Астафьев Н.* Опыт истории Библии в России в связи с просвещением и нравами / Н. Астафьев. – С.Пб. : Тип. В. С. Балашева, 1892. – 231 с.

12. *Ong W.* Orality and literacy. The technologizing of the Word / W. Ong. – Routledge, 1982. – 179 p.

13. *Суворова О.* Мы только стоим на берегу... / О. Суворова. – М. : Эксмо, 2012. – 304 с.

14. *Бачинин В.* Национальная идея для России. Выбор между византизмом, евангелизмом и секуляризмом. Исторические очерки политической теологии и культурной антропологии / В. Бачинин. – С.Пб. : Алетей, 2005. – 366 с.

15. *Десницкий А.* Новая русская Библия: сравнение двух Заветов [Электронный ресурс] // Богослов.ru. – 6.06.2011. – URL: <http://www.bogoslov.ru/text/1737359.html> (26.05.2014).

16. *Десницкий А.* Трудности перевода. Как относится к новым переводам Библии? // Отрок.ua. – 2010. – № 4.

17. *Наше* понятное и непонятное христианство. Беседы о жизни и вере. – Торонто : TFM, 2012. – 288 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Balaklytskyi Maksym

Translation activity in the book publicism of ukrainian protestants

The translation of the Bible into the national languages is a hard achievement of Protestant civilization. The aim of the article is to show the scale of the project of actualization (by means of translation) of the biblical text in the Ukrainian culture and society and to analyze the perception by Protestant researchers of tasks and prospects of biblical translations as a kind of social communication. 20-year activity of the Ukrainian Bible Society and implementation of Bible translation into the contemporary literary Ukrainian language show the complexity and unpredictable consequences of such enormous work. The church analysts strive to provide continuity of denominational traditions of Bible translations. The proponents of biblical language's modernization perceive subsequent translations as an opportunity to discover the depths of Scripture and a reason to rethink their own orthodoxy.

Keywords: translation, communication, Protestant, Bible.



Балаклицкий Максим

Переводческая деятельность в книжной публицистике украинских протестантов

Переводы Библии на национальные языки – тяжелое завоевание протестантской цивилизации. В статье показан масштаб проекта по актуализации (путем перевода) библейского текста в украинской культуре и обществе, а также проанализировано восприятие протестантскими исследователями заданий и перспектив библейского перевода как разновидности социальной коммуникации. Двадцатилетняя деятельность Украинского библейского общества и осуществление перевода Библии на современный литературный украинский язык выявляют сложность и непредсказуемые последствия этой титанической работы. Церковные аналитики стремятся обеспечить преемственность конфессиональных традиций библейских переводов. Сторонники модернизации библейского языка воспринимают последующие переводы как возможность открыть глубины Священного Писания и заново осмыслить основания собственной ортодоксии.

Ключевые слова: перевод, коммуникация, протестант, Библия.

Марина Навальна,

д-р філол. наук

УДК 811.161.2'373 (070)

Конфесійна лексика в мові інтернет-видання «Українська правда»

У статті проаналізовано найуживаніші одиниці конфесійної лексики, які актуалізувалися в мові інтернет-видання «Українська правда» на початку ХХІ ст., описано нові лексико-семантичні вияви конфесійної лексики, визначено їх стилістичну роль. Простежено тенденцію до політизації релігійної тематики, надто в період виборчих процесів.

Конфесійна лексика представлена як у матеріалах з релігійної тематики, так і в публікаціях про суспільно-політичне життя. Вона виконує переважно інформаційну функцію, надає журналістським матеріалам відтінку «книжності», зокрема урочистості та піднесеності.

Ключові слова: конфесійна лексика, мова інтернет-видання «Українська правда», лексико-семантичні процеси, стилістична роль.

Вступ. Друкування матеріалів релігійної тематики, розповіді про життя конфесій у засобах масової інформації розширюють вживання певних лексичних одиниць. О. Стишов у досліджуваній період виділяв кілька новітніх груп лексем релігійної тематики: позначення невідомих раніше в Україні релігійних течій, рухів, сект тощо; номінації провідників, послідовників та прибічників різних конфесій, течій тощо; слова, що передають різні назви конфесійних наук, вчень, реалій, понять та ін. [1, с. 81–82]. Останнім часом широко використовують конфесійну лексику в мові електронних видань. Серед інтернетівських матеріалів здебільшого виокремлюємо назви служителів церковно-релігійного культу та осіб, пов'язаних з ними; назви церковно-релігійних споруд та їх частин; назви богослужбових реалій; назви церковно-календарних подій; назви богослужбових обрядів.

За час незалежності України опубліковано низку праць, присвячених різним аспектам функціонування української сакральної мови. Чи не найбільшу увагу звернено на лексику християнських релігійних текстів, церковну термінологію, новітні процеси в цій лексиці тощо [2; 3; 4; 5; 6; 7; 8]. Українську церковно-обрядову лексику визначено як сукупність мовних одиниць (слів і словосполучень), які, позначаючи реалії та поняття, пов'язані з виконанням церковно-обрядового акту, функціонують у ролі знакових засобів спілкування в практиці богослужіння та в її описі (літургіка – наука про богослужіння) [6, с. 353]. У складі української церковно-обрядової лек-



сики виокремлюють найменування частин храму та предметів церковного вжитку, назви церковних посад, назви богослужбових книг, назви церковних співів, назви релігійних свят, постів, загальниць тощо, а також назви церковних богослужінь, обрядів, священнодій, їх різновидів та частин, що визначають як богослужбово-обрядову лексику [4, с. 7]. В українському мовознавстві загальноновизначеної, єдиної класифікації конфесійної лексики немає, а ті групи слів, що сформовані досі, є здебільшого відкритими. Окремі лексеми цих груп під впливом позамовних чинників активізуються в українській мові в різні періоди.

У пропонованій статті ставимо за мету проаналізувати найуживаніші одиниці конфесійної лексики, які актуалізувалися в мові українського інтернет-видання «Українська правда» на початку ХХІ ст., окреслити нові лексико-семантичні вияви конфесійної лексики в публіцистиці.

Методи дослідження. Для вивчення функціонально-стильових параметрів конфесійної лексики використано методи спостереження та описовий. На різних етапах дослідження послуговувалися методом функціонального аналізу для визначення стилістичного навантаження лексичних одиниць.

Результати та обговорення. Доповідь про функціонування конфесійної лексики в мові інтернет-видання «Українська правда» було виголошено та обговорено на ХХ (ювілейній) міжнародній науково-практичній конференції з питань мовної політики в Україні, проблем функціонування та розвитку української мови «Мова. Суспільство. Журналістика» (присвячується 180-річчю Університету), м. Київ, 11 квітня 2014 р. Під час обговорення оприлюднено висновки, що конфесійна лексика актуалізувалася в інтернетній журналістиці й потребує подальших досліджень.

У конфесійній лексиці типовими є слова для найменування Бога, явищ потойбічного світу і стосунків людини з Богом [7, с. 284]. В українській мові лексеми із семою «Бог» увійшли не тільки до спеціалізованих релігійних видань, а й до інтернет-видань, напр.: «„*Побійтеся Бога, я ж нормальна людина*”, – розповів Луценко» («Українська правда», 26.02.2013).

Синонімами до слова *Бог* дослідники називають лексеми *Вседержитель, Всевишній, Всемогутній*, у яких збережено етимонне значення, що об'єктивує всевладність, абсолютну владу над небом і землею, вічне джерело сили і влади, верховенство над матеріальним та ідеальним світом. Ці Божі імена відображають універсальні уявлення про Бога, що засвідчує функціонування їх як кореферен-

тів [7, с. 10]. У мові інтернет-видання, крім згаданих, виявлено низку інших лексем, які номінують *Бога: Господь, Спаситель, Учитель, Творець* та ін. Пор.: «*Нехай Всемогутній Господь оберігає кожну українську родину*» («Українська правда», 12.06.2011).

Серед загальнорелігійних найменувань умовно виділяють номен на позначення конкретних релігійно-міфічних осіб та біблійних персонажів (*Бог, Ісус Христос, Святий Дух, Мати Божа, святий, апостол, Іуда, ангел, чорт* та ін.) [9, с. 13]. Власні назви (*Бог, Ісус, Святий Дух, Трійця, Божа Матір*) у мові української інтернетної публіцистики зазвичай мають позитивну конотацію, символізують продовження добрих діянь, сподівань на краще, віри та ін., напр.: «*Як пише апостол Павло: Таємниця, захована від віків...*» («Українська правда», 06.01.2010).

Номен на позначення конкретних релігійно-міфічних осіб та біблійних персонажів, що є загальними назвами (*апостол, святий, преподобний, ангел, пророк, святі*), характерні для текстів спеціальної історичної тематики, коли є потреба розтлумачити легенду, міфологічний сюжет тощо. Цих назв у журналістиці не уникають в описах сучасних суспільно-політичних подій із саркастичною настановою. Пор.: «*...у монастир, котрим заправляють "святі отці" з "канонічного" Московського патріархату...*» («Українська правда», 14.06.2012).

Серед назв загальних релігійно-культурних понять переважають іменники (*релігія, божественність, духовність, віра, потойбіччя, забобони* та ін.), які зазвичай надають публіцистичним текстам піднесеного або стверджувального характеру, що властиве здебільшого не газетним текстам, а спеціальним виступам проповідників. Пор.: «*...церква, релігія завжди стояли на захисті здоров'я людини...*» («Українська правда», 29.11.2012).

Спостерігаємо тенденцію до частішого вживання у мові інтернет-видань прикметників (*біблійний, релігійний, християнський, гріховний* та ін.), здебільшого характерних для публікацій повчального змісту, подання моральних принципів і релігійних правил (канонів). Такі тексти мають подекуди абстрактно-філософський характер, що є новим у сучасній журналістиці, яка прагне до інформаційної насиченості, сенсацій та реальних фактів. Напр.: «*А як казав один біблійний мудрець, кожному воздасться за справи його...*» («Українська правда», 16.09.2010).

На противагу назвам нових релігійних течій, рухів, шкіл, культів, угруповань (*харизматизм, дзен-буддизм* та ін.), що широко функціонували в українській мові кінця минулого століття [1, с. 81], на



початку ХХІ ст. активізувалися лексеми, що називають форми сучасних релігій, церкви та їхні структурні підрозділи. Це – загальні назви *християнство, православ'я, протестантизм, секта, конфесія, автокефалія, парафія, єпархія, патріархія, католицизм, канонічні та неканонічні церкви, окатоличення* та ін., власні назви *Українська православна церква Київського патріархату, Українська православна церква Московського патріархату, Московський патріархат, Українська греко-католицька церква, Українська римо-католицька церква* тощо. Саме ці лексеми свідчать про діяльність не однієї, а кількох церков чи їхніх конфесій в Україні, про певні протистояння між ними. Напр.: «*Ігри в „українських патріотів“*». Що таке *націоналізм*» (заг.). «*Іслам – християнство, православ'я – католицизм, суніти – шійти й так далі*» («Українська правда», 18.11.2010); «*Українська православна церква Київського патріархату обстоює українську мову...*» («Українська правда», 07.01.2013).

Порівняно з попередніми роками істотно розширилося вживання назв служителів церковно-релігійного культу й осіб, пов'язаних з ними (*патріарх, священник, священнослужитель, єпископ, предстоятель, диякон, піп, митрополит, проповідник, чернець*) [9, с. 21], за рахунок назв проповідників, послідовників, прибічників, представників віруючих різних конфесій (*християнин, мирянин, прихожанин, сповідник, вірянин*), напр.: «*У День Хрещення Русі Україну вже традиційно відвідує глава Російської православної церкви, патріарх Московський і всієї Русі Кирило*» («Українська правда», 06.02.2013); «*Греко-Католицька церква налаштована „відважно“ проповідувати, – український єпископ*» («Українська правда», 11.03.2013); «*Як мудро запримітив один відомий український чернець отець Василь Зінько, подібно чинила радянська влада...*» («Українська правда», 16.06.2010); «*Українська греко-католицька церква закликає своїх прихожан не продавати свої голоси на виборах Верховної Ради. „Християнин ні в якому разі не може продавати свого виборчого голосу, так само як і не може купувати голосів виборців на користь якоїсь політичної сили, бо, таким чином, стає прямим співучасником корупції і руйнує наше суспільство“*, – наголошують в УГКЦ» («Українська правда», 28.07.2012).

Лексема *патріарх*, що вказує на «найвищий титул переважно у православній церкві, а також особи, що має цей титул» [10, с. 711], активізується в мові інтернетних видань під час візитів служителів церкви, які обіймають найвищі посади. Приміром, у зв'язку з поїздкою Московського патріарха Кирила до України почастишало

вживання конфесійної лексики. Крім слова *патріарх*, активно використовують синоніми *владика, святіший*. Напр.: «*Після того, як РПЦ очолив патріарх Кірил, розпочався курс на згортання самоврядування...*» («Українська правда», 04.02.2013); «*Під час проповіді владика Борис сказав...*» («Українська правда», 28.02.2013); «*Святіший... сподівається, що зможе відвідати Рівне в найближчому майбутньому...*» («Українська правда», 02.08.2009).

До назв осіб – проповідників, послідовників, прибічників, представників вірян різних конфесій – журналісти подають антоніми *атеїст* («прихильник атеїзму; безбожник, безвірник») [10, с. 27] та *єретик* («людина, яка відступилася від догм панівної релігії») [10, с. 270], напр.: «*Михайло Горбачов: „Я все ж таки формувався як атеїст“*» («Українська правда», 26.02.2009); «*Мельниченко показав запис... На його адресу звучали: покидьок, єретик, негідник*» («Українська правда», 19.10.2007).

Із групи слів, які означають богослужбові обряди, до активно вживаних потрапили *молебень, літургія, тайнство, богослужіння, заповідь, освячення, постриг* та ін. Здебільшого в мові інтернет-видання вони з'являються у зв'язку з описом журналістами обрядів та певною мірою через модні тенденції щодо цих дійств. Напр.: «*Молебень почнеться в Києво-Печерській лаврі о 9-ій години*» («Українська правда», 11.12.2012); «*...у соборі міста Острога відбулася святкова літургія на честь мученика Федора*» («Українська правда», 27.08.2012); «*Янукович тільки подивився на освячення води в Дніпрі (заг.). ...подія нагадує про благодатний вплив тайнства хрещення на людську духовність...*» («Українська правда», 19.01.2013); «*Те, що завдяки Сталіну частина народу забула заповідь „не убий“, схоже, не дуже турбує кандидатів...*» («Українська правда», 11.01.2013); «*У Ватикані не змогли вибрати Папу з першого разу (заг.). Після голосування має відбутися вечірнє богослужіння...*» («Українська правда», 12.03.2013).

На позначення «будівлі, де відбувається богослужіння, релігійні обряди» [10, с. 1352] у мові українського інтернет-видання «Українська правда» почали частіше послуговуватися лексемою *храм*. Це зумовлене тим, що ця лексема утримує в тексті традиційну позитивну конотацію [9, с. 24]. Слово *церква* із цим значенням фіксуємо рідше, воно здебільшого позначає «релігійну організацію духовництва і віруючих, об'єднану спільністю вірувань та обрядовості» [10, с. 1361]. Напр.: «*Воскресеньський храм Києво-Печерської лаври почали ремонтувати*» («Українська правда», 25.12.2012); «*У пресу просочилися подробиці дискусії кардиналів про проблеми, з якими*



стикається *церква*, а також *інтриг*, які виникають в ній» («Українська правда», 12.03.2013).

Найбільшу групу становлять назви церковно-календарних подій та свят. Під дією позамовних чинників, зокрема повернення українців до традицій святкування та дотримання церковних канонів, ця група в мові інтернетної публіцистики на початку нинішнього століття представлена широко. Сайт повідомляє про великі релігійні свята, навіть стало модним описувати історію визначних днів церковного календаря. Свята (*Різдво Христове*, *Великдень*, *Вербна неділя*, *Покрова Пресвятої Богородиці*, *Миколай*, *Стрітення* та ін.) і дні, встановлені за певними традиціями (*піст*, *Великий піст*, *Петрівський піст*, *Різдвяний піст*, *Великодній тиждень* та ін.), надають мові української періодики урочистості, піднесеності, святковості. Активне вживання назв церковно-календарних подій та свят засвідчує передусім зацікавлення українців датами релігійного календаря. Зазвичай такі тексти інформують читачів про події, описують певні звичаї. Пор.: «*Москаль попросив Януковича звільнити Луценка на Великдень*» («Українська правда», 10.03.2013); «*На Миколая гості придуть із подарунками*» («Українська правда», 15.12.2012); «*Вітаю з початком Великого посту. Я теж тримаю піст*», – написала Тимошенко» («Українська правда», 07.03.2011).

Конфесійна лексика з'явилася в заголовкових комплексах інтернетних публікацій. Заголовки з релігійними словами різних тематичних груп мають переважно інформаційне спрямування, цей процес найбільше активізується і пов'язаний з певними подіями в церквах: візити й заяви патріархів, вибори папи тощо. Напр.: «*У Ватикані все готове до виборів понтифіка*» (заг.) («Українська правда», 12.03.2013); «*Патріарх Філарет: ми за українську мову і проти Митного союзу*» (заг.) («Українська правда», 07.01.2013); «*Патріарх Кирило закликав священників відмовитися від дорогих машин*» (заг.) («Українська правда», 28.12.2012); «*Новий Папа Римський був вихованцем українського священника*» (заг.) («Українська правда», 14.03.2013).

Незрідка журналісти вдаються до конфесійної лексики в заголовках, щоби привернути увагу читачів, напр.: «*У Києві підпалили нелегальну капличку*» (заг.) («Українська правда», 15.12.2012); «*Конфесія національного компромісу*» (заг.) («Українська правда», 04.03.2010).

Конфесійна лексика та релігійні вислови в мові сучасної української інтернетної публіцистики слугують засобом іронії, особливо в тематичі політичного життя, виборів зокрема. Загалом журналісти

доволі обережно використовують конфесійну лексику як засіб глузування, висміювання, сатири тощо. Напр.: «*...а потім „князі церкви“ вирушають до Будинку Святої Марфи...*» («Українська правда», 12.03.2013); «*Київські священники під час служби піарять кандидата в депутати*» (заг.) («Українська правда», 09.10.2012); «*На Рівненщині архієпископ агітував за „регіонала“*» (заг.) («Українська правда», 27.08.2012).

Часто назви різних релігій, течій, конфесій та ін. подають абрєвіатурами, що подекуди ускладнює сприйняття інформації, особливо для неознаного в релігійній тематичі читача. Напр.: *УПЦ КП – Українська православна церква Київського патріархату*; *УПЦ МП – Українська православна церква Московського патріархату*; *УГКЦ – Українська греко-католицька церква* та ін. Пор.: «*Священники УГКЦ змагаються у слаломі на Буковелі*» (заг.) («Українська правда», 28.02.2013).

Висновки. Отже, під дією позамовних чинників на початку ХХІ ст. у мові українського інтернетного видання «Українська правда» активізувалося вживання конфесійної лексики. Ці мовні одиниці представлені як у матеріалах релігійної тематики, так і в публікаціях про суспільно-політичне життя. Найчастіше в матеріалах сайту використовують назви богослужбових обрядів, загальнорелігійні найменування, назви на позначення конкретних релігійно-міфічних осіб, а також назви сучасних релігій, церков та їхніх структурних підрозділів.

Конфесійна лексика переважно виконує інформаційну функцію, надає журналістським матеріалам відтінку «книжності», зокрема урочистості та піднесеності.

Спостерігаємо тенденцію до вживання конфесійної лексики в переносному значенні, а також у заголовках як засіб привернення уваги споживачів інформації. Подекуди конфесійні лексеми слугують засобами вираження іронії, сарказму, найчастіше щодо діяльності політиків. Простежуємо тенденцію до політизації релігійної тематики, надто в період виборчих процесів.

Подяки. Автор вдячний колегам з кафедри професійної освіти ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди» за участь в обговоренні означеної наукової проблеми та слухні зауваження і рекомендації.

1. *Стишов О. А.* Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації) : [монографія] / О. А. Стишов. – К. : Вид. центр КНЛУ, 2003. – 388 с.



2. *Бібла С. В.* Склад, джерела і шляхи формування української церковної термінології (назви церковних чинів та посад) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова» / С. В. Бібла. – К., 1997. – 20 с.
3. *Бочарова І. В.* Лексико-семантичні та граматичні параметри назв релігійних свят у сучасній українській мові : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 «Українська мова» / І. В. Бочарова. – К., 1999. – 17 с.
9. *Ковтун А. А.* Інноваційні процеси в українській церковно-релігійній лексиці (на матеріалі художньої прози ХХ ст.) : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Альбіна Анатоліївна Ковтун. – Чернівці, 2006. – 274 с.
4. *Осінчук Ю. В.* Історія богослужбово-обрядової лексики української мови : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Ю. В. Осінчук. – К., 2008. – 20 с.
5. *Пуряєва Н. В.* Українська церковно-обрядова термінологія // *Das Ukrainische als Kirchensprache* (українська мова в церквах). – Wien, 2005. – С. 353.
6. *Пуряєва Н. В.* Формування української церковно-обрядової термінології (назви богослужбових предметів) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Н. В. Пуряєва. – К., 2001. – 20 с.
7. *Скаб М. В.* Концептуалізація сакральної сфери в українській мові : дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01 / Марія Василівна Скаб. – К., 2009. – 620 с.
8. *Шевченко Л. Л.* Конфесійний стиль // *Українська мова : енциклопедія* / [редкол.: В. М. Русанівський (співголова), О. О. Тараненко (співголова), М. П. Зяблюк та ін.]. – 3-тє вид., змін. і доп. – К. : Укр. енцикл. ім. М. П. Бажана, 2007. – С. 284.
10. *Великий* тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел.]. – К. : ВТФ «Перун», 2002. – 1440 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Navalna Maryna

Confessional vocabulary in the language of internet edition «Ukrainska pravda»

The article analyzes the most used units of confessional vocabulary, which are activated in the language of the Internet edition «Ukrainska pravda» at the beginning of the XXI century; it describes their lexical and semantic manifestations of confessional vocabulary and determines their stylistic role.

The confessional vocabulary is represented in the materials of both religious issues and in the publications of social and political life. The names of liturgical rites, generally religious terminology, the names which denote the specific religious and mythical persons and biblical characters, and also the names of the modern churches and their structural units are often used in the materials of the website.

The confessional vocabulary carries mainly out the information function, giving to journalistic materials some «bookishness», solemnity and sublimity. We can trace the trend towards the politicization of religious issue, particularly during the electoral processes.

Keywords: confessional vocabulary, the language of Internet edition «Ukrainska pravda», lexical and semantic processes, stylistic role.

Навальная Марина

Конфессиональная лексика в языке интернет-издания «Українська правда»

В статье проанализированы наиболее употребляемые единицы конфессиональной лексики, которые актуализировались в языке интернет-издания «Українська правда» в начале XXI в., описаны новые лексико-семантические проявления конфессиональной лексики, определена их стилистическая роль. Прослеживается тенденция к политизации религиозной тематики, особенно в период выборов.

Конфессиональная лексика представлена как в материалах религиозной тематики, так и в публикациях о событиях общественно-политической жизни. Она выполняет преимущественно информационную функцию, придает журналистским материалам оттенок «книжности», торжественности и возвышенности.

Ключевые слова: конфессиональная лексика, язык интернет-издания «Українська правда», лексико-семантические процессы, стилистическая роль.



Ірина Мариненко,

канд. філол. наук

УДК 007: 304: 81'42: 398.23 (477)

Мовностилістичні засоби творення комічного в гуморі Євромайдану

Статтю присвячено аналізу мовностилістичних джерел комізму політичних анекдотів періоду Євромайдану (листопад 2013 р. – березень 2014 р.). Для визначення найдієвіших мовностилістичних засобів було зібрано політичні анекдоти й анекдотичні вислови, що ґрунтуються на зазначених засобах; визначено як найбільш частотні, так і специфічні для означеного періоду мовностилістичні прийоми. Значний обсяг досліджуваного матеріалу дає підстави стверджувати, що в народній творчості активно використовуються мовностилістичні засоби творення комічного ефекту, серед яких найбільш популярними є засоби паронімії, багатозначності, порівняння, фразеології. Помітно частіше порівняно з попередніми періодами функціонування політичного фольклору застосовуються словотвірні й фонетичні засоби, вбудовані слова, що пояснюються актуалізацією різних видів абрєвіації та акцентуванням уваги реципієнтів на особливостях мовлення одіозних політичних діячів досліджуваного періоду.

Ключові слова: анекдот, мовностилістичні засоби, паронімія, багатозначність, неологізм, словотвірний окаяніалізм, вбудовані слова.

Вступ. Швидкоплинність сучасного політичного життя у світі загальною й в Україні зокрема спричинює миттєву реакцію суспільства на всі більш-менш соціально важливі події. Гумор є однією з головних життєствердних реакцій людини на будь-які події у світі, а особливо у власній країні. Більше того, «у вік інформаційних технологій сміх був “поставлений на службу” як знаряддя маніпуляції свідомістю, причому знаряддя аж ніяк не останнього “калібру”» [1]. Рецепція всього, що відбувається навколо, крізь призму гумору виступає тим чинником, який допомагає українцям підтримувати оптимізм, позитивне ставлення до світу тощо, оскільки «сміхові властива висока суспільна функція: об'єднувати людей, бути громадянським фільтром, який оберігає здорову народну мораль і зміцнює внутрішню самодисципліну в трудовому середовищі, виявляючи засобами гумору індивідуальні вади, недоліки, провини, – усе, що суперечить людській гідності» [2, с. 158]. Один із небагатьох фольклорних жанрів, що активно розвивається в сучасному соціумі, – анекдот – миттєво реагує на будь-які порухи в житті країни. Події листопада 2013 р. – березня 2014 р., які суспільство номінувало Євромайданом, негайно знаходили відгук у творців сучасного політичного гумору,

який «може бути розглянутий як об'єкт, що відображає зміни рівня демократизації політичного простору держави» [3, с. 113].

Комунікативні аспекти функціонування анекдотів розглядаються в роботах М. Бахтіна [4], Д. Лихачова [5], А. Бергсона [6], Ю. Борева [7], Р. Кирчева [8], М. Рюміної, Р. Разуваєва [9], Б. Мінчина, А. Бойко, Н. Кондратенко [10], Н. Карпчук, І. Кімакович [11]; лінгвальні засоби створення комічного досліджували О. Земська [12], П. Плющ, С. Походня [13], Г. Почепцов [14], О. Тараненко, Б. Пришва, Г. Денискіна, О. Калита [15], О. Шумейко та ін. Але проблема мовностилістичних засобів творення комічного в сучасному політичному анекдоті не перебувала в центрі уваги дослідників цього жанру. А тому *актуальність* пропонуваної розвідки вбачаємо у визначенні мовностилістичних прийомів створення комічного ефекту в політичному анекдоті Євромайдану, завдяки яким цей різновид жанру набуває популярності.

Метою дослідження є визначення найдієвіших мовностилістичних засобів, на яких ґрунтується сучасний політичний анекдот; особливостей анекдоту Євромайдану порівняно з попередніми періодами. Для досягнення мети визначено такі завдання: 1) зібрати політичні анекдоти й анекдотичні вислови періоду Євромайдану в інтернет-мережі, комічний ефект яких ґрунтується на мовностилістичних засобах і прийомах; 2) визначити найпоширеніші мовностилістичні засоби створення комічного ефекту в цих анекдотах; 3) виокремити особливості, що вирізняють анекдоти досліджуваного періоду від інших політичних анекдотів.

Методи дослідження. Для досягнення мети застосовувалися такі методи, як метод суцільної вибірки, дистрибутивний, компонентного аналізу, а також прагмалінгвістичний і контекстуальний аналізи.

Результати й обговорення. Наше суспільство вже мало досвід творення політичних анекдотів у часи так званого застою – 70–80 рр. ХХ ст., коли саме анекдот «підготував суспільну думку до необхідності революційних перетворень», а нині «активно залучається до вирішення проблем сьогодення» [11]. При цьому слід зауважити, що політичному анекдотіві найбільше з-поміж інших представників цього жанру притаманний «процес текучості, швидкоплинності та різночасової градації» [8, с. 121], що призводить до майже миттєвої втрати анекдотом актуальності й популярності. Досліджуваний період породив неймовірну кількість як власне анекдотів, так і анекдотичних висловлювань. Анекдотом вважається «коротке усне смішне оповідання про вигадану подію з несподіваною дотепною кінцівкою, в якому діють постійні персонажі, відомі всім носіям мови» [16], а в



теорії комунікації анекдот визначається як кругобіжна форма комунікації, за допомогою якої люди, котрі перебувають у неоднозначній ситуації, об'єднуються, створюючи розумну її інтерпретацію, разом використовуючи при цьому свої інтелектуальні потенції для розваги, зняття психологічної напруги [14, с. 394]. У друкованих ЗМІ та в інтернеті під рубрикою «Анекдоти» часто подаються й анекдотичні вислови, здатні викликати усмішку в читача. Тому до нашого аналізу було залучено всі короткі прозові тексти, що створюють комічний ефект.

Із нескінченного потоку спроб висміювання поточної ситуації було взято 383 міні-тексти з семи інтернет-сайтів, які або мають окремі сторінки з анекдотами (<http://censor.net.ua/jokes/all>, <http://durdoin.ua/uk/main/anecdotes/>, <http://pro-test.org.ua/>, <http://korrespondent.net/humor/>, <https://plus.google.com/>), або повністю присвячені текстам цього жанру (<http://bestjoke.org.ua/policy/>, <http://www.tomatov.com/>). Матеріал добирався за ознакою наявності суто мовних засобів створення комічного ефекту в тексті.

У результаті проведеного аналізу було встановлено, що найактивніше творяться анекдоти із залученням паронімії (66 текстів), багатозначності (64), порівняння (45), фразеологізмів (36), словотвірних елементів (29), неологізмів (29), антонімії (26), омонімії (20), замовчування (20), фонетичних засобів (15), вбудованих слів (15). При цьому слід зауважити, що значно активніше в гумористичних текстах про Євромайдан порівняно з іншими періодами творення та функціонування анекдотів використовувалися словотвірні й фонетичні засоби та вбудовані слова. Саме тому їх аналізу ми присвятимо більше уваги.

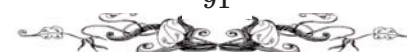
Парономазія як засіб творення комічного традиційно посідає одне з провідних місць в анекдотах. Співзвучність різних за семантикою лексичних одиниць сприяє створенню гумористичного або сатиричного тексту. У реальних мовних ситуаціях комічний ефект виникає випадково, спонтанно, часто через недостатню мовну компетенцію мовця, в анекдотах же такий комізм свідомо загострюється, стає основним об'єктом уваги авторів, наприклад: – *Чому фінгал під оком? – У Києві вчора в ресторані сп'яну «Вдову Кличко» замовив. – Тоді мало дали* (<http://pro-test.org.ua/>, 8.01.14) – тут джерелом комічного є прізвище відомого політика Віталія Кличка, співзвучне з прізвищем у назві відомого французького брэнда шампанських вин «Вдова Кліко». Створений таким чином каламбур, з одного боку, демонструє інтелектуальну обмеженість або ступінь сп'яніння першого учасника діалогу і, з другого боку, засвідчує явну підтримку Віталія Кличка автором



цього анекдоту. Однак більшість анекдотів ґрунтуються на зумисному поєднанні семантично різних паронімів в одному контексті, наприклад: – *Кажуть, Росія хоче зробити Януковича правителем Криму. – Тобто в Бахчисарай з палацу кримського хана зроблять палац донецького хама?* (<http://censor.net.ua/jokes/all>, 28.02.14) – у цьому анекдотичному діалозі вдало обігрується звукова схожість семантично й етимологічно різних лексем *хам* (з д.-євр.), *хан* (з тюрк. «імператор»). Загальну необізнаність опонентів української Революції гідності 2014 р. із семантикою й походженням понять *бандерівський*, *бандерівець* гостро висміює ціла низка жартівливих висловлювань, наприклад: *З'явилися докази того, що Остап Бендер брав особисту участь у «бандерівських» погромах в Одесі* (<http://pro-test.org.ua/>, 6.03.14), де регулярна помилка у вживанні прикметника *бандерівський* замість *бандерівський* спричинила виведення походження цієї лексеми від твірного *Бендер* (герой діалогії І. Ільфа та Є. Петрова), порівняйте також схожу народну етимологізацію від таких найменувань, як прізвище актора Антоніо Бандераса, назва молдовського міста Бендери, загального іменника бандероль, і навіть від імен кіногероїв Джеймса Бонда й містера Біна – відповідно, бондерівці і біндерівці (<https://plus.google.com/>, 18.03.14). Наявність такої кількості комічних гіпотез походження помилки свідчить про критичне ставлення українців до втручання в їхнє життя, про широке народне глузування з тих критиків українського сьогодення, які навіть не усвідомлюють, про кого й про що вони висловлюються.

Багатозначність слова завжди є тим джерелом, яке дає змогу створювати комічні ситуації як у жанрі анекдоту, так і в інших жанрах художньої літератури та публіцистики. При цьому обігрування ґрунтується на «оказіональному зіткненні лексем, які завдяки ефекту невинного сподівання, порушенню власної норми тексту продукують яскравий стилістичний ефект» [15, с. 9].

Специфікою анекдотів про Євромайдан є те, що в них обігруються різні значення слів, уживаних серед ув'язнених і злодіїв, перш за все вульгаризмів і жаргонізмів. Таким чином творці анекдотів і комічних висловлювань недвозначно натякають на кримінальне минуле Віктора Януковича й криміналізацію його влади, пор.: *Журналістка запитує на прес-конференції Януковича: – Вікторе Федоровичу, скажіть, які ви любите передачі? – Ну-у-у... цигарки, чай...* (<http://censor.net.ua/jokes/all>, 10.01.14). Тут лексема *передача* в репліці журналістки сприймається в значенні «трансляція по радіо або телебаченню», проте співрозмовник трактує її в значно ближчому й зрозумілому саме йому розумінні – «те, що призначене для переда-



вання у в'язницю». Ще один приклад: *Виявляється, що під час останнього у своєму житті відвідування Сочі проФФесором у нього відбулася коротка розмова з Путіним: – Вітю, твоя пика нагадує мені Париж. – Це ж чому? – Так і хочеться з'їздити!* (<http://sensor.net.ua/jokes/all>, 26.02.14) – у цьому анекдоті несподівана кінцівка базується на підміні прямого значення дієслова *з'їздити*, на яке ніби вказував топонім *Париж*, на вульгарне – «ударити». Сатиричний компонент підсилюється недоречністю вживання вульгаризмів у мовленні державних високопосадовців.

Привертає увагу й така особливість використання загальноживаної нейтральної лексики в анекдотах зазначеного періоду, як гострий іронічний підтекст, спрямований на владні інституції, наприклад: *Нові серйозні перестановки в Кабінеті міністрів України: тепер діжка з фікусом стоїть праворуч від входу* (<http://korrespondent.net/humor/>, 27.01.14) – тут перша частина жарту сприймається абсолютно нейтрально, поки реципієнт не з'ясує, що перестановка в Кабміні стосувалася лише фікуса. Глибина іронічного наповнення тексту особливо гостро відчувається після уточнення дати творення тексту – кінець січня, тобто час, коли відбувалося подальше загострення протистояння на Майдані, на яке керівництво України обіцяло відреагувати змінами складу уряду. Натомість жодних суттєвих змін у керівництві держави не відбулося, а суспільство миттєво висловило свою реакцію таким анекдотичним висловленням.

Як засіб гострої іронії й сатири часто використовуються порівняння. Відомо кілька способів уведення порівняльної конструкції в контекст: 1) за допомогою сполучників (як, мов, немов, наче, ніби тощо): *Росіяни ставляться до бандерівців, як до Бога. Ніхто ні разу їх не бачив, але майже всі вірять, що вони в нас на кожному кроці* (<http://durdum.in.ua/uk/main/anecdotes/>, 11.03.14); 2) лексичними засобами (нагадувати, бути схожим, подібний, різниця, порівняно / у порівнянні тощо): *Сара по телефону: «Абрамчику, ходи додому, помиримся, не єврейська це справа на Майдані стояти!» – «Знаєш, Сара, в порівнянні з тобою Майдан – це дитяча пісочниця!»* (<http://korrespondent.net/humor/>, 31.01.14); 3) через наскрізне зіставлення: *– Четов – жалюгідний римейк Куклачова. – Чому? – Обидва – клоуни, обидва працюють під куполом, обидва розводять кошенят... Лише Куклачов людей веселить, а Четов – бісить!* (<http://protest.org.ua/>, 8.01.14). Комізм порівняльних конструкцій заснований на парадоксальності поєднання порівнюваних понять (бандерівці – Бог, Сара – Майдан), на виявленні нестандартних спільних і відмінних рис об'єктів зіставлення (див. анекдот про Четова й Куклачова).

Джерелом невичерпного народного гумору завжди були фразеологізми – як самі собою, так і в складі текстів художнього й публіцистичного жанрів. Жарти й анекдоти дають змогу використовувати фразеологічні одиниці у готовому вигляді, без жодних змін, лише ввівши їх у відповідний контекст, наприклад: *– Чому Україна відімкнула електрику в Криму? – А нас завжди навчали: «Йдучи, вимикайте світло!»* (<http://sensor.net.ua/jokes/all>, 25.03.14), а також видозмінені. Серед поширених видів трансформації фразеологізмів у гумористичних текстах про Євромайдан найактивніше використовуються, по-перше, заміна одного з компонентів на синонім або слово тієї самої тематичної групи, що призводить до оновлення семантики сталого вислову, надання йому іншого смислового відтінку, наприклад: *Сочі-2014 – 50 мільярдів леопарду під хвіст!* (<http://protest.org.ua/>, 11.02.14) – тут у загальноживаному вислові коту під хвіст замінено назву тварини, причому, оскільки йдеться про значну суму грошей, то й назва невеликої тварини з роду котячих замінена на більшу – леопард. Таким чином, відчуття фінансових втрат посилюється завдяки гіперболізації. По-друге, заміна одного з компонентів на антонім спричинює появу парадоксального твердження: *Коли вже російські ЗМІ попадуться на правді?!!* (<http://sensor.net.ua/jokes/all>, 8.03.14). Це висловлювання, з одного боку, приховує в собі інформацію про брехливість більшості російських ЗМІ за досліджуваний період, з другого – шокує реципієнта видозміною відомого фразеологізму *попастися на гарячому*, тобто на місці злочину, на чомусь осудливому, *попастися на правді*, підкреслюючи, таким чином, що правда в російських ЗМІ – явище вкрай рідкісне. По-третє, використання сталого вислову у двох значеннях – і як фразеологізму, і як вільного словосполучення, наприклад: *– Вікторе Федоровичу, чому ви поїхали на Олімпійські ігри, адже в країні така складна ситуація? – Почув, що росіяни обіцяють на олімпіаді всіх шапками закидати, і зацікавився...* (<http://sensor.net.ua/jokes/all>, 7.02.14) – значення фразеологізму *закидати шапками* (хвалькувате запевнення легко перемогти будь-кого) стосується завчасної впевненості росіян у своїй перемозі в змаганнях (відкриття ігор відбулося в день публікації анекдоту), тоді як семантика аналогічного вільного словосполучення несе в собі натяк на злочинне минуле екс-президента Януковича. В українського читача на перший план виходить якраз пряме значення вислову. По-четверте, розширення фразеологізму подальшим поясненням, наприклад: *На запитання журналіста антимайданівця: «Що ви збираєтеся робити?» – було отримано відповідь: «Стояти до останнього». Коли останній стакан був пущений по колу, вони пере-*



лізли через паркан, щоб не бути останніми й не прибирати за собою сміття (<http://durdum.in.ua/uk/main/anecdotes/>, 23.01.14). Репліка антимайданівців сприймається спочатку трохи пафосно й мужньо, але наступний коментар-уточнення перетворює весь вислів на глибоко сатиричний: стояти до останнього → стакану → але не бути останніми, щоб не прибирати за собою. Таке нанизання смислів має на меті градаційне поглиблення іронічного ставлення до персонажів із кожним наступним вживанням слова *останній*.

Поміж аналізованих мікротекстів періоду Євромайдану впадає в око значна кількість словотвірних оказіоналізмів – слів, що «виникають під час мовленнєвої комунікації і не виходять за межі конкретних ситуацій спілкування» [17, с. 80]. Ці лексичні одиниці творяться як за продуктивними словотвірними моделями, так і нетрадиційними для української деривації способами. До продуктивних моделей належить, наприклад, творення складних іменників на зразок *дойч-бандерівка*, *афробандерівець*, *москальобандерівець*, *санкцтехнік* (санкція + технік), *гепатітушки* (Гепаті (прізвище мера Харкова Геннадія Кернеса) + тітушки), *кримчайники* (кримчани + чайники): *МЗС Росії зробило заяву щодо причетності Правого сектора до проведення в Москві 50-тисячного маршу москальобандерівців* (<http://sensor.net.ua/jokes/all>, 17.03.14) – у цьому іронічному висловлюванні учасників маршу проти диктатури й на підтримку України названо з позиції російської влади москальобандерівцями з натяком на те, що самі росіяни не спромоглися б так організуватися на акцію протесту. Активно творяться в період Євромайдану й нові аббревіатури для іронічно-сатиричного висвітлення нових реалій, наприклад, *КНДР* як Кримська Народно-Демократична Республіка, *ПаРаша*, *Крисія* як Крим + Росія, *ПДР* як Партія Донецького регіону: Ребрендинг: *У зв'язку зі зміненими обставинами Партія регіонів буде перейменована в Партію Донецького регіону – ПДР. Члени партії називатимуться «педераси»* (<http://sensor.net.ua/jokes/all>, 1.04.14). Популярність аббревіації пояснюється, по-перше, її значним поширенням у сучасних дериваційних процесах української мови і, по-друге, семантичним потенціалом, що дає змогу по-різному розшифровувати вже наявні аббревіатури. Наведені приклади свідчать про негативне ставлення авторів таких текстів до висвітлюваних явищ, оскільки всі новотвори співвідносяться зі стилістично або семантично заниженими одиницями мови. Крім творення неологізмів за продуктивними моделями, автори комічних текстів вдаються до конструювання оказіоналізмів за непродуктивними моделями «з порушенням тих чи тих законів дії словотвірного типу» [12, с. 227] (*Гепадопе* – пор. ліки Гепабене) або й без будь-яких



традиційних моделей, фонетично уподібнюючи нейтральні загальноживані слова до зневажливих і вульгарних одиниць (*облімпіада*, *Янухворич*, *майданутий*, *гандольєр* тощо), пор.: – *Так, Вікторе Федоричу, недооцінили ми з тобою майданутих, – сказав Захарченко й, тяжко зітхнувши, покотив тачку в інший кінець каменоломні* (<http://sensor.net.ua/jokes/all>, 29.01.14). Цей анекдот привертає увагу ще й оптимізмом його авторів, оскільки створений задовго до перемоги над режимом Януковича.

Якщо в традиційних українських анекдотах і жартах доволі рідко вдаються до фонетичних засобів творення комічного, то в гумористичних текстах Євромайдану активно залучалися такі прийоми, як заміна звука (Російська *Педерація*, *Педорович*, *люсьтрація* – натяк на дружину Януковича Люсю, *зеконний херант*) та звукова метатеза (*Уркаїна* – пор. арготизм урка – злодій, кримінальник), причому практично всі такі фонетичні видозміни спрямовані на підкреслення кримінальної суті українського экс-президента: *На прохання української сторони під час візиту президента Уркаїни В. Ф. Януковича на Олімпіаду 2014 до Сочі, стрільби на змаганнях з біатлону проводимуться винятково холостими патронами* (<http://durdum.in.ua/uk/main/anecdotes/>, 7.02.14) – у цьому висловлюванні, стилізованому під офіційну інформацію, автор ніби необачно припустився помилки в слові *Уркаїна*, натякнувши на криміналізацію влади Януковича та його команди, а також заклав у підтекст ще один натяк – на страх колишнього Гаранта перед влучними пострілами українських біатлоністів, які підтримали Євромайдан. Такі анекдоти належать до каузальних, тобто «спрямованих на інтерпретацію політичних подій, та містять ілюстрацію наслідків або причиново-наслідкового зв'язку політичних подій» [10]. Ще одним активно задіяним фонетичним засобом висміювання в анекдотах аналізованого періоду є копіювання особливостей мовлення певних можновладців, переважно М. Азарова (*папереднік*, *наслідовнік*, *гаспідарнік*, *асабісто*, *бімба*, *Азіров*, *Арбізов* та ін.), який так і не спромігся опанувати державну мову, та рідше – Б. Колеснікова (*Богя*, *пагтія*), якому властива гаркавість, та приклад: *До міліції котрий день телефоніє невідомий терорист і повідомляє, що "підліжіл в мітрі "бімбу"* (<http://bestjoke.org.ua/policy/>, 15.12.13). В анекдотах про Азарова його «варіантом» української мови спілкується не тільки він, а й інші персонажі, пор.: *Янукович звертається до Арбузова: – Оскільки ти тепер замість Азірова, я буду звати тебе Арбізов!* (<http://www.tomatov.com/>, 5.02.14). Таке відверте глузування з представників влади виказує ставлення переважної більшості народу України до них.



Також цікавим прийомом висміювання низки актуальних явищ української дійсності періоду Євромайдану є так звані вбудовані слова – частини звичних, загальноживаних слів, що сприймаються як окремі лексичні одиниці, наприклад: *ГЕПАрд*, *ГЕПнутись*, *КРИ-Міногенний*, *Професіонали*, *КАПут* (Кримська Автономія Путіна), *люсьтрація*; рос. *КРЫМплен*, *КРЫМлѐвский*, *ГепаТит* (Гепа + титишки) тощо. Такі слова добираються або створюються спеціально, при цьому їх оновлена семантика актуалізується тільки в певному контексті, на тлі конкретної ситуації, напр., рос.: – *Харьков болен страшной болезнью! – Какой? – ГЕПАТИТ = Гепа + Титишки* (<http://www.tomatov.com/>, 29.01.14); *В Украине сложная КРЫМиногенная ситуация* (<http://sensor.net.ua/jokes/all>, 19.03.14). Іронічність найменувань нових суспільних явищ викликана їхньою суспільною ворожістю, пор.: *Щось ГЕПнулось за вікном. «Український фронт наступає»*, – подумав Штирліц (<http://sensor.net.ua/jokes/all>, 11.02.14) – цей текст створений за аналогією до серії популярних колись анекдотів про Штирліца, що ґрунтувалися на явищах омонімії. Тільки в цьому анекдоті обіграється слово *гепнутися*, де графічно виділяється частина, співзвучна з прізвиськом Г. Кернеса – мера Харкова й одного з ініціаторів створення «Українського фронту», діяльність якого спрямована на федералізацію України.

Висновки. Отже, переломні моменти української історії стимулюють сплеск народної творчості, перш за все у сфері комічного, до якої належать анекдоти, жарти, іронічні висловлювання. Мікротексти періоду Євромайдану (грудень 2013 р. – березень 2014 р.) спрямовані на висміювання владної верхівки Української держави, її злочинної поведінки в усіх сферах діяльності, які й призвели до соціального вибуху – Революції гідності. Для створення комічного ефекту використовуються передусім мовностилістичні засоби. В аналізованих текстах виокремлюються як традиційні для жанру сучасного анекдоту засоби й прийоми, так і рідко вживані. Сучасний політичний анекдот ґрунтується на звичних для цього фольклорного жанру паронімії, багатозначності, порівнянні, різновидах трансформації фразеологізмів, оказіоналізмах тощо. Водночас специфічні мовленнєві особливості деяких відомих політичних діячів спричинили активізацію фонетичних засобів створення комічного ефекту. Зневагу до злочинної політичної верхівки з боку творців анекдотів актуалізують словотвірні засоби, в результаті чого виникають такі яскраві мовні явища, як оказіоналізми і вбудовані слова. Усі ці мовностилістичні засоби дають широкі можливості для висміювання особливостей поведінки провладних політиків, їхніх вад і звичок.



1. *Докучаев И. М.* Смех, идеология, власть [Електронний ресурс] / И. М. Докучаев. – URL: <http://artevik.narod.ru/publ/smile.html> (9.04.2014).
2. *Кузьмич О. Я.* Лексичні засоби творення комізму // Дослідження з лексикології і граматики української мови. – 2010. – Вип. 9. – С. 158–164.
3. *Омельчук І. О.* Політичний гумор як автопоетичний елемент еволюції соціальних структур системи демократичного державотворення / І. О. Омельчук. – С. 109–113.
4. *Бахтин М. М.* Творчество Франсуа Рабле и народная культура Средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. – М. : Художественная литература, 1990. – 543 с.
5. *Лихачев Д. С.* Историческая поэтика русской литературы: Смех как мировоззрение и др. работы / Д. С. Лихачев. – С.Пб : Алетейя, 1997. – 508 с.
6. *Бергсон А.* Смех // Психология эмоций: Тексты / под ред. В. К. Вилюнаса, Ю. Б. Гиппенрейтер. – М. : МГУ, 1993. – 304 с.
7. *Борев Ю. Б.* Комическое, или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия. – М. : Искусство, 1970. – 269 с.
8. *Кирчів Р.* Контекстуальний фон у сприйнятті, фіксації, публікації і дослідженні політичних анекдотів // Вісник Львів. ун-ту. Серія філол. – 2009. – Вип. 47. – С. 119–124.
9. *Разуваев В. В.* Политический смех в современной России / В. В. Разуваев. – М. : ГУ-ВШЭ, 2002.
10. *Кондратенко Н.* Неформальні засоби політичної комунікації: дискурс політичного анекдоту [Електронний ресурс] / Наталя Кондратенко. – URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1957> (29.01.2014).
11. *Кімакович І.* Фольклорний анекдот як жанр [Електронний ресурс] / Ірина Кімакович. – URL: <http://proridne.wordpress.com/2013/08/06/> (22.03.2014).
12. *Земская Е. А.* Современный русский язык. Словообразование / Е. А. Земская. – М. : Просвещение, 1973. – 302 с.
13. *Походня С. И.* Языковые виды и средства реализации иронии / С. И. Походня. – К. : Наук. думка, 1989. – 128 с.
14. *Почепцов Г. Г.* Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук ; К. : Ваклер, 2001. – 656 с.
15. *Калита О. М.* Мовні засоби вираження іронії в сучасній українській малій прозі : автореф. дис. ... канд. філол. наук / О. М. Калита. – К., 2006. – 23 с.
16. *Шмелева Е. Я.* Русский анекдот: Текст и речевой жанр / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев. – М., 2002.
17. *Колоїз Ж. В.* До питання про диференціацію основних понять неології // Вісник Запоріж. держ. ун-ту. Сер. : Філологічні науки. – 2002. – № 3. – С. 78–83.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Marynenko Iryna

Linguistic stylistic means of creation of comic elements in Euromaidan's humor

The article deals with the analysis of linguistic stylistic sources of the comic elements in political anecdotes of the EuroMaidan's period (November 2013 – March 2014). With the purpose of finding out the most efficient linguistic stylistic means the political anecdotes and anecdotic word combinations based on the mentioned means were collected; both the most frequently used and linguistic stylistic means specific for this period were defined. The considerable amount of the material under



research allows the author to declare that folklore draws heavily on linguistic stylistic means of creation the comic effect. Among such means the most popular are: paronyms, polysemy, simile and phraseology. It is worth mentioned that word building and phonetic means, as well as inset words are used much more often today if compare with the previous periods when political folklore functioned. This fact is explained by the actualization of different kinds of abbreviation and by pointing the recipients' attention to the speech peculiarities of the odious politics of the researched period.

Keywords: anecdote, linguistic stylistic means, paronyms, polysemy, neologism, nonce word, inset words.

Мариненко Ирина

Лингвостилистические средства создания комического в юморе Евромайдана

Статья посвящена анализу лингвостилистических источников комизма политических анекдотов периода Евромайдана (ноябрь 2013 г. – март 2014 г.). Для определения наиболее действенных лингвостилистических средств собраны политические анекдоты и анекдотические высказывания, базирующиеся на указанных средствах; определены как наиболее частотные, так и специфические для данного периода лингвостилистические приёмы. Значительный объем исследуемого материала дает основания утверждать, что в народном творчестве активно используются лингвостилистические средства создания комического эффекта, среди которых наиболее популярными являются средства паронимии, многозначности, сравнения, фразеологии. Заметно чаще по сравнению с предыдущими периодами функционирования политического фольклора встречаются словообразовательные и фонетические средства, встроенные слова, что объясняется актуализацией разных видов аббревиации и акцентированием внимания реципиентов на особенностях речи одиозных политических деятелей исследуемого периода.

Ключевые слова: анекдот, лингвостилистические средства, паронимия, многозначность, неологизм, словообразовательный окказионализм, встроенные слова.

Надія Фіголь,

канд. філол. наук

УДК 655.254.2

Роль редактора в підготовці мовностилістичного наповнення електронного навчального видання

У статті визначено роль редактора у створенні якісного мовностилістичного наповнення електронного навчального видання. Визначено критерії та чинники, які повинен враховувати досвідчений редактор, створюючи досконалий текст для видань такого типу.

Ключові слова: електронне навчальне видання, мовні засоби, текст, термін, лексика.

Вступ. В умовах безперервного збільшення потоку інформації дедалі важливішими стають процеси інформатизації та комп'ютеризації. Інформаційні технології забезпечують реалізацію нових підходів до навчання, надають новітні засоби і методи пошуку та управління знаннями. Активне використання інформаційних технологій, зокрема електронних видань (далі – ЕНВ), у навчальному процесі зумовлює потребу перегляду традиційних підходів до викладу матеріалу, що й пояснює *актуальність* нашого дослідження. Скажімо, надзвичайно актуальним є питання оптимального впровадження у навчальний процес електронних засобів навчання. Цю тему досліджували Н. Кононець, А. Крючин, М. Ястребов, О. Полях, Є. Нужнов, О. Алексєєв, В. Гасов, О. Гриценчук, О. Гурков, І. Пустовалов, Т. Яковенко та ін.

Українські електронні навчальні видання перебувають на стадії початкового розвитку, але вже встигли привернути увагу науковців. Ведуться систематичні дослідження проблем, пов'язаних зі створенням та використанням програмних засобів навчання, в тому числі ЕНВ. Завдяки працям таких учених, як А. Шестопал, А. Литвин, Л. Гризун, М. Беляєв, С. Григор'єв, С. Раков, О. Руденко-Моргун, С. Фіялка та ін., вирішено вже чимало теоретичних і методичних проблем створення та використання освітніх електронних засобів. Свідченням активного інтересу стали нормативні документи, стандарти, що регулюватимуть термінологічну систему та особливості створення електронних видань [1; 2; 3; 4]. Водночас на мовне наповнення ЕНВ або не звертали уваги взагалі, або торкалися принагідно – ґрунтовних досліджень мовного аспекту та особливостей редагування цього типу видань на сьогодні бракує.

Особливу увагу варто зосередити на специфіці ЕНВ, яка зумовлює добір мовних засобів. Від того, які мовні засоби використано для ви-



кладення матеріалу та як він синтаксично організований, залежить доступність інформації, правильність та однозначність тлумачення, якість засвоєння матеріалу й можливість утримання інтересу учня до предмета навчання, а також авторитетність джерела та науковця в очах реципієнта. Тому так важливо усвідомлювати значення роботи редактора (який фактично є ретранслятором змісту поширюваної інформації) над мовним наповненням електронного навчального видання. Отже, *мета* нашого дослідження – з'ясувати роль редактора у добиранні мовностилистичного наповнення ЕНВ.

Результати й обговорення. Вирішальне значення для створення якісного електронного видання має насамперед лексичний мовний рівень. Лексичний запас, яким послуговується автор, повинен відповідати лексикону цільової аудиторії, якій адресовано видання, її досвіду роботи зі словом. Відомо, що мовний досвід автора і читача відрізняються, тож саме редактор покликаний забезпечити відповідність лексичного рівня складових елементів видання рівню цільової аудиторії.

Оскільки ЕНВ – освітній продукт, то й лексика його має бути загальноновживаною, доступною та перебувати в семантичному полі загальної проблематики видання.

Для ЕНВ влучна стандартизована нейтральна лексика – обов'язкова вимога, тому редактор повинен дуже пильно відслідковувати такі типи помилок, як:

- граматичні;
- кальки та росіянізми;
- неточне слововживання;
- неоднозначність;
- занадто велика чи, навпаки, мала кількість нових слів;
- використання рідковживаних слів, діалектизмів, жаргонізмів, професіоналізмів та інших позалітературних лексем;
- використання термінів-дублетів;
- невдале тлумачення термінології тощо.

Для пояснення нового матеріалу (особливо для школярів) доречно використовувати загальноновживані й загальновідомі терміни, а також неодмінно враховувати освітній рівень та ерудицію читача. Наприклад, учневі молодшої школи можна запропонувати текст про рідну країну, проте аж ніяк не про її економічний стан, навіть якщо тема буде розкрита за допомогою нескладних для розуміння мовних засобів.

Важливою проблемою лінгвістичного характеру для редактора є редагування термінів та їх дефініцій. У багатьох ЕНВ гостро постає питання некоректного тлумачення професійних, термінологічних лексем.

Науковець К. Накорякова наголошує на тому, що правила складання визначень ґрунтуються на фактичних, логічних та мовностилистичних вимогах до них. Отже, визначення термінів мають бути істинними за змістом, а концепти, виражені в них, – змістовими [5, с. 252].

Негативно позначається на адекватному розумінні інформації пояснення нових понять за принципом «невідоме через невідоме»: *«Синтез наукової інформації за своїм визначенням становить протилежність аналізу й тому має відповідне застосування при виконанні дослідження»* [6, с. 26].

Це визначення фактично не розкриває поняття, воно тільки заважає сприйняти інформацію. Подібні формулювання не дають об'єктивного уявлення щодо предмета вивчення конкретної дисципліни, а швидше викличуть у користувача ЕНВ сумніви щодо компетентності автора.

Поширеною семантико-стилістичною вадою є підміна понять у дефініціях, що призводить до змістово некоректних трактувань певних явищ: *«Методика викладання навчального предмета (дисципліни) – це галузь педагогічної науки (потрібно «спосіб провадження освітньої діяльності»), що являє собою окрему теорію навчання (приватну дидактику), зумовлену особливостями та специфікою набуття знань, умінь і навичок окремого предмета»* [6, с. 12].

У наведеному прикладі засіб провадження освітнього процесу автор ототожнює із широкою категорією галузі (тобто з самим освітнім процесом). Це спричиняє докорінне викривлення смислового значення дефініції.

Визначення має бути не тільки істинним за змістом, а й правильним за своєю будовою та формою. Якщо істинність визначення зумовлюється його об'єктивністю, то коректність дефініції (з погляду логіки та мови) залежить від її структури, що регулюється певними правилами. Розглянемо їх нижче.

1. *Правило відповідності* – обсяги дефінієндума та дефінієнса повинні бути однаковими. Порушення цього правила призводить до двох помилок:

а) помилка занадто широкого визначення – обсяг дефінієнса є ширшим, ніж обсяг дефінієндума: визначення «Логіка – це наука, що вивчає мислення людини», «Кінь – ссавець, хребетна тварина» є надто широкими, оскільки людське мислення вивчає не лише логіка, а хребетних тварин класу ссавців чимало (лама, кінь, верблюд тощо);

б) помилка надміру вузького визначення – виникає, коли обсяг дефінієнса вужчий, ніж обсяг дефінієндума: «Логіка – це наука про поняття» (логіка вивчає не лише поняття); «Совість – це усвідомлення



людиною відповідальності перед самим собою за свої вчинки і дії» (совість – це також усвідомлення відповідальності перед суспільством);

2. *Правило заборони кола* – визначення не повинні утворювати кола.

Сутність помилки при порушенні цього правила полягає в тому, що дефінієндум визначається через дефінієнс, а останній, своєю чергою, – через дефінієндум: «Обертання – це рух навколо осі». Коло виникне тоді, коли сказано, що «вісь – це пряма, навколо якої відбувається обертання».

Різновидом цієї помилки є тавтологія, «те саме через те саме», коли дефінієндум і дефінієнс позначаються однаковими словами: «Ідеаліст – людина ідеалістичних переконань»; «Масло – це маслоподібна, масляниста речовина»; «Історія – наука про історичні явища».

3. *Правило зрозумілості та однозначності* – визначення повинне бути чітким, однозначним, а також зрозумілим для аудиторії.

Воно має вказувати на відомі ознаки, що не вимагають пояснення та не містять двозначності. Коли ж одне поняття визначається через інше, ознаки якого невідомі й яке, своєю чергою, вимагає визначення, то це призводить до помилки, що її часто називають визначенням невідомого через невідоме або визначенням x через у.

Правило зрозумілості застерігає від підміни визначення метафорами, порівняннями та іншими тропами (наприклад, «Лев – цар звірів», «Верблюд – корабель пустелі»), які, хоча й допомагають отримати уявлення про поняття, проте не розкривають його істотних ознак.

4. *Правило стверджуваності* – визначення не повинне бути заперечним (негативним).

Негативне визначення не розкриває визначуваного поняття. Воно вказує, чим не є предмет, не пояснюючи при цьому, чим, власне, він є. Наприклад, помилковими будуть такі визначення: «Тварина – не рослина», «Алхімія – не наука», «Порівняння – не доказ».

Проте на визначення так званих негативних понять це правило не поширюється. У визначенні, за потреби, можна застосовувати заперечення, але тільки після ствердження. «Тварина – це жива істота, не рослина, не гриб і не бактерія», «Безбожник – це людина, що не визнає існування Бога» – приклади правильних визначень.

5. *Правило мовної грамотності* – формулювання дефініції має відповідати наявним мовним нормам. Відхилення від них, що полягає в лінгвістичних помилках, призводить також до помилок логічних. Тому зводити правила формулювання визначень тільки до дотримання логічних правил недостатньо.



Норми сучасної літературної мови поділяються на фонетичні, лексико-фразеологічні, словоскладальні, морфологічні, синтаксичні й стилістичні – всіх їх має бути дотримано в якісних навчальних виданнях.

Наприклад, Н. Брюханова теж підкреслює те, що ще на етапі проєктування тексту треба вибрати спосіб розкриття змісту поняття, з'ясувати спосіб побудови визначення поняття та підкорити визначення відповідним правилам [7, с. 3].

Зважаючи на білінгвізм багатьох науковців, авторів навчальної літератури, доволі поширеною проблемою є вживання російнізмів у термінологічних формулюваннях та в загальному викладі, як-от:

1. *«Учіння (потрібно «навчання»), зі свого боку, передбачає одержання навчальної інформації; усвідомлення, засвоєння та аналіз навчального матеріалу; застосування одержаних навичок на практиці»* [6, с. 16].

2. *«На основі вивчення явищ процесу (потрібно «процесу») навчання данного (потрібно «цього») предмета розкривати закономірні між ними зв'язки»* [6, с. 20].

Схожі помилки можуть бути спричинені перекладним характером навчальних видань та засиллям російськомовних клішованих конструкцій і штампів, що нині широко побутують у повсякденному українському мовному середовищі. Вони одразу знижують тон наукового викладу і негативно позначаються на якості засвоєння реципієнтом нової інформації.

Іноді за браком інформації або через схильність до невиправданого багатослів'я чи прагнення надати власному текстові науковості автори вдаються й до такої поширеної помилки, як повтор:

1. *«Морально-психологічні мотиви характеризуються наявністю особистого задоволення (насолоди) від процесу передачі та засвоєння знань, умінь, навичок»* [6, с. 16].

2. *«Словесні методи: дії, пов'язані з мовленнєвою (вербальною) діяльністю під час заняття – розповіді, пояснення, повідомлення тощо»* [6, с. 21].

Редактор повинен без будь-яких сумнівів позбавляти текст від дублетів, залишаючи в оригіналі відоміший у професійному середовищі термін або ж доречніший варіант лексеми, коли йдеться про контекстуальні синоніми (задоволення – насолода).

Синтаксична організація тексту значною мірою є показником складності, оскільки чим довше речення, тим більше в ньому думок і деталей, тим складнішими є синтаксичні зв'язки. Вважається, що для учнів молодшого шкільного віку оптимальним є речення з 7–15 слів



рідною мовою, а до 12 років діти вже легко оперують реченнями з 20 і більше слів [8, с. 130].

Крім того, існують особливості сприйняття інформації з монітора (швидка втомлюваність зору читача через мерехтіння екрана), тому інформацію слід подавати в стислому, лаконічному вигляді, особливо ретельно добирати не лише лексичні засоби, а й синтаксичні конструкції. Потрібно прибрати все зайве, надлишкові конструкції, лишивши тільки суть, головну думку.

Отже, редактор, дбаючи про стрункий, лаконічний виклад, повинен вдаватися до такої роботи з текстом:

- скоротити надлишкові конструкції (наприклад, *зробити розрахунки – розрахувати; ретельно слідкувати за добром – ретельно добирати* тощо);
- вилучити тавтологію – невиправдані повтори (*вільна вакансія, поступальний рух вперед* тощо);
- перевірити правильність та чіткість тлумачення термінів як простих зрозумілих конструкцій;
- позбутися кострубятих або ж, навпаки, надто довгих та складних конструкцій на користь чіткості, лаконічності, притаманних науковому стилю.

Висновки. Важливо, щоб учень міг легко зрозуміти та без зайвих зусиль засвоїти матеріал, самостійно виконати завдання, а успіх такої роботи багато в чому залежить від доступності викладу матеріалу, чому якраз і сприяє правильно організований текст.

Не останню роль відіграє також правильна організація системи заголовків. Лаконічність та зрозумілість заголовкового комплексу – доконечна вимога до кожного навчального видання, проте в електронному виданні вона особливо важлива для орієнтації в текстовому масиві. Відповідно до композиційної організації заголовки повинні показувати завершеність смислових частин матеріалу та вичерпно й достовірно відображати зміст тексту, який називають.

На сьогодні електронні навчальні засоби доволі часто виходять в авторській редакції, адже кожен автор може безкоштовно викласти створений ним текст у мережу. У таких виданнях зазвичай помилок (змістових, мовних і технічних) більше, ніж у традиційних друкованих підручниках, які проходять обов'язкове редакційно-видавниче опрацювання. На нашу думку, оприлюднювати ЕНВ, минаючи етап редагування, неприпустимо, адже цей тип видання має необмежені можливості поширення, його тиражування помножене у мільйони разів завдяки інтернету, а отже, й допущені помилки потраплять на очі численній аудиторії читачів.

Таким чином, можемо констатувати, що мовна культура навчального видання та вміння автора коректно висвітлити проблему є запорукою ефективної комунікації між учнем та автором за допомогою ЕНВ як засобу навчання. Порушення ж цих вимог призводить до втрати довіри до такого джерела навчальної інформації, до автора як серйозного науковця. Незаперечно важлива роль у налагодженні вдалої комунікації між автором ЕНВ та читачем, учнем у цьому випадку, належить редакторіві, на якого покладено обов'язки зробити текст в електронному вигляді читабельним, зручним для сприйняття.

1. *Про затвердження Порядку надання навчальній літературі, засобам навчання і навчальному обладнанню грифів та свідоцтв Міністерства освіти і науки України* : Наказ Міністерства освіти і науки України № 537 від 17.06.2008 [Електронний ресурс]. – URL: http://www.mon.gov.ua/laws/MON_537_08.doc.

2. *Положення про підготовку навчальних видань та електронних засобів навчального призначення* / уклад. : В. Т. Горбенко, Г. І. Лоза, І. О. Мікульонок. – К.: НТУУ «КПІ», 2008. – 48 с. ; ПОЛОЖЕННЯ про електронні навчальні видання Львівської політехніки [Електронний ресурс]. – URL: http://nauka.lp.edu.ua/fileadmin/nauka/files/Normativni_dokumentu_NYLP/p.383-394_pro_electronni_nav4alni_vudannja.pdf.

3. *Положення про електронні навчальні видання Львівської політехніки* [Електронний ресурс]. – URL: http://nauka.lp.edu.ua/fileadmin/nauka/files/Normativni_dokumentu_NYLP/p.383-394_pro_electronni_nav4alni_vudannja.pdf.

4. *Система стандартів по информации, библиотечному и издательскому делу. Издания. Основные виды. Термины и определения* : ГОСТ 7.60-2003. – [Чинний від 01.07.2004]. – М. : ИПК Издательство стандартов, 2004. – 41 с. – (Міждержавний стандарт).

5. *Накорякова К. М.* Литературное редактирование : уч. пособ. / К. М. Накорякова. – М. : ИКАР, 2006. – 432 с.

6. *Михайличенко О. В.* Методика викладання суспільних дисциплін у вищій школі : ел. навч. посіб. / О. В. Михайличенко. – Суми : СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2009. – 122 с.

7. *Брюханова Н. О.* Логічні та семантичні прийоми конструювання змісту навчання [Електронний ресурс] // Наукова бібліотека УІПА : веб-сайт. – 7 с. – URL: <http://library.uipa.kharkov.ua> (15. 05. 2014).

8. *Концепція розвитку електронного е-навчання в НТУ «ХПІ» на 2009 – 2016 роки* // НТУ «ХПІ» : веб-сайт. – 11 с. – URL: http://cde.kpi.kharkov.ua/cdes/New/Conception_eL.pdf (29. 11. 2012).

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Fihol Nadiya

A role of editor in preparation of linguistic and stylistic filling of electronic educational edition

In the article the role of editor is certained in creation of the high-quality linguistic and stylistic filling of electronic educational edition. The criteria and factors which



an experience editor must take into account are selected, creating a perfect text for such type of editions.

Keywords: electronic educational edition, language means, text, term, vocabulary.

Фиголь Надежда

Роль редактора в подготовке языкового и стилистического наполнения электронного учебного издания

В статье определена роль редактора при создании качественного языкового и стилистического наполнения электронного учебного издания. Выделены критерии и факторы, которые должен учитывать опытный редактор, создавая совершенный текст для изданий такого типа.

Ключевые слова: электронное учебное издание, языковые средства, текст, термин, лексика.

Оксана Віщук,
старший викладач

УДК 007: 304: 655

Робота редактора над стилем дитячих текстів

У дослідженні виокремлено основні характеристики стилю дитячих текстів, з'ясовано потребу і межі редакторського втручання. Щоб визначити ці характеристики, ми проаналізували та порівняли тексти авторів – учнів 2–11 класів. У процесі дослідження виявлено, що тексти трьох вікових груп – учнів молодшої, середньої та старшої школи – мають свої стилістичні ознаки і типові помилки. Тексти учнів молодших класів відрізняються обмеженим словниковим запасом, використанням малої кількості тропів, наявністю словотвірних помилок і тавтології. В учнів середньої школи відзначаємо більшу кількість тропів, спроби дотримуватися художнього, публіцистичного та наукового стилів, лексичні й стилістичні похибки, обмежений тезаурус. Старшокласники вправно вживають різноманітні тропи, але інколи недоречно вдаються до розмовного стилю та переважляють тексти емоціями. У підсумку подано рекомендації редакторам щодо опрацювання стилістичного складника текстів авторів-дітей.

Ключові слова: автор-дитина, дитячий текст, редагування, стиль.

Вступ. Останнім часом в українському медійному просторі зростає кількість текстів, створених авторами-дітьми: свої матеріали юні дописувачі розміщують у мережі інтернет, надсилають на різноманітні конкурси, публікують у шкільній та дорослій пресі. Фахівцям, яким доводиться редагувати ці тексти перед публікацією, часто бракує знань про вікові особливості дитячої літературної творчості, специфіку стилю авторів-дітей, його типові вади. Неналежне опрацювання редактором дитячого тексту вадить не лише читачам, а й самому авторові, оскільки закріплює в його свідомості не виправлені помилки й недоліки.

Грунтовних досліджень текстів, створених дітьми різного віку, досі не проводилося. У працях науковців, які досліджують дитяче мовлення з позицій педагогіки, психології та філології, – Т. Ладиженської, С. Цейтлін, Ю. Бондаренко, З. Юрченко, В. Бадера та ін. – розглянуті переважно питання отолінгвістики та шкільної літературної творчості юних авторів. Наприклад, значну увагу в цих розвідках приділено класифікації учнівських помилок [1; 2; 3], проте не подано рекомендацій щодо їх опрацювання фахівцями. Окремі позиції щодо роботи над вадами текстів дітей молодшого шкільного віку подано В. Бадером. Він вказує на поступовість опанування дитиною мови, що вимагає від дорослого обережно оцінювати помилки, та наголошує на проблемах з письмовою комунікацією в юних авторів [2, с. 53–54].



Проте безпосередньо редакторському опрацюванню різних складників дитячих текстів уваги науковці не приділяли.

Таким чином, поза розглядом наукової спільноти, зокрема фахівців із соціальних комунікацій, лишаються особливості дитячих текстів, призначених для поширення в ЗМК, їх стилістичні характеристики та принципи редагування.

Поняття авторського стилю, або стилю письменника, є одним з головних у теорії та практиці редагування [4] й означає сукупність особливостей творчості письменника, що відрізняє його твори від творів інших митців [5, с. 642]. Визначення меж авторського стилю і питання щодо його редакторського опрацювання впродовж тривалого часу дискутується у видавничій практиці, а проблема втручання редактора в стиль дитячих текстів узагалі залишається поза увагою науковців. Утім Р. Іванченко зазначав, що сумлінна редакторська читка найбільше потрібна молодим письменникам, які ще не випробували на аудиторії своїх творів, тому недостатньо чітко усвідомлюють, що в них добре, а що невдало [6, с. 47].

Мета дослідження – виявити характерні стилістичні особливості викладу авторів-дітей, з'ясувати потребу і межі редакторського втручання в такі тексти.

Дослідження стилістичних характеристик літературної творчості авторів-дітей проводилося на матеріалах збірок дитячих творчих робіт «Квіти мої діти» та «Сім'я очима дітей»; конкурсних робіт, надісланих на фестивалі дитячої творчості та журналістики «Прес-весна на Дніпрових схилах» та «Золота осінь Славутича»; текстів, створених під час занять інформаційно-творчого агентства «Юн-прес» Київського палацу дітей та юнацтва; періодичних видань шкільних та позашкільних навчальних закладів. Усього було опрацьовано 300 художніх та публіцистичних текстів 123 авторів – учнів 2–11 класів.

Методи дослідження. Вивчення особливостей стилістики дитячих текстів потребувало використання соціологічних та лінгвістичних методів – описового, методу мовностилістичної абстракції та контент-аналізу, які дали змогу виокремити одиниці аналізу, розглянути й зіставити композиційну структуру дитячих текстів та набір відповідних до ситуації та стилю викладу мовних засобів. Також для формулювання проміжних та остаточних висновків були застосовані загальнонаукові методи аналізу, синтезу та індукції.

Результати й обговорення. Аналіз названих матеріалів показав, що тексти дітей різного віку мають низку стилістичних особливостей, які дають підстави розрізнити творчість авторів молодшого, середнього і старшого шкільного віку (*див.* Прим.).

Стиль авторів-дітей *молодшого шкільного віку* наближається до розмовного [3, с. 40], адже саме з побутового усного мовлення формується мова людини [7, с. 13]. Діти, які щойно почали засвоювати письмо, найкраще знайомі саме із розмовними конструкціями. Порівняно з усним, дитяче писемне мовлення є біднішим і простішим: опинившись перед необхідністю записувати думки, діти втрачають значну частину виразності та краси усних висловлювань.

Тексти молодших школярів найлегше вирізнити за лексичною ознакою: зважаючи на небагатий словниковий запас юних авторів, для їхніх текстів характерна бідна побутова лексика, пов'язана з найближчим оточенням та конкретними реаліями дитячого життя. Діти починають вільно оперувати абстрактними поняттями ближче до підліткового віку, тому в текстах молодших школярів переважає конкретна лексика розмовного стилю. Наприклад:

«Коли я була у селі, я спостерігала за бджолою.

Вона була маленькою і гарненькою, перелітала з квітки на квітку і носила щось до вулика.

Я пішла до вулика і почула дзижчання. Я подумала: хто це? А ви знаєте? Я думаю, що це була вона та інші бджілки. Вони старанно працювали, щоб зробити людям добро, а добро – це мед.

Ось які бджілки малі, але працювати!» (М. Галченко, 2 клас).

Цей текст може видатися редакторові надто примітивним, проте він яскраво передає всі особливості дитячого мислення й мовлення, зокрема обмежений словниковий запас і використання малої кількості художніх засобів. У молодших класах діти ще не знайомі з основами літературознавства і не вміють виділяти різні художні прийоми, щоб застосовувати їх у власних текстах. Та незначна кількість тропів, які вживаються в дитячих текстах, потрапляє до них неусвідомлено завдяки тому, що дитина десь почула ту чи ту конструкцію і запам'ятала її.

З-поміж тропів діти молодшого шкільного віку використовують здебільшого порівняння як найпростіший та найбільш поширений у літературному та розмовному мовленні художній прийом [7, с. 57], наприклад: *«В неї золоте волосся і чарівні зелені очі, як у русалоньки. Голосок у неї як дзвіночок. Говорить вона – як річка дзюрчить»* (Д. Мішньов, 2 клас). Також трапляються в текстах епітети, але й їх діти вживають не з художньою, а з інформативною метою: *«Володар був могутній і сміливий... Був прозваний він “віщим” та “святим”»* (О. Заездний, 3 клас). У багатьох текстах автори молодшого шкільного віку взагалі не використовують епітетів.



Ще рідше (не більше одного прикладу на 10 текстів) представлена метонімія, яку діти вживають як частину сталого вислову, наприклад: *«Головну партію там виконує скрипка»* (Г. Дзюба, 2 клас). Інших тропів – метафор, гіпербол, іронії тощо – в аналізованих творах немає.

З-поміж стилістичних помилок у молодших школярів трапляються повтори, які виникають через обмежений словниковий запас і низьку письменицьку вправність. Є також словотвірні помилки, які не можна зарахувати до усвідомлених неологізмів: *«погрозилася»*, *«поперенаписувала»*. Трапляються й порушення логіки: у реченні *«На цих іконах зображені святі, але вони такі вродливі, що більше нагадують гарних жінок»* (А. Василькова, 3 клас) святі хибно протиставляються вродливим жінкам, а в уривку *«Я мрію поїхати до Франції. Це і є моя мрія»* (О. Капустяненко, 2 клас) двічі повторюється одна думка. Словотвірні помилки в текстах молодших школярів виникають через обмеженість словникового запасу й особливості пізнання та засвоєння структури української мови, а логічні помилки – переважно через брак досвіду з висловлення думок у письмовій формі та специфіку дитячого мислення.

Порівняно з молодшими школярами діти *середнього шкільного* віку вдаються до розмаїтшої лексики з різних стилів та використовують більшу кількість тропів. Завдяки розширенню світогляду, загальному підвищенню рівня знань, появі деякого авторського досвіду писемне мовлення школярів 5–8 класів стає багатшим, більш художнім та виразним, діти зазнають могутнього впливу стилів книжного мовлення, елементи якого несвідомо вводять у власні висловлювання [3, с. 40]. Використана лексика вже не обмежується конкретними та близькими до життя дитини явищами, діти відходять від розмовного стилю й наближаються до художнього, наприклад: *«Ознайомившись зі скромним інтер'єром трикімнатного помешкання, Сашко подався до моря. Воно своєю неозорістю і спокоєм вабило»* (В. Вавринюк, 8 клас), та публіцистичного: *«Незважаючи на величезне значення лісу та прийняття постанов і законів щодо його охорони, на Поліссі й у Карпатах ліси, як і раніше, по-хижацькому знищуються, а відтворення лісового фонду відбувається дуже повільно і недостатньо»* (А. Шимчук, 8 клас).

Автори-діти середнього шкільного віку починають використовувати елементи наукового стилю, переважно у конкурсних текстах. Вдаючись до наукової термінології, вони часто плутають поняття та вживають їх недоречно, наприклад: *«На Закарпатті в Україні, компанія, яка прокладає асфальтовані дороги, використовує замість бетону, накип із каналізації»* (Д. Підгорна, 5 клас) – авторка помилково вжи-

ває термін «накип» замість «відкладення», «осад», «мул», а також об'єднує процеси прокладання й асфальтування доріг в один. Тому редакторів потрібно звертати особливу увагу на ті тексти, в яких дитина намагається наслідувати науковий стиль, не маючи достатнього рівня знань, оскільки припускати фактичних та семантичних помилок автори-діти можуть навіть щодо простих і загальновідомих фактів.

У текстах художнього стилю діти цього віку вже свідоміше вживають епітети задля підсилення образності викладу чи емоційного напруження, наприклад: *«Мама, тато, бабуся, дідусь, брат і сестра – це найвірніші та найнадійніші друзі»* (Ю. Крижановська, 8 клас), тимчасом як порівняння майже зникають із дитячих текстів. З-поміж інших тропів з'являються:

- гіперболи: *«Вулиці завалені сміттям, дерева зрубані, асфальт вкритий або метровим шаром багна, або пилом від великої кількості вихлопних газів»* (А. Мороз, 8 клас);
- метафори: *«Дерева намагаються заліковувати свої рани, витрачають на це багато життєвих сил, передчасно гинуть»* (У. Сардачук, 8 клас);
- синекдохи: *«Людина втрутилася в навколишнє середовище та невільно поставила під загрозу здоров'я нашої планети»* (В. Жук, 6 клас).

Редакторів потрібно стежити за тим, щоб художні прийоми вживалися відповідно до обраного стилю, і тому обмежувати їх використання в публіцистичних текстах дітей.

У віці 13–14 років автори починають використовувати риторичні запитання, інколи навіть зловживають ними, наприклад: *«Може ми не збираємося більше жити на цій планеті? То що ж чекає нас у майбутньому? Що залишимо ми нащадкам? Виснажену планету? Дике поле чи квітучий сад?»* (О. Завіна, 8 клас). Вони вдаються також до іронії, приміром: *«З екранів на нас суне лава вбивств, злочинів, насильства, а ми охоче споживаємо цей мотлох, ще й радіємо, що в нас свобода слова»* (Д. Антонов, 8 клас).

Серед стилістичних помилок в учнів середньої школи переважають росіянізми, наприклад: *«молять покинути все й піти»*, *«особисто я умиротворююся біля річки»* тощо. Цьому сприяє, з одного боку, розширення лексичного запасу одночасно двох мов – російської та української, з другого – відсутність у школярів звички звертатися до довідкової літератури у випадку лексичних труднощів, відсутність настанов на координативний білінгвізм.

Під час аналізу стилістичного рівня текстів дітей молодшого та середнього шкільного віку перед редактором постає проблема, не харак-



терна для дорослих текстів: діти через об'єктивні причини не володіють достатньо широким словниковим запасом. Використання ними обмеженого набору розмовно-побутової лексики не тільки в художніх, а й у публіцистичних текстах пов'язане не зі свідомим вибором, а з особливостями освітнього процесу та розвитку мовлення. Відповідно, навіть якщо редактор вкаже дитині на цей недолік, вона не зможе його виправити самотужки, а втручання дорослого в лексику зовсім юного автора неодмінно буде у тексті помітним. Окрім цього, проста лексика характеризує передусім тексти молодших школярів, тому редакторів варто втручатися в лексичну систему тексту лише тоді, коли в ньому наявні очевидні лексичні помилки.

Якщо редактор співпрацює з дітьми на етапі створення тексту, він може запропонувати низку синонімів чи епітетів, з яких автор самостійно обере потрібний; при цьому автентичний дитячий стиль буде збережено. Редактор може також пояснити, що таке тропи, які художні прийоми можна застосовувати для поліпшення тексту, в яких випадках вони використовуються та як впливають на читацьке сприйняття.

Тексти *дітей старшого шкільного віку* за рівнем використання різних пластів лексики та художніх засобів ще більше наближаються до текстів дорослих. Автори-підлітки вже мають уявлення про різні стилі української мови та намагаються дотримуватися вимог художнього стилю, наприклад: «...Листя розлітається під нашими ногами барвистим, оранжевим дощем. Все ніби наповнене насиченим сонячним кольором, земля ніби палає. Саме тоді мені вперше подумалося: осінь – втілення Сонця...» (О. Горчинська, 10 клас), та публіцистичного: «Згідно з рішенням XI з'їзду Національного союзу журналістів третю п'ятницю вересня прийнято вважати днем пам'яті загиблих журналістів. Цього дня ми згадуємо тих представників ЗМІ, які загинули, виконуючи свої професійні обов'язки» (М. Сачук, 11 клас). Але вони доволі часто помиляються у виборі лексичних та стилістичних засобів. Загалом опрацювання стилістики текстів авторів-дітей старшого шкільного віку має більш узвичаєний для традиційної редакторської роботи характер, тому в багатьох випадках редактор може обмежитися вказівками на недотримання стилістичних та жанрових вимог і допомогою з добором відповідної лексики.

Лексика текстів старшокласників достатньо багата і з точки зору стилістики, і з точки зору емоційності, хоча вони подеколи тяжіють до використання лексики розмовного стилю та частих звертань до читача, наприклад: «Якщо **ти**, наприклад, мрієш стати лікарем, то спробуй завітати до лікарні та прислухатися до своїх відчуттів:

«Чи подобається **тобі** ця атмосфера? Чи справді це те місце, на якому б **ти** хотів працювати протягом свого життя?» І якщо й після такого випробування **ти** впевнений, що це справді твоя справа, то вибір **ти** зробив правильно!» (А. Шматок, 10 клас).

Однією з найхарактерніших особливостей текстів авторів-дітей цього віку є надмірна емоційність, яка виражається за допомогою окличних та питальних інтонацій, наприклад: «Життя одне, іншого не буде! Проживіть його так, як Вам хочеться, як Вам підказує Ваше серце! Цінують кожну мить свого життя! Вона безцінна і неповторна!» (Т. Клименко, 10 клас).

Специфічним різновидом експресії в текстах старшокласників вважаємо прояви підліткового максималізму, що виражаються в постійному використанні слів з категоричним значенням *все, завжди, кожен, ніколи, безліч* тощо, наприклад: «Треба згадати, що суспільство і навколишній світ **завжди** поєднані... Було пройдено безліч етапів... **Завжди** існувала проблема у системі Людина-Природа-Цивілізація...» (А. Миронова, 9 клас).

Редактор має ретельно й обережно опрацювати емоційний складник підліткових текстів. Надмірне використання знаків оклику знижує художню та інформативну цінність тексту, тому автору-дитині потрібно пояснити, що передати власні емоції можна не лише за допомогою окличної інтонації, а й завдяки вживанню емоційно забарвленої лексики, а також зазначити, що перенасичений окликами текст сприймається читачем як несерйозний, надто дитячий.

Утім редактор не повинен боятися вияву підліткових емоцій, навіть у текстах публіцистичного стилю, і йому не варто намагатися наблизити їх до більш сухого та об'єктивного дорослого викладу. Під час опрацювання стилістики текстів авторів-дітей старшого шкільного віку треба прибирати лише ту надлишкову експресію, яка заважає читанню й сприйняттю, оскільки прояви емоційності та підліткової категоричності відповідають вимогам читачів до текстів старшокласників і вирізняють їх з-поміж усього масиву дорослої публіцистики. Саме тому, якщо в тексті підлітка немає емоцій та вражень автора, редакторів варто запропонувати йому додати в текст власне ставлення до описуваної проблеми або ситуації.

Автори-діти цього віку широко й влучно вживають у писемному мовленні тропи:

- метафори: «А сьогодні **юність** у наших серцях живе, **надихає і спонукає**» (І. Мороз, 11 клас);
- метонімії: «**Рука людини – ось, що знищує ці краєвиди**» (І. Шкарук, 10 клас);



• синекдохи: «Вчорашній школяр має всі шанси змінити наше спільне майбутнє» (В. Олешко, 11 клас);

• гіперболи: «Ви не спали всю ніч, намагалися щось відобразити на папері, просиділи до ранку в інтернеті, відшукуючи факти, або цілий день бігали містом у пошуках сенсації» (С. Гусейнова, 9 клас).

Частіше та влучніше, ніж учні середньої школи, старшокласники вживають іронію, що подекуди переходить у сарказм, наприклад: «Зате не знали динозаврики ані автомобілів (з їх отруйними випарами), ані аерозолів-балончиків (які руйнують озоновий шар), ні навіть поліетиленових пакетів з-під чипсів, що забруднюють навколишнє середовище, оскільки не розкладаються. Тихі, мирні динозаври. Якби не астероїд, ще, мабуть, до наших днів дожили б» (М. Піскун, 11 клас). Натомість, як і молодші автори-діти, вони нерідко вдаються до надлишкового нагромадження запитань в усьому тексті або в окремому абзаці, що істотно вадить сприйняттю, наприклад: «Тому іноді мої думки охоплює питання: “А чи не дарма на сьогоднішній день таке покарання є виключеним?”, “Чому людей не страшить власна, така невідповідальна та нищівна свідомість і поведінка?”, “Чому людство таке байдуже до тієї складної проблеми, що постала перед ним?”» (К. Арсентьева, 10 клас).

Як бачимо, старшокласники показують більшу вправність під час використання різноманітних тропів та художніх прийомів, краще знають українську мову та теорію літератури, що дає змогу редакторів лише вказувати на помилки у вживанні тропів та художніх прийомів, а не пояснювати правила їх уживання. Найпоширенішою вадою, пов'язаною з образністю текстів старших школярів, є надмірне вживання ними тропів у публіцистичних текстах та, навпаки, брак художніх прийомів у текстах художніх.

Під час роботи над стилем дитячих текстів редакторів не варто вимагати від дітей абсолютного дотримання усталених стилістичних вимог. На думку М. Феллера, кваліфікований автор (і кваліфікований редактор), користуючись підсвідомим уявленням про твір і його текст як зображення дійсності під певним кутом зору, та в спосіб, що диктується метою, що наявна у свідомості і спостерігається в діях читача, інтуїтивно виходять не з узвичаєної в лінгвістиці, а з іншої класифікації стилів, коли стиль уявляється як спосіб зображення дійсності [8, с. 6]. Конструктивні особливості стилю мають відображати мислення автора, проте під час роботи з дітьми треба стежити, щоб вони були підпорядковані сподіваному способу мислення читача.

Висновки. Отже, текстам учнів молодших класів притаманний обмежений словниковий запас, використання малої кількості художніх

засобів, наявність словотвірних помилок і тавтології. В учнів середньої школи відзначаємо більшу кількість тропів, намагання дотримуватися вимог художнього, публіцистичного та наукового стилів, проте дитячий тезаурус лишається обмеженим, а в текстах наявні лексичні та стилістичні помилки. Старшокласники виявляють вправність у вживанні різноманітних тропів, але вдаються до помилкового використання розмовного стилю та надмірної емоційності викладу. Під час опрацювання стилістичного складника текстів авторів-дітей редактор має обмежитися виправленням грубих стилістичних помилок, надто в текстах авторів молодшого та середнього шкільного віку, оскільки надмірне втручання дорослих у вибір дітьми лексичних засобів та художніх прийомів порушує цілісність та унікальність дитячих текстів. Редактор має запропонувати авторів-дитині рекомендації, як саме підвищити образність тексту та врахувати стилістичні вимоги.

Потреба створення комплексу порад для фахівців, які працюють з дітьми, вимагає подальших досліджень різних складників дитячих текстів з точки зору редагування.

Подяки. За допомогу в проведенні дослідження висловлюємо подяку Видавничо-поліграфічному інституту НТУУ «КПІ», зокрема завідувачу кафедри видавничої справи та редагування О. Тріщук, та інформаційно-творчому агентству «Юн-прес» Київського палацу дітей та юнацтва, зокрема його керівникові Н. Іллюк та методистові О. Катрич.

1. Цейтлин С. Н. Ошибки в письменной речи учащихся и способы их классификации // Русский язык в школе. – 1984. – № 2. – С. 40–46.
2. Бадер В. Класифікація помилок у мовленні молодших школярів // Рідна школа. – 1999 – № 9 (837). – С. 53–55.
3. Мельничайко В. Я. Творчі роботи на уроках української мови: Конструювання. Редагування. Переклад : посіб. для вчит. / В. Я. Мельничайко. – К. : Радянська школа, 1984. – 223 с.
4. Волощук В. І. Індивідуальний авторський стиль, ідіолект, ідіостиль: питання термінології // Наукові праці : наук.-метод. журн. Сер. : Філологія. Літературознавство. – 2008. – Вип. 79. – Т. 92. – С. 5–8.
5. Літературознавчий словник-довідник [ред. Р. Т. Гром'як, Ю. І. Ковалів та ін.]. – К. : ВЦ "Академія", 1997. – 752 с.
6. Іванченко Р. Г. Рукопис у редактора / Р. Г. Іванченко. – Х. : Ред.-вид. відділ Книжкової палати УРСР, 1967. – 219 с.
7. Усне побутове літературне мовлення / [за ред. А. П. Грищенка, М. А. Жовтоброха та ін.]. – К. : Наукова думка, 1970. – 201 с.
8. Феллер М. Д. Текст і зображення як модель комунікативного акту / М. Д. Феллер ; Київський університет ім. Тараса Шевченка ; Центр вільної преси. – К., 1998. – 123 с.



Примітка

До дітей старшого шкільного віку в межах дослідження відносимо й учнів 9 класів (14–15 років), оскільки їхня літературна творчість за багатьма ознаками ближча до рівня учнів 10–11 класів, аніж до учнів 5–8 класів.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Vishchuk Oksana

Editor's work at style of children's texts

The purpose of this research is to find the main characteristics for style of children's texts and to determine the necessity and the limits of editor's intervention. To define these qualities we have analyzed and compared the texts written by the children aged from 7 up to 17. It was pointed out and proven that the texts of three age groups: elementary, middle and high school-aged children have their different characteristics and typical mistakes. The children of the first group have the limited vocabulary, they use a small set of figures of speech and make derivation and tautology mistakes. The children of the second group use more figures of speech and try to match to fiction, scientific or publicist's styles of language, but their vocabulary is still limited and they make lexical mistakes and errors of style. The children from the third group show ability to use different figures of speech but their texts are too emotional and they wrongly use the spoken style. Finally we give some recommendations on editing of the children's style to improve the quality of their texts.

Keywords: author-child, children's texts, editing, style.

Вищук Оксана

Работа редактора над стилем детских текстов

В исследовании определены основные характеристики стиля детских текстов, выяснена необходимость и границы редакторского вмешательства.

Для определения этих характеристик мы проанализировали и сравнили тексты авторов – учеников 2–11 классов. В ходе исследования обнаружено, что тексты трех возрастных групп – учеников младшей, средней и старшей школы – имеют свои стилистические признаки и типичные ошибки. Тексты учеников младших классов отличает ограниченный словарный запас, использование малого количества тропов, словообразовательные ошибки и тавтология. У учеников средней школы отмечаем большее количество тропов, попытки соответствовать художественному, публицистическому и научному стилям, лексические и стилистические ошибки, ограниченный тезаурус. Старшеклассники умело используют различные тропы, но иногда ошибочно прибегают к разговорному стилю и чрезмерной эмоциональности. Также поданы рекомендации редакторам по работе со стилистическим компонентом текстов авторов-детей.

Ключевые слова: автор-ребенок, детский текст, редактирование, стиль.

Тетяна Чепурняк,

канд. філол. наук

УДК 821.161.2.09: 655.254.22

Редакторські аспекти праці Володимира Підпалого

У статті досліджено специфіку редакторської діяльності В. Підпалого. Окреслено суспільні умови праці редактора через свідчення очевидців тогочасної дійсності. Вони формують фактологічну базу та показують ставлення редактора до цензури. Виявлено редакторські підходи митця до опрацювання рукописів творів поетів на композиційному та мовностилістичному рівнях. Увагу зосереджено на відгуках поетів, твори яких редагував автор, і наявних редвисновках. Вони яскраво репрезентують особистість редактора: свідчать про його обізнаність із видавничим процесом, рівень володіння словом (пропозиції варіантів поліпшення змісту чи форми окремих творів і видань загалом). Редакторські висновки якоюсь мірою окреслюють певні риси вдачі В. Підпалого (толерантність, доброзичливість, вимогливість) та свідчать про його літературні уподобання (Б.-І. Антонич, І. Калинець, В. Голобородько). Означено також роль В. Підпалого у виданні книг письменників та формуванні творчих особистостей їх авторів.

Ключові слова: редактор, редвисновок, видавництво, рукопис, поет, цензура, верстка, відгук, діяльність.

Вступ. Діяльність редактора трактувалась у різні часи неоднаково. За тоталітаризму вона охоплювала процеси перевірки дотримання ідеологічних та правописних норм. Однак редагування, що є складником редакційно-видавничого процесу, не варто зводити лише до виконання механічних операцій, мета яких – удосконалити зміст, форму авторського оригіналу, враховуючи узвичаєні в суспільстві вимоги. Це водночас і творчість або навіть мистецтво, коли йдеться про втручання в поетичний чи прозовий текст. Знання літературної мови на високому фаховому рівні – не єдина умова для кваліфікованого редагування художніх творів, адже не останню роль відіграє обізнаність зі специфікою літературної праці. Саме тому українські письменники часто переймали на себе обов'язки редактора (О. Назарук, І. Франко, В. Еллан-Блакитний, О. Черногуз та ін). До таких постатей належав і В. Підпалый, який за життя, а також після смерті тривалий час залишався недооціненим і призабутим.

Творчість письменника щороку дедалі більше привертає увагу дослідників (його літературну спадщину вивчали М. Домчук, М. Жулинський, М. Ільницький, В. Корж, М. Коцюбинська, Є. Сверстюк). Однак у колі талановитої молоді Володимира Підпалого сприймали не лише як лірика, а й як талановитого редактора. Ця грань його ді-



яльності була об'єктом дослідження А. Третьяченко [1], яка першою охарактеризувала працю митця у видавництві «Радянський письменник», зосередивши увагу здебільшого на характері автора, його професійних якостях, та назвала імена поетів, твори яких він редагував. Однак конкретні приклади, які проілюстрували б підходи В. Підпалого до цієї діяльності, відсутні. Дослідники М. Домчук [2], О. Рарицький [3] та В. Цимбалюк [4] робили акцент на біографії митця, окреслювали особливості його «тихої лірики» й через цитування українських поетів вказували на здібності редактора, однак не наводили чітких аргументів. Тому цей аспект діяльності В. Підпалого потребує ґлибнішого вивчення, що й зумовлює актуальність нашого дослідження.

Метою наукової статті є висвітлення аспектів редакторської праці Володимира Підпалого через аналіз відгуків митців про його діяльність, редвисновків на рукописи поетів та епістолярію. Вони слугують незаперечними доказами компетентності поета як знавця слова та редактора.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких *завдань*:

- виявити редакторські підходи В. Підпалого до опрацювання рукописів поетичних творів;
- окреслити умови праці митця на посаді редактора в 60-ті рр. ХХ ст.;
- визначити роль редактора в процесі становлення творчої особистості.

Методи дослідження. Використано загальнонаукові методи аналізу та узагальнення під час розгляду матеріалу, аби виявити, на чому В. Підпалий зосереджував увагу під час редагування рукопису. Описовий та біографічний методи застосовувалися для вивчення діяльності та особистості редактора.

Результати й обговорення. Перш ніж досягнути специфіку праці митця, варто розглянути передумови становлення В. Підпалого як редактора. Відомо, що йому не вдалося вступити на факультет журналістики Київського університету і згодом він здобув освіту філолога. Зрештою В. Підпалий зупинив свій вибір на професії редактора, яка була виснажливою і могла спричинити безліч неприємностей. У 1962 р., закінчивши філологічний факультет Київського університету, він обійняв посаду редактора в Держлітвидав (пізніше його було перейменовано на «Дніпро»). З видавництва згодом В. Підпалого звільнили з формулюванням «за власним бажанням» якраз після виступу на Шевченківському вечорі. У 1965 р. він став старшим редактором відділу поезії у видавництві «Радянський письменник» (з 1991 р. іменується як «Український письменник»), де й працював до

останніх днів життя – 1973 р. [2, с. 21]. Цьому посприяло не лише досконале знання ним літературної мови, а й обізнаність зі специфікою літературної праці, орієнтування в типології художніх творів.

Відомий письменник Євген Гуцало характеризував тогочасне видавництво як «барометр літературних і суспільних перемін в атмосфері республіканського буття», вбачав складність у його роботі загалом та в редакторській діяльності зокрема. Він наголошував, що для редактора видавнича робота «складна не так виробничим процесом, у якому бере постійну й активну участь, як стосунками з письменницьким загалом, насамперед з тими авторами, чиї рукописи з твоєї волі, з твого благословення стануть чи не стануть книгами в майбутньому» [3, с. 96]. Поети ж охочі були, щоб редагування здійснював саме В. Підпалий: він хоча й був вимогливим, однак водночас вдумливим, доброзичливим критиком. В. Цимбалюк наголошує на великій ролі митця у становленні молодих поетів [4, с. 119]. Його думки є слушними, оскільки В. Підпалий редагував та рецензував твори, прагнучи, щоб його зауваження до структури чи змісту поезій були корисними як для самого автора, так і для видавця. Про його роль у житті письменників свідчать оцінки Є. Гуцала, І. Гнатюка, Б. Олійника. У них вказано причину такої популярності редактора серед творчих постатей: довіра оточення, відвага та професіоналізм. Приміром, Б. Олійник сміливо висловлює думку від імені митців свого покоління: «Ми, поети, вважали, що нам вельми пощастило, коли рукопис потрапив йому на редагування, оскільки Володимир Підпалий над кожною збіркою працював, як над власною. Обов'язковість, дисциплінованість... ішли в нього ще й від фаху – в університеті студіював українську філологію» [3, с. 279–280]. Редакторське опрацювання творів українських письменників (І. Гнатюка, М. Годованця, Н. Кащук, О. Орача, Л. Первомайського, С. Тельнюка, М. Сингаївського, Д. Павличка, Б. Олійника) Підпалий виконував під тиском цензурних заборон та обмежень. «Заслугою», «проявом мужності» вважається повернення із забуття творчої спадщини поетів Є. Плужника, Б.-І. Антонича, М. Драй-Хмари [2, с. 21; 3, с. 11]. Олесь Лупій згадував, як сам письменник ставився до такої праці: «Одного разу він поділився радістю – йому доручили редагувати збірку вибраних творів геніального поета Богдана-Ігоря Антонича “Пісня про незнищенність матерії”» [5, с. 12]. Захоплено відгукуючись про впорядкування та передмову до книжки Дмитра Павличка, шкодував, що цензура не пропускає твори зі збірки «Книга лева».

Володимир Підпалий належав до покоління поетів-шістдесятників, тому неодноразово редагував їх. У такий спосіб «підставляв козаче



плече під поетичну долю ще когось із “інакомыслящих” [3, с. 285]. В. Підпалый свідомо ризикував, коли пропонував негайно після рецензування видавати збірки І. Калинця («Відчинення вертепу») та В. Голобородька («Пастух квітів»), про які склав схвальні редвисновки. Твори зазначених митців, неприйнятні для тогочасної ідеології, вийшли у світ лише за кордоном.

Він був відповідальним редактором і завжди прагнув допомогти. Доказом можуть слугувати листи до Івана Гнатюка, в яких ідеться про редагування, процес виходу книг «Повнява», «Жага». В. Підпалый повідомляє про надходження верстки, просить зробити виправлення за наявності помилок, які згодом сам перенесе, «якщо це буде в його ред. силах», відгукується схвально про П. Засенка, що на той час працював редактором у видавництві «Молодь». Він просить І. Гнатюка не хвилюватися, що хтось інший редагуватиме книгу. Також обіцяє щодо наступного видання зробити все можливе й не тільки, а також інформує І. Гнатюка про назву збірки «Стріла», зазначаючи її умовність і перспективу подальшої зміни (згодом отримала назву «Жага»), про її обсяг (2,5 авторських аркуші). Водночас В. Підпалый дає слушні поради: доопрацювати наступну книгу, розділяючи таким чином погляди Ю. Петренка та Б. Степанюка, «додати кілька віршів, у яких би відчувався подих сьогодення», а книга від цього лише виграла б; зазначає, які твори були вилучені та яка стала її структура: «Борислав», чотири сонети, вставка [6, с. 122]. Він також пропонує вихід зі складної ситуації: «Рукописів з нестандартним машинописом до видавництва не беруть. Але не хвилюйся, ми знайдемо друкарку» [6, с. 119].

Про його професійність свідчить і той факт, що дружба, авторитетність митців, чиї рукописи редагував В. Підпалый, не впливали на його ставлення до справи, адже він прагнув досягти найкращого результату й отримати якісний видавничий продукт. Саме тому редактор, за свідченням І. Гнатюка, переконливо та відверто доводив свою точку зору, акцентуючи на конкретних вадах рукопису [7, с. 123]. Водночас із притаманною йому делікатністю В. Підпалый лагідно вказував авторам на вагомі недоліки: «Як умілий лікар скальпелем, він своїм гострим редакторським пером орудував лише за необхідності. Десятки книжок поезій сучасних йому авторів, а також тих, які відійшли за обрій життя, з'явилися у світ під ревним поглядом редактора В. Підпалого» [3, с. 131]. Це ми простежуємо в редвисновках на рукописи Д. Гордієнка, М. Клименка, Р. Лубківського. За свідченням М. Тимошика, в радянський період обов'язково у видавництві складала редвисновок після першого прочитання авторського оригіналу,

хоча тепер цю вимогу ігнорують [8, с. 230–231]. Натомість К. Серажим цей етап вважає надзвичайно відповідальним. Вона стверджує, що «так виявляється кібернетичний аспект праці редактора, який виконує стосовно автора регулювальну, управлінську функцію», «встановлюється комунікативний зв'язок між редактором і автором» [9, с. 42]. Аналізуючи драматичну поему Д. Гордієнка «Последняя ночь», В. Підпалый вказує на нечітку композицію та неналежний поетичний виклад, частково пов'язуючи це з умовами написання твору, рекомендує все ж таки не відмовлятися від теми «останньої ночі», все осмислити заново й переписати, адже лише за цієї умови вийде гарний цикл віршів [10, с. 334]. Оцінюючи збірку «Крізь бурі й дими», він називає вірші, які, на його думку, є вдалим («Товариш Плуг», «В осінній кузні», «Прощання», «Літа», «Пісні про хустку», «День») або слабкими «за виконанням, втіленням думки» («Пастухи», «В степу», «Жнива»), а в деяких творах вбачає технічний брак. Редактор висловлює також захоплення віршем «Програмове», радить ним розпочинати книгу; а ще вважає необхідним внести до збірки вірші, написані після 1934 р., відзначаючи в них наявність «гарних думок і глибоких почуттів» [10, с. 335].

Він доскіпливо розглядає твори М. Клименка зі збірки «Дорога зорі», наголошуючи на тому, що у вірші «Слово до часу» «немає жодної свіжої думки», «виконання не першокласне», наводячи переконливі докази – рими: «народа – свободи, кличі – робітничі, племен – знамен», зазначаючи, що вірші, які належать до інтимної лірики, дуже подібні [10, с. 336]. Водночас редактор шкодує, що наявні певні недоліки, тому вживає вставне слово «на жаль», коли говорить про поезію. Також радить доопрацювати поезії «Яблуні», «Андрій». Як зауваження чи, за словами В. Підпалого, радше як застереження, висловлює свої міркування, що в рукописі «надто вже багато “слів”», а як результат – непоетичність віршів. Хоч і правдиво, однак не гостро вказує на помилки, лише констатує їх як факт. Таку тенденцію простежуємо, коли редактор зауважує про наявність віршів-загальників у рукописі, що в українського письменника В. Собка вже була назва «Шлях зорі», хоч В. Підпалый і не наполягає на заміні. Закликає автора не припиняти експериментів, не обмежуватися темою саду, бути вимогливим до своїх творів.

Аналізуючи рукопис Р. Лубківського «Руки пахнуть квітнем», В. Підпалый вважає доречним змінити назву збірки, вказує на твори, які його вразили, чи на ті, які залишили його байдужим. Також радить ввести до книги лише по одному твору, що присвячені Т. Шевченкові та І. Франкові, сильніші з яких «Слово» та «Перед



Каменярем», хоч останній потребує доопрацювання, відзначає вільність форми «Балади про сльози ювіляра». Він позитивно відгукується про стиль поета: напружений, динамічний вірш, «образи якого накочуються хвилями, створюючи не ритм вірша, а ритм образу і думки» [10, с. 339]. Однак у вірші про О. Довженка віднаходить невдало вжитий прозаїзм «злазили», хоч припускає, що це може бути авторською задумкою. Редактор заспокоює автора, аргументуючи недоліки тим, що невдачі трапляються з кожним поетом. Незважаючи на певні недосконалості змісту і форми деяких творів («На руїнах монастиря», «Гроза» та ін.), у висновках стверджує, що вірші цікаві та свідчать про талант молодого письменника.

Варто зауважити, що десятки українських поетів-шістдесятників були вдячні В. Підпалому: Л. Костенко, Р. Лубківський, Б. Олійник, С. Тельнюк та багато інших. Усі митці, чиї книги редагував, відгукувалися про нього як про надзвичайно талановитого та чуйного редактора. Приміром, Ліна Костенко називала його «дуже культурним і талановитим редактором», «дивовижним», «глибоко порядною людиною», до зауважень якого варто було б усім митцям дослухатись, підтверджувала, що він не був «видавничою рукавичкою» [3, с. 208–211], а Іван Гнатюк зазначає, що В. Підпалій «переживав за кожний вірш редагованої ним книжки, за кожного здібного автора, бачив, як ті вірші бездушно калічили літературні чиновники та цензори... і нічим як редактор не міг їм зарадити» [7, с. 123]. Він подекуди навіть змирився із таким становищем, навчившись відрізнити суттєве од несуттєвого. Прикладом може слугувати видання першої книжки В. Житника «Зелений вітер», коли В. Підпалій спокійно сприйняв ситуацію, що в головній редакції викинули деякі вірші, але вдалося зберегти цикл «Безруч». Письменник лише згодом оцінив такий підхід редактора: «Змушений редагувати під цензурним тиском чи то свої власні, чи чужі твори, він завжди намагався пожертвувати незначним заради збереження основного» [3, с. 119]. Це яскравий доказ того, що В. Підпалій був не байдужий до творів митця, якщо вбачав у них художню цінність.

Хоча В. Підпалій неодноразово наважувався на рішучі кроки: редагував рукопис Ліни Костенко «Княжа гора», з власної ініціативи рягував Тичинину поему «Сковорода». Щодо останньої справи, то він вдавався до певних хитрощів: повикидав ризиковані місця, залишивши на сторінці по 6–7 рядків крапок для цензорів, а у верстку запланував усе «повписувати». С. Тельнюк, який розшифровував поему П. Тичини «Сковорода», схвально відгукувався про співпрацю з В. Підпалім, даючи таку оцінку його редакторському хисту: «Він

так увійшов у задум Тичини..., що не вимагав од мене жодного пояснення» [3, с. 386]. Характеризуючи працю В. Підпалого як редактора, С. Тельнюк підкреслював його скромність: «Він і став редактором моєї книжки «Опівнічне». Правок було зовсім небагато – і всі вони були спрямовані на поліпшення рукопису. Але з однією правкою я й досі погодитися не можу. Йдеться про вірш «Слова», який я присвятив Володі. Володя викреслив мою присвяту» [3, с. 387]. В. Підпалій вважав, що присвяту можуть сприйняти двоє: наче редактор у такий спосіб сам себе прославляє, а читач може подумати, що Станіслав Тельнюк здобуває прихильність у В. Підпалого.

Сміливість редактора відзначав і Степан Пінчук, зауважуючи: «Він намагався зберегти в рядках поета все те, що за тодішніми літературними звичаями здавалося підозрілим і навіть крамольним та небезпечним» [3, с. 333]. Петро Засенко підкреслював, що В. Підпалій, «редагуючи вірш іншого автора, мистецьки вмів ладнати словесний ряд», «володів професійним знанням мови», а по виданнях, редактором яких він виступав, можна було «оволодівати таємницями поетичної грамоти, вивчати глибини живої української мови» (за визначенням літстудійців при видавництві «Молодь») [3, с. 131]. Про природжене чуття слова у В. Підпалого згадував і А. Кацнельсон [3, с. 175].

Висновки. Отже, незаперечним є той факт, що В. Підпалій відіграв важливу роль в еволюційному процесі розвитку творчої молоді. Дарчі написи письменників теж свідчать про поцінування праці редактора: «Дорогому Володьці – хрещеному батькові й бабці-повитусі цієї книжки – автор» (Р. Лубківський «Громова дерево», 1967), «Дорогому Володі Підпалому на добрий спогад із подякою» (Д. Павличко «Гранослов», 1968), «Володі Підпалому – другові моему – на творче щастя!» (М. Сингаївський «З березнем по землі», 1968) [1, с. 186]. У часи доносів та переслідувань, які прийшли на зміну короткій хрущовській відлизі, він наважувався редагувати, пропонувати до видання твори, які викликали зовнішній спротив, за що отримував догани з боку керівництва. Але навіть за надзвичайно складних умов, в атмосфері постійного нагляду й цькування В. Підпалій не зраджував своїх переконань, закарбувавшись у пам'яті багатьох сучасників як принциповий, делікатно-вимогливий, ідеальний, із природженим естетичним чуттям редактор, котрий унікав категоричності суджень і менторського тону при обґрунтуванні неминучих виправлень. Він глибоко аналізував рукописи, які доводилося редагувати, вказував на їх слабкі та сильні сторони: технічний брак, описовість, відсутність свіжої думки, вільність форми, динамічний виклад та неналежне пое-



тичне виконання (недоречні рими, раптові переходи від одного до іншого). В. Підпалий висловлював пропозиції щодо змістового наповнення видання, пропонував свої варіанти, які б дали змогу вдосконалити подані до друку твори та рукописи на мовностилістичному та композиційному рівнях: змінити назву збірки, доопрацювати кінцівку поезії. У його редвисновках наявні аналіз, оцінка, рекомендації та загальний висновок щодо літературної вартості рукописів. Простежено, що висновки В. Підпалого чітко сформульовані й містять або цілковите схвалення, або поради доопрацювати, не заперечуючи водночас художньої цінності поезії.

Подяка. Висловлюю подяку кандидатові філологічних наук, доценту Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка Рарицькому Олегу Анатолійовичу, який посприяв цьому дослідженню.

1. *Третьяченко А. В.* Редакторська та видавнича діяльність Володимира Підпалого // Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка : Філологічні науки / [відп. ред. Ю. О. Маркітантов]. – Кам'янець-Подільський : ПП Буйницький, 2008. – Вип. 18. – С. 186–187.
2. *Домчук М.* «Амплітуда поета – від землі аж до неба»: Володимир Підпалий у контексті шкільної програми // Дивослово. – 2004. – № 5. – С. 18–23.
3. *Пишов у дорогу – за ластівками* : спогади про Володимира Підпалого / упоряд. : Н. Підпала, О. Рарицький ; передм. О. Рарицького. – Кам'янець-Подільський : ПП «Медобори-2006», 2011. – 496 с.
4. *Цимбалюк В.* Твій голос щирий досі ще луна... Поет-шістдесятник Володимир Підпалий та його «Тиха лірика» // Укр. мова й літ. в середн. школах, гімназіях, ліцеях та колегіумах. – 2011. – № 5. – С. 116–127.
5. *Лупій О.* Гомін «Золотих джмелів» // Літ. Україна. – 2011. – 19 трав. – С. 12.
6. *Гнатюк І.* «...Як джерело із глибини» : листи Володимира Підпалого до Івана Гнатюка // Київ. – 1989. – № 6. – С. 112–123.
7. *Гнатюк І.* Сила поетичної довговічності // Вітчизна. – 2006. – № 1–2. – С. 122–125.
8. *Тимошик М.* Книга для автора, редактора, видавця: практичний посібник / Микола Тимошик. – 3-тє вид., виправ. – К. : Наша культура і наука, 2010. – 560 с.
9. *Літературне редагування* : навч.-метод. посіб. / упоряд. К. С. Серажим. – К. : Паливода А. В., 2012. – 142 с.
10. *Підпалий В.* Золоті джмелі : вибрані твори / Володимир Підпалий ; [упоряд. та прим. Н. А. Підпалої]. – К. : Твім інтер, 2011. – 560 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Chepurnyak Tetyana

Editorial aspects of the work of Volodymyr Pidpalyi

The article investigates the specificity of editorial activity of V. Pidpalyi. The societal conditions of the editor's work through the evidences of witnesses of that reality are traced. They form the factual basis and show the editor's attitude to censorship. The

editorial approaches of the master in processing of poets' manuscripts on compositional and linguo-stylistic levels are discovered. The attention is focused on the references of the poets whose works were edited by the author and on the available editorial conclusions. They represent brightly the editor's personality: they affirm his knowledge in publishing process, skills in using the word (suggestions of variants for improving content and form of particular works and whole editions). They trace also some features of V. Pidpalyi's character (tolerance, kindness, demands) and indicate his literary preferences (B.-I. Antonych, I. Kalynets, V. Holoborod'ko). The role of V. Pidpalyi in publishing of the writers' books and forming of creative personality is determined.

Keywords: editor, editorial conclusion, publishing house, manuscript, poet, censorship, page proof, reference, activity.

Чепурняк Татьяна

Редакторские аспекты труда Владимира Подпалого

В статье исследована специфика редакторской деятельности В. Подпалого. Определены общественные условия труда редактора, а подтвержденные очевидцами действительности того времени. Эти свидетельства формируют фактологическую базу и показывают отношение редактора к цензуре. Выявлены редакторские подходы мастера слова в работе над рукописями произведений поэтов на композиционном и лингвостиллистическом уровнях. Внимание сосредоточено на отзывах поэтов, произведения которых редактировал автор, и на имеющихся редвыводах. Они ярко представляют личность редактора: свидетельствуют об его знании издательского процесса, искусстве владения словом (предложения вариантов улучшения содержания или формы отдельных произведений, а также изданий в целом). Редакторские выводы в какой-то мере демонстрируют определенные черты характера В. Подпалого (толерантность, доброжелательность, требовательность) и говорят о его литературных вкусах (Б.-И. Антонич, И. Калинец, В. Голобородько). Определена роль В. Подпалого в издании произведений писателей и формировании творческих личностей его авторов.

Ключевые слова: редактор, редвывод, издательство, рукопись, поэт, цензура, вёрстка, отзыв, деятельность.



Ольга Бикова,
асистент

УДК 007: 070.82.82-90

Комунікаційні параметри модифікацій на теренах репортажу в сучасній пресі

У статті наведено результати комплексного генологічного аналізу модифікацій репортажу в сучасній українській пресі. Розглянуто та систематизовано погляди науковців щодо здатності жанрів соціальних комунікацій до модифікації. Уточнено категорії жанру та жанрової модифікації. Наголошено на тому, що репортаж у сучасних друкованих виданнях є зразком активного жанрового синтезування – в його межах відбувається жанрова інтерреляція, своєрідний синтез елементів інших жанрів.

Ключові слова: жанр, репортаж, модифікація, різновид.

Вступ. Жанри соціальних комунікацій стрімко розвиваються, видозмінюються, модифікуються. Рух і динаміка жанрових форм зумовлені складними змінами в соціально-економічній структурі суспільства, вивищенням ролі індивідуально-суб'єктивного начала у творчому мисленні, зняттям певних обмежень щодо нього, пошуками новітніх засобів виразності, що призводять до інтеграційних і дифузійних тенденцій, до синтетичності та еволюції традиційних ознак.

Про здатність жанрів до модифікації говорив ще М. Бахтін, який вказував на те, що «жанр завжди той і не той, завжди старий і новий одночасно... Жанр живе теперішнім, але завжди пам'ятає своє минуле, свій початок. Жанр – представник творчої пам'яті... Саме тому жанр і здатний забезпечити єдність і неперервність цього розвитку» [1, с. 178–179], і є змінною категорією, яка підлягає еволюції. У журналістиці такі зміни узвичаєно називати модифікаціями. Цв. Тодоров, виходячи з власного розуміння жанру, обстоював закони модифікації жанрів, вважаючи, що нові жанрові форми є модифікацією традиційних і це зумовлено соціоісторичними чинниками [2, с. 29]. Російський теоретик журналістики В. Учюнова вважає, що «в публіцистиці відносно сталі жанрові модифікації – це засоби оптимального досягнення мети, яка постає перед публіцистом у зв'язку з відображенням того чи того об'єкта» [3, с. 95–96].

Сучасні дослідники також стверджують, що журналістські жанри не мають чітких меж, тому змінюються, розвиваються або ж, навпаки, втрачають свою актуальність. Приміром, А. Мамалига у статті, присвяченій комунікативно-текстовій побудові в проекції синергетики, зауважила: «Тривають дискусії щодо розмивання меж жанрів

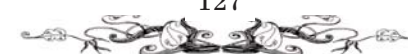
і нівелювання жанрової специфіки, йдеться навіть про руйнацію звичної структури жанрів. Якщо не впадати в крайнощі, слід визнати, що жанри розвивались і далі розвиватимуться, а також з'являться і з'являтимуться їх нові різновиди» [4, с. 8].

У розвідці «Еволюція класифікації жанрів журналістики» В. Шевченко вказує на те, що жанрові різновиди «не лише урізноманітнюють потрактування активізації розвитку засобів масової інформації як новинно-пізнавальної, пояснювально-аналітичної, інтерпретаційно-публіцистичної систем, а й розширили дослідницький інструментарій» [5, с. 126]. Схожої думки дотримується і М. Подолян, який зазначає: «Жанровий різновид – цілком нормальне явище. Адже відмінність між жанрами – в середині самого жанру, а різноманітність жанрів – ключ до збагачення змісту газети, її іміджу й просто популярності» [6, с. 37].

Отже, основними питаннями генологічної проблематики є дослідження найрізноманітніших жанрових модифікацій, проблеми «взаємопроникнення» жанрів, їх гнучкості та еластичності. Сам термін «жанрова модифікація» і досі вживається без належної точності, що засвідчує *актуальність* нашого дослідження. Нові жанрові модифікації виникають на кожному етапі розвитку соціальних комунікацій як явища індивідуальної творчості, що їх далеко не завжди можна вписати в схеми формальної генології, тому *мета* нашого дослідження – виявити комунікаційні параметри модифікацій на теренах сучасного пресового репортажу. Реалізація поставленої мети передбачає вирішення таких конкретних *завдань*: сформулювати робочу дефініцію категорії жанрової модифікації, здійснити класифікацію рівнів модифікації сучасного пресового репортажу.

Методи дослідження. Відповідно до мети і завдань роботи процес дослідження вимагав комплексного застосування таких *методів*: загальнонаукові методи добору і систематизації матеріалу стали в нагоді при добиранні з великої кількості текстів потрібних нам зразків, значення основних завдань, які виконувалися під час дослідження; для наукового осмислення історіографії та джерельної бази розробки наукової проблеми використано порівняльний аналіз та бібліографічно-описовий метод; для збирання первинних емпіричних даних застосовано метод спостереження.

Результати й обговорення. Зміни в суспільстві на початку ХХІ ст. (утвердження незалежності України, зростання національної свідомості і демократизація, політичний плюралізм, розширення міжнародних контактів, науково-технічний розвиток, зміна мовних смаків) позначилися і на розвитку репортажу. Зі зміною суспільно-



політичної ситуації в країні його жанрові особливості набувають нових ознак.

Жанрові та функціональні особливості репортажу в сучасній періодиці забезпечують можливість випробовування та впровадження нових засобів творчого вираження, тому під впливом таких визначальних тенденцій, як конвергенція медіа та дифузія жанрів, цей жанр відчутно модифікується.

Термін «жанрова модифікація» близький до терміна «жанр», його семантика – варіант жанру. Дворівнева система жанру дає змогу виявити ознаки, що повторюються і таким чином утворюють стійке жанрове ядро, і варіативні, змінні особливості, які є ознаками жанрових модифікацій.

Жанрова модифікація – видозміна в межах самого жанру. Процес жанрових модифікацій сприяє активізації варіативних жанрових форм, а також осучасненню традиційних жанрів, розширенню жанрового потенціалу і збагаченню його якісних та кількісних характеристик. Виникнення жанрових модифікацій на початку ХХІ ст. можна пояснити тим, що ідеї, продиктовані новою епохою, потребують нових жанрових підходів, актуалізації іншого пласту жанрових традицій. Жанри перебувають у постійному розвитку, взаємодіють між собою, на них накладаються історичні зміни. Проблеми, які виникли на основі нового філософсько-естетичного досвіду, часто не вкладаються в традиційні жанрові форми. Тому з огляду на сучасний стан категорії жанру, внаслідок пластичності, гнучкості, піддатливості жанрових меж характерним стає запозичення окремих засобів у суміжних жанрів, а також процеси контамінації різноманітних жанрових елементів і міжжанрової взаємодії. Жанровий синтез і міжжанрова взаємодія набувають нової специфіки та актуальності.

Отже, жанрова модифікація – жанрологічне поняття, в якому зберігається основний стійкий формозмістовий комплекс жанровизначальних ознак і водночас наявні специфічні особливості, які видозмінюють базову модель жанру, вирізняють цей його різновид на тлі інших модифікацій. Модифікація жанру виникає в процесі інтержанровості, «з появою нових ознак, якісно відмінного стану, що повсякчасно розвивається й удосконалюється, бо зумовлений потребою повніше та багатогранніше висвітлювати нашу дійсність, складні життєві процеси, а також особистістю журналіста, його професіоналізмом» [5, с. 127].

Трансформаційні процеси, які відбуваються останнім часом у жанровій системі журналістики, породжені як внутрішніми (творчі пошуки журналіста), так і зовнішніми (політичними, економічними)

чинниками, позначились і на розвиткові репортажу. Усунення цензури та зменшення пропагандистської спрямованості надали журналістам більшої свободи у самовираженні, а відповідно, й у жанротворенні.

Сучасний пресовий репортаж суттєво відрізняється від того, яким він був на початку свого зародження, та від того, яким ми бачили його на шпальтах радянської періодици. Для цього є об'єктивні пояснення. Мета, з якою писалися репортажі у радянські часи, полягала в пропаганді комуністичної ідеології. Якщо в СРСР репортаж неодмінно виконував пізнавальну та виховну функції, то на сучасному етапі його головні функції змінилися і сьогодні репортаж передусім інформує та розважає.

Репортаж – не застигла консервативна форма, а жанр, який перебуває у постійному русі та розвитку. Сучасний пресовий репортаж – один із небагатьох жанрів журналістики, в якому інтегруються і знаходять своє відображення елементи різних жанрів (звіт, інтерв'ю, коментар, нарис), використовуються художньо-виражальні засоби зображення дійсності. У цьому й полягає своєрідність репортажу – його складниками є, по-перше, елементи інформаційного повідомлення: деталі, свідчення, документи, фрагменти ситуації, а по-друге, публіцистичні елементи: думки, коментарі, оцінювання, ліричні відступи. Ці всі змістові елементи виконують у репортажі специфічні функції. Таким чином, репортаж виходить за межі інформаційної журналістики і набуває синтетичного характеру.

Інтенсивний розвиток жанрових модифікацій сучасного репортажу у вітчизняних медіа, що спостерігається у ХХІ ст., спричинений, по-перше, зміною ідеологічної парадигми в сучасному соціумі. На формування жанрових модифікацій впливають естетичні, національні, історичні особливості певного періоду, а ХХІ ст. – період інтенсивного ритму життя, нових технологічних і наукових досягнень, світової інтеграції. По-друге, причиною жанрової модифікації пресового репортажу є його природна здатність «відчувати» зміни, які постійно відбуваються в соціумі. Відтворення цих змін додає нових властивостей медійному репортажу, що інтенсивно формує елементи жанрової структури. І по-третє, кожен журналіст як творча індивідуальність, працюючи над репортажем, намагається подати його так, як вважає за потрібне, часто поєднуючи в ньому елементи різних жанрів. «Взаємопроникнення, поєднання, схрещування жанрів і утворення на цій основі нових модифікацій стало однією із закономірностей» [7, с. 21].

Унаслідок усіх цих процесів з'являються репортажі, які відкривають сучасному читачеві нові проблемно-тематичні горизонти та є



оригінальними за своєю формою та змістом. Тому потреба в дослідженні формування жанрових модифікацій сучасного пресового репортажу, в їх теоретичному осмисленні очевидна.

Враховуючи жанрологічні аспекти вивчення жанру репортажу та послуговуючись напрацюваннями в галузі генології, ми вперше здійснюємо класифікацію новітніх зразків сучасного пресового репортажу за такими дослідницькими напрямками:

1. Уточнення збереження жанрових домінант репортажу в сучасній українській пресі.

Трансформації в суспільстві на початку XXI ст. позначились і на розвитку репортажу. Відповідно змінюються і вимоги до репортажу в сучасних друкованих медіа: оновлюються стиль, виклад матеріалу, акценти, які розставляють автори. У радянську епоху репортажі мали здебільшого ідеологічний відтінок, коли особливу увагу приділяли перевагам соціалістичного способу життя. Такі репортажі часто виходили однобокими та необ'єктивними, недостатньо розкривали картину життя в країні.

Пресовий репортаж пострадянської доби акумулював у собі здобутки жанру попередніх десятиліть, продовжив кращі його традиції. Водночас він позбувся ідеологічних нашарувань, «так званих фігур умовчання у змалюванні життя чи гострих проблем, що мали місце на рідній землі» [8, с. 86].

Сучасний пресовий репортаж має певний комплекс елементів, за якими визначаються жанрові домінанти – «визначальні жанрові характеристики твору» [9, с. 10], які набувають певної організації підпорядкування. Характерні особливості жанру: подієвість, документальність, оперативність, наочність того, що відбувається, активно діюче авторське «Я», яке допомагає створювати «ефект присутності», дає змогу читачеві разом із репортером бачити й відчувати подію. Завдяки цим жанровим домінантам репортаж зберігає свою цілісність, навіть за умови вкраплення у його структуру елементів інших жанрів.

Над репортажем як жанром, з одного боку, тяжіє традиційність, а з другого – намагання художнього змісту вийти за межі усталених ознак, що призводять до певних модифікацій.

Різноманітні політичні, економічні, соціальні, психологічні зміни в житті суспільства викликають певні зміни й у функціонуванні сучасного пресового репортажу. Ці зміни яскраво ілюструються мовленевою практикою цього жанру. Найхарактернішими ознаками сучасних змін у репортажних медіатекстах є нові засоби вираження та форми образності; тяжіння до розмовних та просторічних елементів; інтенсивна функціональна мобільність жаргонізмів; підвищена

метафоричність; активне вживання традиційних фразеологізмів та поповнення фразеологічної системи новими сталими сполученнями. На нашу думку, ці тенденції демонструють стрімкий розвиток мови сучасних медіа, адже такі процеси супроводжують суспільно-культурні зрушення, розвиток політичної та економічної систем країни.

2. Пошуки нових утворень зі специфічними щодо основного жанру ознаками.

У процесі розвитку інформаційного мислення структури творів, що належать до одного жанру, можуть набувати специфічних особливостей, утворюючи жанрові різновиди – нові, зі специфічними щодо основного жанру ознаками. З цього приводу І. Михайлин стверджує, що жанровий різновид – це конкретний складник жанру, що виділяється на основі врахування а) своєрідності проблемно-тематичного ядра твору, б) специфіки його естетичного пафосу або в) способу організації життєвого матеріалу [10, с. 217].

Сучасні процеси, що відбуваються у сфері соціальних комунікацій, позначаються на інформаційному наповненні пресового репортажу. Сьогоднішній репортаж здатен до еволюції, постійного оновлення формальних і тематичних констант. Відповідно змінюється тематика матеріалів, підходи до висвітлення події. Узагальнивши дослідження про різновиди репортажу, а також сучасну журналістську практику в Україні, вважаємо, що доцільно поділяти репортажі за тематичним принципом (репортаж подорожньої тематики, репортаж історичної тематики, репортаж соціальної тематики, репортаж політичної тематики, репортаж культурологічної тематики) та за підходом до висвітлення теми (репортаж-розслідування, рольовий репортаж, спеціальний репортаж, фоторепортаж);

3. Віднайдення випадків трансформаційних модифікацій у контексті соціально-комунікаційного дискурсу.

Жанрова трансформація виникає тоді, коли один або кілька елементів жанрової моделі виявляються менш стійкими в результаті об'єднання жанрових моделей, порушення відповідності між елементами жанрового інваріанта, навмисного обігрування тих чи тих домінантних ознак вихідної жанрової моделі. Жанрові трансформації призводять до виникнення нових модифікацій. Ці нові модифікації є одним із варіантів традиційного жанру, вони демонструють нові можливості старої жанрової форми.

Жанрову специфіку твору визначає домінування тих чи тих компонентів, які утворюють у кожному жанрі ієрархічну кодифікацію. Інтеграція, динаміка цих компонентів стають рушійним чинником виникнення нових жанрових модифікацій, на позначення яких жур-



налістикознавці дедалі частіше вдаються до парних найменувань, що допомагає диференціювати нові модифікаційні утворення.

Сучасний газетно-журнальний репортаж є зразком активного жанрового синтезування. Він належить до найбільш схильних до оновлення, осучаснення жанрів, тому на сучасному етапі репортаж починає набувати нових ознак, активно взаємодіючи із жанрами інших груп. У межах репортажу відбувається жанрова інтерреляція, своєрідний синтез елементів інших жанрів. У результаті міжжанрової дифузії виникають такі жанрові модифікації репортажу: репортаж-інтерв'ю, репортаж-звіт, аналітичний репортаж, художній репортаж.

Сучасний репортаж у друкованих медіа, залишаючись класичним жанром за своїми жанроутворювальними домінантами: емоційність, яскравість зображення події, «ефект наочності», «ефект присутності», стрімкий характер події, перебування журналіста на місці події, – починає тяжіти до аналітики, оскільки, враховуючи читацькі запити, журналіст змушений коментувати події, свідком яких він став. У результаті трансформаційної модифікації з'являється аналітичний репортаж або репортаж-роздум. В аналітичному репортажі не лише описується подія, а й з'ясовуються причини її виникнення та розвитку. Авторські думки, судження, коментарі надають оповіді динамічності. Використовуючи аналітичні елементи (думки, прогнози, версії, паралелі), репортер пояснює читачам суть події, вичленює із того, що відбулося, найголовніше, залучає додаткові аргументи, без яких серйозний аналіз стає неможливим, але при цьому залишає читачам простір для уяви та міркувань.

У структуру репортажу можуть проникати й елементи інтерв'ю. Це можна пояснити тим, що задля вирішення конкретного завдання журналістові доводиться вдаватися до методів опитування та інтерв'ювання, які частіше застосовуються під час підготовки матеріалів інших жанрів. Жанрова модель «репортаж-інтерв'ю» документальніша порівняно з класичним репортажем, оскільки живі голоси очевидців події надають читачеві переконливості, що події розвивалися саме так, як їх описав журналіст. Крім того, діалоги з людьми посилюють ефект достовірності – реципієнт ніби чує живі голоси реальних учасників події, а детальні репліки персонажів надають матеріалові більшої динамічності.

Жанрова модель «репортаж-звіт» з'являється на сторінках вітчизняної періодики тоді, коли треба оперативно відреагувати на актуальну подію, використовуючи художні виражально-зображальні засоби, притаманні жанровій формі репортажу, яскраво, емоційно, детально повідомити про перебіг симпозіумів, семінарів, зборів, прес-

конференцій тощо. Репортаж-звіт має на меті дати читачеві найповніше уявлення про події, які мають важливе громадське значення, цікаво та оригінально подати те, про що йшлося на різноманітних зборах, сесіях, нарадах.

На окрему увагу заслуговує проникнення в репортаж елементів художньо-публіцистичних жанрів. Сучасний пресовий репортаж характеризується значним розмаїттям художньо-образних елементів. Художньо-виражальні засоби зображення дійсності надають цьому жанру яскравості, динаміки, сприяють виведенню мислення із шаблонних, однотипних схем, таких характерних для інформаційних жанрів журналістики, пожвавлюють композиційну структуру. Образні засоби в сучасному пресовому репортажі не лише надають матеріалові емоційності, а й виступають засобом переконання читача. Репортаж має на меті впевнити й довести реципієнтові авторську ідею, пробудити в нього бажання розібратись у ситуації.

Публіцистична яскравість, образність вказують на розширення жанрових меж репортажу, а також підтверджують думку про взаємозбагачення жанрів.

Елементи інших жанрів у репортажі свідчать про його необмежений творчий потенціал. Дедалі частіша поява різножанрових елементів у тексті репортажу – практична потреба для всебічного відображення нашої суперечливої дійсності. Адже сучасний пресовий репортаж не лише динамічно та яскраво повідомляє про подію, не лише виступає засобом критики, роздумів та узагальнень, – він передовсім розрахований на відповідну реакцію інформаційно підготовлених реципієнтів.

Зазначимо, що не всі сучасні пресові репортажі зазнають трансформаційної модифікації, коли відбувається міжжанровий синтез і елементи різних жанрів переплітаються в одному журналістському матеріалі, – частина репортажів залишаються на першому рівні модифікації, зазнаючи оновлення жанрових ознак.

Висновки. Сучасний репортаж у друкованих медіа – поле для різноманітних жанрових експериментів і стильових шукань. Репортаж має здатність до адсорбування переваг інших жанрів, характеризується гнучкістю структури, величезними зображально-виражальними можливостями. Цей жанр відзначається зорієнтованістю на відтворення сучасності, на змістове та формальне новаторство.

Репортаж у сучасних друкованих медіа змінюється відповідно до змін аудиторного попиту – не втрачаючи своїх основних характеристик, він здатен набувати інформаційної, аналітичної, публіцистичної форми.

Жанрові модифікації пресового репортажу активно функціонують на сторінках газетно-журнальної періодики. І хоча такі утворення не



є абсолютно новими, згадки про стирання меж між репортажем та іншими журналістськими жанрами трапляються у науковій літературі від середини ХХ ст., проте ці зразки набули особливої популярності на початку ХХІ ст., оскільки саме тепер склалися сприятливі умови для їх становлення, зміцнення та розвитку.

Подяки. Автор висловлює щирю подяку за мудре наставництво, підтримку та розуміння своєму науковому керівникові доктору філологічних наук, професору Мамалізі Анастасії Іванівні.

1. *Бахтин М.* Проблемы поэтики Достоевского / М. Бахтин. – М. : Художественная литература, 1963. – 167 с.
2. *Тодоров Ц.* Походження жанрів // Поняття літератури та інші есе. – К. : Вид-дім «Києво-Могилянська академія», 2006. – С. 22–39.
3. *Учѐнова В.* Гносеологические проблемы публицистики / В. Учѐнова. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1971. – 147 с.
4. *Мамалига А.* Комунікативно-текстові побудови в проекції синергетики // Вісник Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Сер. : Журналістика. – К., 2006. – Вип. 14. – С. 5–9.
5. *Шевченко В.* Еволюція класифікації жанрів журналістики // Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації. – 2012. – № 1. – С. 125–129.
6. *Подольян М.* Публіцистика як система жанрів / М. Подольян ; Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики ; Центр вільної преси. – К., 1998. – 42 с.
7. *Копистянська Н.* Жанр, жанрова система у просторі літературознавства : монографія / Н. Копистянська. – Львів : ПАІС, 2005. – 368 с.
8. *Глушко О.* Художня публіцистика: європейські традиції і сучасність / О. Глушко – К., 2010. – 188 с.
9. *Іванюк Б.* Жанрологічний словник: Лірика / Б. Іванюк. – Чернівці : Рута, 2001. – 92 с.
10. *Михайлин І.* Основи журналістики : підручник / І. Михайлин. – Х. : Центр учбової літератури, 2002. – 284 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Bykova Olha

Communicational parameters of modifications in the modern press reportage

The article represents a comprehensive analysis of genealogic modifications of reportage in the Ukrainian modern press. The author considered and systematized the views of scholars about the ability of social communications genres to modification. The categories of genre and genre modification were specified. The author emphasizes that the reportage in the today's press editions is an example of active genre synthesizing within of which the genre interrelation, a kind of synthesis of elements of other genres occur.

Keywords: genre, reportage, modification, kind of.

Быкова Ольга

Коммуникационные параметры модификаций в современном прессовом репортаже

В статье приведены результаты комплексного генеалогического анализа модификаций репортажа в современной украинской прессе. Рассмотрены и систематизированы взгляды ученых о способности жанров социальных коммуникаций к модификации. Уточнены категории жанра и жанровой модификации. Отмечается, что репортаж в современных печатных изданиях является образцом активного жанрового синтезирования – в его рамках происходит жанровая интерреляция, своеобразный синтез элементов других жанров.

Ключевые слова: жанр, репортаж, модификация, вид.



Носова Богдана,
канд. наук із соц. комунік.

УДК 007: 304: 659.3

Метафора як окреслення культурного простору інтелектуала в есеях О. Забужко «З мапи книг і людей»

Статтю присвячено філософському осмисленню метафори в есе О. Забужко. Розглянуто, як метафоричний ряд, моделюючи події, сприяє їх новому прочитанню в середовищі нового покоління. Розширена метафора посилює сприйняття тематики есе, маркуючи ідентичність героїв. Тексти О. Забужко досліджені переважно як носії феміністичних ідей, гендерних проблем. Метою нашого наукового пошуку є визначення й аналіз метафоричних моделей, які підсилюють сприйняття публіцистики письменниці. Ця стаття є результатом нашого дослідження. У ній зроблено акцент на розгорнутих метафорах, які всебічно характеризують культурний простір українських інтелектуалів. У висновку ми зазначаємо, що події, артефакти, образи людей, описані автором, цілком доступні як сучасникам, так і наступним поколінням читачів. Завдяки розширеному метафорам письменниці моделює нове розуміння аудиторією героїв і подій минулого.

Ключові слова: есе, комунікація, метафора, образ, текст.

Вступ. Яюсь у розповіді про публіцистичну збірку «З мапи книг і людей» О. Забужко сказала: «Метафора “З мапи книг і людей” взята мною з Генрі Міллера» [1]. Про «підказку» від Г. Міллера вона згадує також у передмові до книжки [2, с. 8]. У цій «підказці» йдеться про бажання Г. Міллера скласти мапи, які розкажуть про «історію моїх друзів» та «історію книжок у моєму житті». Відповідно для О. Забужко – це тексти, написані з різних приводів, у яких, за висловом авторки, «наполегливо пробивалася, просячи виходу, головна лірична тема... оті самі, за Г. Міллером, «незглибимі пережиття», котрі виникають на перехресті текстів (у широкому сенсі) і людських дол, найцікавіша річ на світі для homo verbalis» [2, с. 9].

Есеї О. Забужко – це спогади про книжки, про людей, про міста, про події. Все це письменниці називає літературою факту, «нон-фікшн» – жанром, не дуже розвиненим в Україні. Оскільки актуалізація тематики есе відбулася під час їх друкування в різні роки ХХ–ХХІ ст. та в різних виданнях, то тепер ця заново сформована книга відлунує спогадами, може, це «самоочищення сповіддю», як писала про мемуаристику, щоденники, листи М. Коцюбинська. «Мемуаристика в її кращих проявах забезпечує дивовижний ефект присутності людини в тому чи тому історичному часі й просторі, –

зауважувала видатний український літературознавець. – В її світлі доба, подія, факт, особа стають для читача ближчими, «своїшими». Мимоволі до сприйняття активно долучається його особистий (і «книжний») досвід, пізнавальний і моральний. Через паралелі, аналогії чи контрасти сприйняте стає чинником його свідомості, мовби його особистим переживанням» [3, с. 34–35]. Механізм комунікативного зв'язку читач–письменник відкривається у визначенні М. Коцюбинської з вражаючою силою. Для нашого дослідження цікаво відзначити, як такий механізм зв'язку проявився з великою переконливістю не лише в згаданій книжці, а й на сторінці О. Забужко в соціальній мережі Facebook, коли вона звернулася до FB-друзів, щоб ті розповіли, які саме есе і чим запам'яталися, викликали певні враження. Не маємо можливості навести скріншоти того полілогу, але відгуків було багато – вдячних і відвертих.

Окреслена в заголовку статті тема нашого дослідження базуватиметься на інтерпретації різних властивостей метафори. Словник літературознавчих термінів подає таке визначення: «Метафора (від гр. *metaphora* – перенесення) – один з основних тропів: слово чи словосполучення, яке розкриває сутність і особливості одного явища через перенесення на нього схожих ознак і властивостей другого явища» [4, с. 206]. З літературознавчого визначення користуватимемося поняттями простої та розгорнутої метафори. Для публіцистичної творчості О. Забужко притаманно вживати здебільшого розгорнуті метафори.

Розмаїття вивчення метафори як тропу, що зосереджене у працях багатьох вчених, розширило горизонти пізнання структури метафори, її функцій в експресивно-стилістичному словотворенні. Тепер уже й на Аристотелеве тлумачення метафори не всі посилаються, оскільки науковий погляд на неї значно розширився. Із докладно розробленої теорії метафори дослідники початку ХХІ ст. здебільшого акцентують увагу на концептуальній метафорі й на теорії метафоричного моделювання. У низці досліджень науковим фундаментом для пошуку все ж залишаються теоретичні засади, що їх сформулювали І. Франко, О. Потебня, Дж. Лакофф, Е. Маккормак, а в сучасній філологічній науці помітними є праці Л. Сутуліної, Х. Дадишин, Л. Тихої, А. Чудінова, Л. Грузберг. Об'єктами їхнього дослідження стали публіцистичні твори письменників, поетичні збірки, тексти журнальної чи газетної періодики. Українські дослідники підтримують становлення міждисциплінарної науки – метафорології. Адже, на думку Л. Сутуліної, це дає можливість вивчати феномен метафори «в поєднанні всіх його аспектів: лінгвістичного, когнітивного, логіко-семантичного, семіотичного, психологічного, стилістичного, літературознавчого, куль-



турологічного, історичного, соціологічного» [5, с. 174]. Ця сама дослідниця з посиланням на праці А. Чудінова стверджує, що «метафора може бути потужним засобом переконцептуалізації суспільної свідомості, тобто зміни системи базисних уявлень народу про себе, про свою країну і свою роль в її розвитку» [5, с. 176].

На наш погляд, наукові позиції українських мовознавців є засадничими для вивчення метафоричності творчості сучасної української письменниці, чії твори у ХХІ ст., завдяки їх перекладам різними мовами розширили знання про Україну у світі. Наша наукова розвідка базуватиметься на кількох дотичних напрямках: лінгвостилістичному, когнітивному, філософському, політологічному, комунікативному.

Актуальність обраної теми впливає з феномена метафори, що його в інтертекстуальності деякі дослідники пов'язують із питаннями самоідентифікації свідомості. Тексти сучасної української письменниці здебільшого досліджені на предмет гендерних проблем, феміністичних ідей. Нам здається, варто почати розгляд експресивно-стилістичних особливостей цих творів, зокрема, з того, як відбувається «перенесення» значення, метафоризація публіцистичного тексту. Нашим завданням буде виокремити метафоричні моделі, які підсилюють сприйняття публіцистики О. Забужко, додаючи текстам експресивного потенціалу. Далі ми наведемо приклади, як розширені метафори чітко підкреслюють особливості образів видатних людей, стисло переклаючи драматичні життєві повороти. Чимало текстів О. Забужко, що ввійшли в книгу, до того публікувались як відгуки, в тому числі й на актуальні суспільно-політичні події в Україні. Отже, метафоричність їх структури потребує когнітивного вивчення в комунікативному просторі сприйняття читач-текст. З есе про Катерину Білокур, Ігоря Калинця, Олександра Олеся, Павла Тичину постають не просто трагічні образи видатних українців, а самоідентифікація їхньої українськості в умовах впливу радянської ідеології, що відшліфовувала свідомість багатьох громадян у дусі покори і сприйняття радянологічних міфів про єдиний народ і керівну лінію партії.

Результати й обговорення. Погляд письменниці на образ П. Тичини через «Три смерті...», власне, й уміщується в рамці від дитячого сприйняття фізіологічної кончини й до лаконічної жорсткої розвідки про трагічне життя поета: «Три смерті – в цьому є щось фольклорне, міфологічне: одна – від Бога (природна), одна – від чорта (самогубство поета), одна – від людей (читацьке забуття). Над цією, третьою, ми все-таки владні – скасувати її, відродивши живого Тичину» [2, с. 40]. До особливостей метафоричного ряду О. Забужко слід зарахувати здатність давати самопояснення змісту метафори за рахунок її сми-

слового розширення. Лінгвістична вправність підсилює політичний складник, що дає можливість людям іншого покоління й інших громадянських цінностей «перепрочитати» трагізм долі П. Тичини. Геніальність П. Тичини – автора «дебютної збірки “Сонячні кларнети”, цього безсумнівного вінця європейського символізму» [2, с. 38] – відзначали інтелектуали в багатьох країнах, де перекладалися твори молодого поета. О. Забужко пише, що «в усій світовій поезії ХХ століття навряд чи вдасться відшукати такий камертонально-точний, трагічно-катарсичний відгук на наростаючий апокаліптичний гул доби, в котрій «звір звіря їсть» [2, с. 39].

Метафори в цьому есе моделюють ту радянську дійсність, в якій довелось прожити поетові, яка наклала своєрідне вето на поетичний блиск першої збірки, і П. Тичина «промовляв – ба навіть “для себе”, у власному щоденнику! – цей “перший поет Радянської України” вже майже всуціль мовою партійних постанов, сукняною, газетною мовою 1930-х років» [2, с. 35].

Співзвучними до цієї думки є висновки дослідника Д. Дроздовського: «Місія громадянської поезії у практичній естетиці сталінізму зводилася до трьох понять – “оспівувати”, “закликати” і “боротись”. Ці категорії інфікували Тичину... Творчість девальювало зовнішнє втручання під протекцією власного страху» [6, с. 132]. Д. Дроздовський зауважує також, що «світогляд Павла Тичини сформувала європейська література в контексті естетичних критеріїв українського дискурсу», але настороженість і страх у добу тоталітаризму привели самобутнього митця «до особливо жорстоких психологічних зламів і криз» [6, с. 131].

Можна не погоджуватися з висновком О. Забужко про те, що «свій вибір – на користь «тюремних наглядців» – Тичина зробив сам: убивство в ньому поета сталося за його згоди – і за його безпосередньої участі» [2, с. 37]. Але як погодитися з тим, що вийшли «Сонячні кларнети» на початку 90-их, «і звідтоді – ні перевидань, ні перечитань: Стусів “Феномен доби” донині лишається, гай-гай, найсистемнішою студією в тичинознавстві» [2, с. 40].

Хоч наше дослідження концентрується на есе О. Забужко, все ж ми маємо підстави сприймати певну позицію письменниці не завжди в дусі цілковитої згоди й підтримки. Доля П. Тичини, К. Білокур була зумовлена обставинами, часом і оточенням. І, посилаючись на дослідження С. Мендус «Політика та мораль», погоджуємося з її припущенням, що «кожен із нас може потрапити в ситуацію, коли наші найфундаментальніші цінності будуть конфліктувати з цінностями, передбаченими нашими соціальними ролями. Інакше кажучи, якщо



чесність полягає в обстоюванні найфундаментальніших етичних переконань людини, то небезпека того, що ці переконання конфліктуватимуть із посадовими обов'язками, може постати перед кожним із нас» [7, с. 117].

Нам видається доречним також послатися на власний досвід практичної журналістики – розмову з директором музею-квартири П. Тичини в Києві Т. Сосновською для ДТРК «Всесвітня служба УТР» у телепрограмі «Світ: погляд з України» про інтерактивну комунікацію з відвідувачами музею. У світлі екскурсії при каганцях, перформенсу «Київ, у якому жив П. Тичина», моносектаклю «Сріблясті голуби у небі» метафоричність образу поета слугує зв'язком між його ранньою поезією і тим, як її сприймають сучасники. Модельована дійсність молодого П. Тичини входить у простір, створений музейниками для відвідувачів. Це допомагає звільнитися від тягаря «трьох смертей поета», про що пише О. Забужко.

Залишається сподіватися, що політизація образу П. Тичини, прирванна радянському літературознавству, в нових дослідженнях не фігуруватиме. Натомість лінгвістичних акцентів не уникнути. Інакше в комунікативному сприйнятті минулого хтось не втримається від замовчування, монументалізації образу, ретушу подій.

Метафоричне моделювання дійсності, в якій перебувають герої есеїв О. Забужко, нагадує розкодування постфактум їхньої особистої трагедії, що спричинилася існуванням поза національною державою, в лоні імперії, а також дисонуючим із тією дійсністю патріотичним мисленням, плеканням української ідентичності всупереч обставинам часу і місця.

Якось на своїй сторінці у соціальній мережі Facebook О. Забужко написала, що час читати класиків. Адже, за її словами, не новинна стрічка, а Данте, Шекспір, Шевченко, Гете (...) найкраще виправляють сьогодні масштаб зору й допомагають зрозуміти смисл калейдоскопічно блимаючих подій. На прикладах есе «Ціна Вінні-Пуха», «Прочитай мене» бачимо, як якісні книжки формують «політичний профіль» покоління.

В есе «Ціна Вінні-Пуха», описуючи жанрово різноманітну творчість А. Мілна, О. Забужко формулює висновок: «У літературах же од віку “благополучних”, як англійська, – ніким не рубаних-не стріляних, уряджених із надійністю й комфортом родового маєтку, – такі гарячкові метання від жанру до жанру здебільшого означають тільки те, що письменник не знайшов себе в жодному з них» [2, с. 18]. Акцентуючи на успіхові А. Мілна у створенні Великої Книги для дітей та залишаючи право кожному визначати для себе саме його Велику

Книгу, авторка пише: «Усі ми виходимо в життя зі своїми Дорожніми пісеньками для Снігової Погоди» [2, с. 17].

Нарікаючи на те, як ім'я Крістофера Робіна – літературного героя і сина письменника – ускладнювало життя останньому, про що Мілн-молодший розповів у спогадах по смерті батька, письменниця обурюється: «Егоїзм чи сліпе честолюбство, чи звичайна безмисна легковажність – важко сказати, що рухало Александром Мілном, коли він так натхненно пакував живцем між палітурки найніжніші літа свого сина, вочевидь, несвідомий того, що крушить йому хребта» [2, с. 20].

Отже, життєвий досвід авторки есе і знання того, як син продовжив у спогадах тему Крістофера Робіна, дали змогу вибудувати метафору жаху і співчуття одночасно: «...пакував живцем між палітурки найніжніші літа свого сина». Жах від автора есе, а співчуття від читача – разом створилася комунікаційна зв'язка того, як дитячий твір пробуджує почуття дорослих.

В есе «Поет і його ролі» спостерігаємо, як метафора допомагає коротко перейти від маркерів покоління шістдесятників до іншого сприйняття їхніх ідеалів молоддю початку ХХІ ст. «Нині важко й уявити, що порівняно недавно – якихось сорок років тому! – чи не головним засобом духовного порозуміння, своєрідною “комунікативною валютою” в молодіжному середовищі була не рок-музика (чи пак, у тогочасному еквіваленті – “естрада”), ба навіть не кіно (хоч як палко дискутоване!), – а таки поезія» [2, с. 42]. Пафосна оцінка поезії виправдана у такій думці письменниці: «...поезія ж, принаймні для них, “тодішніх”, була ще й знаком сповідуваних, як символ віри, переконань: тих самих, за які згодом сотням довелось заплатити життям, а тисячам, коли не десяткам тисяч, – долею» [2, с. 42].

Від ролі поезії до ролі самого поета в суспільстві – такий ідейний зміст цього есе про одного з найталановитіших поетів ХХ ст. – Микола Вінграновського. В культурному контексті метафора тут виконує роль комунікатора когнітивного ракурсу інтерпретації значення творчості М. Вінграновського для нових поколінь. Сила метафори О. Забужко – в потужному акценті на лінгвокогнітивності, на посиленні комунікації між поколіннями. Метафора М. Вінграновського «Я сів не в той літак» настільки містка, що досі відшукується над спробами пояснити її відповідно до часу і ситуації.

Книга О. Забужко «З мапи книг і людей» дає осмислену картину культурного простору українського інтелектуала. При відвідинах Заксенгаузена письменниця шукає «своїх мертвих», тих українців, хто, як Олег Ольжич, був закатований гестапо. Висновок «Моїх мертвих



немає в експозиції» [2, с. 139] породжує спогад про рідних письменниці, які пройшли через ГУЛАГ. А тому Заксенгаузен – «це справді найдосконаліший символічний пам'ятник тій війні, котра почалася в Європі 1933 року: приходом Гітлера до влади в Німеччині – й Сталіновою “голодоморною пацифікацією” України, – а по-справжньому закінчилася щойно 1989-го, з падінням Берлінського Муру: концтабір, де два тоталітаризми, не розділені лінією фронту, так зримо-наочно – нерозрізняльно! – злилися воедино» [2, с. 140].

На нашу думку, доволі складним, але цікавим є метафоричний ряд есе «What Makes you Smile when you are Tired» / «Від чого всміхався, коли втопився». Текст рясніє поширеними метафорами: від пояснення того, як пишеться фікшин, стиха «Євангелія» від Матвія, переживання/непереживання любові співвітчизниками, сердечних терзань Сольвейг і Гамлета, чеховської Душечки аж до Євангелійного виправдання: «“Численні гріхи її прощені, бо багато вона полюбила” (Лука 7, 47)» [2, с. 164].

Відверте зізнання О. Забужко стосовно тематики її творів, «заховане» у метафору, викликає почуття якоїсь несподівано відкритої таємниці: «Насправді я доволі пізно збагнула, що все життя пишу про світ, у якому “холоде любов”. Про її глобальне убування (паралель до “глобального потепління”: чим студеніше робиться всередині нас, тим вищає температура довкілля!) – убування, “як витікання з рани / життєдайної вільгости – в холод і пустку, в нікуди...”» [2, с. 151]. Реабілітуючи любов, авторка зупиняється на дефініції американського малюка: «Любов – це те, від чого всміхався, коли втопився» [2, с. 164].

Своєю високою музичною тональністю й неперевершеною інтонацією загадковості метафоричні конструкції різних письменників часом викликають схожі комунікаційні перегуки. Між бажаннями і реальними можливостями шукають рівновагу герої сучасного італійського, надзвичайно популярного в Європі, письменника А. Барікко. З великою любов'ю до людей – пасажирів загадкового лайнера в Океані – грає піаніст Новеченто, котрий ніколи не залишав корабель, – «найвизначніший піаніст, який грав коли-будь в Океані» [8, с. 22]. Новеченто пояснює це так: «Ми грали, тому що Океан – він такий величезний і наводить страх, ми грали, щоб люди не помічали, як минає час, і щоб вони забули, де вони і хто вони насправді» [8, с. 24]. Переплетення метафоричної мови героїв з коментарями автора, характерне для італійського письменника, бачимо і в есе О. Забужко. Співзвучними до позицій героїв української письменниці видаються нам відверті зізнання Новеченто та й самого А. Барікко: «”Ти живий,



доки в тебе є хороша історія і хтось, кому ти можеш її розповісти». У нього ж вона була... хороша історія. Він сам був цією історією» [8, с. 28].

Окремо своєю структурністю вирізняється есе «Планета Полин: Довженко – Тарковський – фон Трієр, або дискурс нового жаху». Чорнобильська катастрофа, що залишила трагічний слід у житті письменниці, як і багатьох українців, була ударом по нації, найтяжчим після апокаліпсису тридцять третього. Пишучи про Чорнобиль і Фукусіму, О. Забужко зауважує: «Вийшло так, що освоюватися з “новим жахом”, який несе із собою доба екологічних катастроф, першими випало тим народам, у чийй пам'яті вже був “досвід Апокаліпсису” – не “колективної смерті” доби масових убивств, а саме “кінця світу”, тобто такої катастрофи, при якій руйнується первісний (“космічний”) порядок речей – і природа перестає бути людині біологічним “домом”» [2, с. 200]. Трагедії українського народу, що приховують таємниці й травматичний слід у житті кількох поколінь, відформатували ідентичність українців. Але у світі все сприймається неоднозначно. «Голодомор досі становить предмет міжнародної політичної кон'юнктури», – пише О. Забужко, нагадуючи про «півнікову заборону оплакувати мертвих, що вдаряє вже по самих підвалинах ідентичності гомо сапієнса...» [2, с. 201].

Роздумуючи про дискурс нового часу на прикладах творчості О. Довженка, фон Трієра, А. Тарковського, письменниця аналізує, чому «наша цивілізація до ідіотизму неспроможна не реагувати на смертельну загрозу, а навіть її впізнавати...» [2, с. 211]. Цікавим є екзистенційне поєднання мотивів великих майстрів світового кіно у процесі відтворення цивілізаційних жахів.

Авторка завершує есе стурбованою констатацією того, що цифрові технології змінили наше життя, але людство стане інакшим тоді, коли «до цивілізаційного стерня заступить покоління, з коліски призначене жити з “винесеним у ноутбук” мозком» [2, с. 233]. О. Забужко непокоїть відсутність смислової наповненості інтенсивних цивілізаційних процесів: «...по суті, ми продовжуємо “дожовувати” те, що зосталось несприбраним по ХХ століттю. Ті самі ідеї, ті самі теорії, методології, стилі знову й знову підлабуються, чистяться й перелицьовуються, як колись одіж у вбогих родинах: ще годиться, можна носити, коли нового взяти ніде...» [2, с. 233].

Висновки. Перефразовуючи письменницю, хочемо підкреслити, що завдяки філософській, літературній, смислової якості текстів есе, насичених метафорами та їх модельним рядом, український цивілізаційний сегмент не «пустився духа», не «взяв тайм-аут». Культурний



український (що сягає світового) інтелектуальний простір героїв есе не зникає, а множить далі, поширюється світом. Як приклад, естетичний ряд кінопошуку видатних кіномитців: Довженка – Тарковського – фон Трієра досліджений письменницею у дискурсі жаху людських апокаліптичних трагедій. Екзистенційне звернення до свідомості сучасників експресивно передане в есе «Тема з варіаціями: на дві теледії, з трьома інтерлюдіями та епілогом», в якому письменниця пояснює, чому «...ми-бо й далі не чуємося господарями – ні своїй країні, ні своєму життю» [2, с. 255]. Події, артефакти, образи людей, про які пише О. Забужко, надійно захищені її талантом від зникання у вічності. У процесі дослідження доходимо висновку, що метафора у творчості видатної письменниці – це не лише окреслення культурного простору інтелектуалів, героїв О. Забужко, а й метафоричне моделювання того градусу сприйняття у прийдешніх поколіннях книжок, людей і подій з минулого.

Публіцистика О. Забужко показує, якими можуть бути образи П. Тичини, О. Довженка, К. Білокур, О. Олесь, І. Калинця, Ю. Шевельова для сприйняття сучасниками у XXI ст. Нам стають зрозумілі ті інтелектуальні бар'єри, які висувала радянська дійсність перед українською ідентичністю, аби не допустити вільного розвитку особистості, аби посіяти зерна меншовартості всього українського. Критичний погляд у минуле, що його майстерно увінчує метафорами О. Забужко, дає змогу відчутти духовні узи єднання українськості через кілька поколінь. Чому саме їй вдається так природно й так глибоко виокремити найважливіше, найлюдяніше у творах і образах видатних співвітчизників? На це запитання є відповідь в іншому творі О. Забужко – книзі-інтерв'ю про себе та своє довкілля. «Це було покоління, що бунтувало проти колоніальної провінційності й формувалося з настановою та запалом бути частиною інтелектуального світу не лише українського, а й європейського, – зізнається письменниця в «Українському палімпсесті». – Ми хотіли бути інтелектуалами *ab definition*. У моїй духовній автогенезі прив'язаність до європейської культури і впевненість у тому, що ми – її частина, я вивнесла з дому... Щойно в Україні з'явилася змога пробитися крізь “залізну завісу”, багато хто зайнявся тим, щоб вирватися зі статусу радянської провінції і стати частиною європейської культури в широкому розумінні» [9, с. 242, 243].

З висновків нашого дослідження випливає також тема для нового пошуку. Мелодійну метафоризацію у творах О. Забужко ми порівнювали з такою самою палітрою у творах популярного в Європі італійського письменника А. Барікко. Піднесення інтелігенції до рівня

усвідомлення її інтелектуальної величч прозоро прослідковується в тематиці обох письменників. Це дає підстави поглибити розвідки в цьому напрямі.

Є й інший мотив для глибокого порівняльного пізнання місця письменника в інтелектуальній аурі нації. Не вдаючись до сучасної евристики, хочемо зауважити, що у ставленні до української інтелігенції позиція О. Забужко схожа з платформою І. Франка. Її, як і Франка, «лякає неговність України прилучитися до всесвітньоісторичного процесу на грядущому переломі» [10, с. 74, 75].

Підкреслюючи, що завдання «витворити з “мас” українську націю було для Франка аж ніяк не суто політичною програмою» [10, с. 137], О. Забужко реалізує в публіцистиці подібну проблему, принаймні це впливає з її творчості. Тим-то її есеїстика гідна нового дослідницького пошуку.

1. Балакир А. Оксана Забужко ідентифікувала себе з Вінні Пухом [Електронний ресурс] // Газета по-українськи. – 10.09.2012. – URL: http://gazeta.ua/articles/culture/_okšana-zabuzhko-identifikuvala-sebe-z-vinni-puhom/455017 (20.03.2014).
2. Забужко О. З мапи книг і людей : збірка есеїстики / О. Забужко. – Кам'янець-Подільський : Рута, 2012. – 376 с.
3. Коцюбинська М. Історія, оркестрована на людські голоси / М. Коцюбинська. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 70 с.
4. Лесин В. Словник літературознавчих термінів / В. Лесин, О. Пулинець. – К. : Радянська школа, 1965. – 432 с.
5. Сутуліна Л. Проблеми дослідження сучасних лінгвометафорологічних підходів // Наукові записки. Сер. : Філологічна. – Острого : Нац. ун-т «Острозька академія», 2012. – Вип. 23. – С. 174–177.
6. Дроздовський Д. Код майбутнього / Д. Дроздовський. – К. : Вид. дім «Всесвіт», 2006. – 192 с.
7. Мендус С. Політика та мораль / С. Мендус. – К. : Темпора, 2010. – 160 с.
8. Барікко А. 1900-й: Легенда о пианисте / А. Барікко ; пер. с ит. Н. Колессовой. – С.Пб : Азбука ; Азбука-Аттикус, 2012. – 128 с.
9. Український палімпсест. Оксана Забужко в розмові з Ізою Хруслінською / пер. з пол. Д. Матіяш ; за ред. І. Андрусяка та О. Забужко. – К. : Комора, 2014. – 408 с.
10. Забужко О. Філософія української ідеї та європейський контекст: франківський період / О. Забужко. – К. : Факт, 2009. – 156 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Nosova Bogdana

The Metaphor as a Designation of the Cultural Space of an Intellectual in O. Zabuzhko's Essays «From the Map of Books and People»

The article is dedicated to the philosophical understanding of metaphor in O. Zabuzhko's essays. It was considered how, modeling the events, a metaphoric series help their new reading among the new generation. The extended metaphor reinforces



the perception of the topic of essays tagging the identity of the characters. O. Zabuzhko's texts are studied mainly as the carriers of feminism ideas and gender issues. The aim of our scientific research is to determine and to analyse the metaphorical models that enhance the perception of opinion journalism works of this writer. This article is the result of our study. It focused on the extended metaphors. These metaphors characterize comprehensively the cultural space of the Ukrainian intellectuals. In conclusion, we note that the events, artefacts, images of people which O. Zabuzhko describes, remain to comprehend by our contemporaries and future generations of readers. With the extended metaphors the writer models the new understanding by the readers of the characters and events that pass over time.

Keywords: Essay, Communication, Metaphor, Image, Text.

Носова Богдана

Метафора как определение культурного пространства интеллектуала в эссеях О. Забужко «С карты книг и людей»

Статья посвящена философскому осмыслению метафоры в эссе О. Забужко. Рассмотрено, как метафорический ряд, моделируя события, способствует их новому прочтению в среде нового поколения. Расширенная метафора усиливает восприятие тематики эссе, маркируя идентичность героев. Тексты О. Забужко исследованы преимущественно как носители феминистических, гендерных проблем. Цель нашего научного поиска – это обозначение и анализ метафоричных моделей, которые усиливают восприятие публицистики писательницы. Предлагаемая статья – результат нашего исследования. В ней акцентируется внимание на развернутых метафорах, которые всесторонне характеризуют культурное пространство украинских интеллектуалов. В выводах мы отмечаем, что события, артефакты, образы людей, описываемые О. Забужко, вполне воспринимаются как современниками, так и последующими поколениями. Благодаря расширенным метафорам писательница моделирует новое понимание читателями героев и событий прошлого.

Ключевые слова: эссе, коммуникация, метафора, образ, текст.

Майя Нагорняк,

канд. філол. наук

УДК 007: 304: 659.3: 654.19: 81'1

Синтаксичні конструкції в текстах новин інтернет-радіостанцій

У статті проаналізовано особливості синтаксичних конструкцій у текстах інформаційних повідомлень, які звучать в ефірі інтернет-радіостанцій; аналізується доцільність вживання синтаксичних конструкцій, зумовлена специфікою слухового сприймання інформації.

Основні результати: дослідження новинного контенту дало змогу виявити високу частотність вживання складних синтаксичних конструкцій, важких як для читання ведучим в ефірі, так і сприймання споживачами; спостерігається надмірне використання стилістичних неокочирностей, які також ускладнюють сприймання новин; даються ознаки проблеми, пов'язані з опрацюванням інформації, вирішення яких дає можливість надавати інформаційним повідомленням ознаки публіцистичного стилю, завдяки чому вони стають адаптованими до інформаційних потреб та вподобань слухача.

Ключові слова: інтернет-радіостанція, новина, інформаційне повідомлення, інформаційна програма, синтаксичні конструкції.

Вступ. Новинні програми та випуски, які виходять у режимі онлайн, – основний інформаційний продукт інтернет-радіостанцій. Саме ці передачі користуються чи не найбільшим попитом у споживачів, що цілком природно, оскільки новини про найсвіжіші події в Україні та поза її межами призначені для широкого загалу слухачів, незалежно від їхнього віку, статі, віросповідання, освітнього рівня, соціального статусу тощо. Крім того, людина як соціальна істота не може перебувати в інформаційному вакуумі – задля прийняття рішень їй потрібні достовірні, збалансовані, об'єктивні й точні відомості про навколишнє середовище. Загалом у демократичному суспільстві поінформованість вважається однією з головних цінностей життєдіяльності особистості. Новітні медіа, зокрема інтернет-радіостанції, якраз і покликані забезпечити поінформованість слухача, надати йому оперативну інформацію про події суспільного життя. З огляду на це новинні програми та випуски мають відповідати стандартам інформаційного мовлення, головна сутність яких полягає в тім, щоб зробити процес сприйняття, розуміння та відтворення новин якомога легшим, доступнішим, отже, комфортнішим для слухача. Тим-то головним завданням інтернет-радіостанції має стати вдосконалення підготовки та оприлюднення інформаційних повідомлень.



Людина, яка живе в епоху перманентних суспільних трансформацій початку ХХІ ст., прагне володіти якомога більшим і глибшим масивом свіжої інформації про довкілля. Архіважливим для неї є своєчасне та оперативне надходження новин. Причому споживач надає перевагу новинам, поданим у максимально концентрованому вигляді, що забезпечує швидкість їх сприйняття, а також зручність використання у повсякденному житті. Адже незаперечним є той факт, що сьогодні люди слухають новини інтернет-радіостанцій, поєднуючи процес слухання з іншими видами діяльності (перегляд електронної пошти, участь у форумах, ознайомлення з відеосупроводом розмовних та інших передач радіостудії, опосередковане читання супутніх матеріалів інтернет-сторінки тощо). Безперечно, жоден споживач не має можливості зупинитися та ще раз прослухати випуск новин, хоча б з огляду на одномоментність подавання інформації на радіо; кількість таких споживачів, котрі через нерозуміння повертаються на сайт і вдруге ознайомлюються з новиною, незначна.

З огляду на функціональні характеристики радіо як складника системи засобів масової комунікації та зумовлені цими характеристиками психологічні настанови слухачької аудиторії постає питання правильної побудови тексту інформаційного повідомлення. Ідеться передовсім про дотримання вимог, які висуваються перед журналістами під час підготовки новин. Ці стандарти інформаційного радіомовлення слід розглядати комплексно – у суто журналістській та мовностилістичній площинах. Особливу увагу потрібно приділяти синтаксичним конструкціям інформаційного повідомлення, адже саме вони становлять основу його тексту.

У працях вітчизняних дослідників радіожурналістики та мовознавців питанню особливостей синтаксичних конструкцій у текстах новин на радіо приділяється чимало уваги. Але наголосимо, що ці розвідки стосуються здебільшого вивчення специфіки мови інформаційних повідомлень, які оприлюднюються каналами традиційних (ефірних) радіостанцій. Окрім цього, дослідженням притаманний загальний характер, окремі аспекти науковці розглядають побіжно, що й зумовлює потребу в цій статті.

Означене питання перебувало в полі зору таких дослідників вітчизняної радіожурналістики та мовознавства: В. Миронченка, В. Лизанчука, О. Гояна, Ю. Єлісовенка, О. Пономарева, А. Мамалиги, Л. Шевченко, О. Проценко та ін. Деякі аспекти правильної побудови та вживання синтаксичних конструкцій у текстах новинних повідомлень відображені у працях російських учених О. Шереля, Л. Болотової, В. Смирнова тощо.



Мета нашої статті – привернути увагу до особливостей побудови синтаксичних конструкцій у текстах інформаційних повідомлень, які звучать в ефірі інтернет-радіостанцій, а також проаналізувати доцільність вживання синтаксичних конструкцій, зумовлену специфікою слухового сприйняття інформації.

Об'єктом дослідження є інформаційні випуски першого каналу Національної радіокомпанії України, які звучали впродовж першої половини лютого 2014 р. (ранкові та денні новини: будні 10.00 – 10.10, 11.00 – 11.10. 13.00 – 13.10, 15.00 – 15.10). Загалом за згаданий час прослухано 80 інформаційних випусків.

Предметом дослідження виступають синтаксичні конструкції у текстах інформаційних повідомлень означеної радіостанції.

Методи дослідження. Методологічна основа дослідження визначається підходом, зумовленим принципами об'єктивності та цілісності, а також комплексом загальнонаукових та спеціальних методів, методів гуманітарних наук, унаслідок чого вдалося забезпечити достовірність та обґрунтованість отриманих результатів.

Використання діалектичного методу дало змогу висвітлити предмет дослідження у всіх його масовокомунікаційних та інших зв'язках і залежностях.

Системний метод сприяв тому, що вивчення особливостей вживання синтаксичних конструкцій у новинах мережевих радіостанцій як один із чинників підвищення якості інформаційних програм відбувалося з огляду на взаємодію масової комунікації та стилістики української мови.

Застосування порівняльно-історичного методу дало можливість розглянути предмет дослідження на різних етапах становлення вітчизняного радіомовлення як складника засобів масової комунікації України.

Метод інтерпретації уможливив аналіз позицій українських і деяких закордонних авторів стосовно місця та ролі правильної побудови інформаційного повідомлення з мовностилістичної боку у новинному мовленні радіостанції, його становлення та розвитку в умовах мультимедійної журналістики.

Метод вивчення та узагальнення досвіду роботи вітчизняних радіостанцій, або метод емпіричного аналізу, дав можливість проаналізувати змістовий, структурний та мовностилістичний аспекти інформаційного повідомлення інтернет-радіостанцій, зосередити увагу на особливостях побудови синтаксичних конструкцій новини.

Дескриптивний метод застосовано для характеристики особливостей підготовки інформаційних повідомлень на мережевих радіостанціях,



повноти та вичерпності розкриття сутності події завдяки правильній побудові синтаксичних конструкцій.

Біхевіористський метод дав змогу проаналізувати синтаксичні конструкції у новинах інтернет-радіостанцій крізь призму ефірної поведінки індивідів – журналістів, які готують новин до ефіру, та ведучих, які оприлюднюють інформаційний випуск. Зазначений метод дозволив отримати відповідь на запитання, наскільки ведучому випуску вдавалося забезпечити його комунікаційну цілісність у процесі подавання новин, які здебільшого містять складні синтаксичні конструкції; як позначилися такі інформаційні повідомлення на процесі сприйняття, запам'ятовування та відтворення нової інформації інтернет-користувачами. Завдяки біхевіористському методу з'явилася також можливість порівняти ефірну поведінку ведучих, чиї інформаційні випуски були перенасичені згаданими конструкціями, та ефірну поведінку ведучих, в інформаційних випусках яких ці конструкції траплялися зрідка.

Результати й обговорення. Радіомовлення як один із видів засобів масової комунікації має свої функціональні переваги, які дають змогу йому за певних обставин бути більш ефективним джерелом інформації порівняно з іншими мас-медіа. Однією з таких функціональних переваг радіо є його фоновість. Через фоновість (радіо працює у постійному режимі в автомобілі, на роботі, вдома) слухач має змогу будь-якої миті приєднатися до обговорення актуальних новин, взяти участь у розмовах, дискусіях, проявити себе в опитуваннях, вікторинах, іграх.

Ще однією перевагою радіо є його акустичність. Щоправда, новітні інтернет-радіостанції активно залучають до слухового впливу ще й візуальний. Тому слушною є думка О. Гояна стосовно того, що поєднання слухового та зорового впливу на радіо дає можливість передавати інформацію на рівні образів. Учений наголошує, що на радіо слід передовсім активувати (за допомогою усної мови, шумів, музики, монтажу, невербальних мовних засобів тощо) свідомість аудиторії задля самостійного відтворення повідомленого [1, с. 8].

Звертаємо увагу на те, що в цьому ряду першою стоїть усна мова, і це природно, оскільки саме слово є найпершим і найголовнішим виражальним засобом на радіо. Перед тим як виголосити інформаційне повідомлення у прямому ефірі, його, звісно ж, потрібно підготувати ведучому у письмовому вигляді. Ведучі, як і належить, користуються новинами, що надходять із вітчизняних та світових інформаційних агентцій. При цьому часто нехтують тим, що тексти повідомлень доконче треба адаптувати до особливостей радіо, адже сприйняття на

слух вимагає закріплення матеріалу. Недарма ж чимало науковців підкреслюють, що хоч радіоповідомлення є невеликим текстом, ця мала форма потребує ґрунтовної підготовки, уміння та досвіду журналіста. А оскільки виражальні засоби радіожурналістики, на думку вчених, використовуються в цьому випадку мінімально, особливого значення тут набувають мова, стиль та інтонація голосу [2, с. 192]. Український журналістикознавець В. Миронченко зауважив, що немає єдиного методу викладання новин для передачі по радіо. Проте, за його словами, більшість повідомлень, якщо прислухатись, все ж пишуться за одним і тим самим принципом, який полягає в максимальному наслідуванні структури усного переказування новин [3, с. 169]. Але чи керуються ведучі першого каналу Національного радіо цими канонами у повсякденній практиці.

У досліджуваному новинному контенті ми виявили такі закономірності. *По-перше*, в текстах новинних повідомлень часто використовуються складні синтаксичні конструкції, приміром, складнопідрядні речення з кількома підрядними, складнопідрядні речення, ускладнені дієприкметниковими та дієприслівниковими зворотами, складносурядні речення, розлогі вставні конструкції тощо. Складний синтаксис є важким як для прочитання в ефірі ведучим, так і для сприйняття споживачем інформації. На нашу думку, висока частотність використання складних синтаксичних конструкцій спричинена дуже слабкою підготовкою текстів новин з боку творчих працівників. Варто пам'ятати про те, що інформаційні агенції здійснюють підготовку новин для всіх засобів масової інформації, а не лише для радіо. Тому повідомлення агенції має слугувати тільки основою, канвою новини, призначеної для передачі по радіо. Ідеться про потребу повної переробки та редагування новини задля того, щоби вона набула справжнього радійного вигляду.

Розглянемо це на конкретних прикладах. Нижче подано таблицю, в якій ліворуч подається новина у тому вигляді, в якому вона прозвучала в ефірі, праворуч розміщено відредагований варіант.

Унаслідок ретельного редагування інформаційних повідомлень вони стають значно меншими за обсягом, що у випусках новин на радіо є принципово важливим. Це означає, що, скоротивши одну розлогу новину, ведучий може заощадити час для подання ще одного або й двох повідомлень (*див.* Табл. 1). Окрім того, відредаговані новини вирізняються простотою, чіткістю і лаконічністю, і це, безперечно, ті складники, завдяки яким сприймання та запам'ятовування інформації слухачем стають значно ефективнішими. Тому очевидним є той факт, що складний синтаксис у більшості випадків недоцільно вико-



Таблиця 1.

Презентація новин в ефірі: реальне та рекомендоване подання повідомлень

Реальне	Рекомендоване
<p>Цього тижня опозиція у Верховній Раді вимагатиме скасування прийнятого «Закону про амністію» авторства депутата Юрія Мірошниченка та прийняття замість нього такого, що передбачає безумовне звільнення арештованих демонстрантів. Про це заявив під час виступу на Майдані у Києві лідер УДАРУ Віталій Кличко. Нагадаю, що за прийнятим законом амністія протестувальникам можлива лише після того, як ними буде звільнено усі адміністративні будівлі. Влада виконала свою частину домовленостей з опозицією щодо амністування затриманих активістів Євромайдану. Про це заявив представник Партії регіонів Віталій Журавський.</p> <p>Закон про амністію набрав чинності. Отже, у правопорушників є 15 днів для того, щоб довести свою прихильність в досягненні компромісу і відмовитися від ескалації насильства. «Вони мають звільнити захоплені будівлі облдержадміністрацій і органів місцевого самоврядування», – нагадав цей політик (03.02.2014 р., 06.00–06.10, вед. О. Гончаренко).</p>	<p>Парламентська опозиція цього тижня вимагатиме скасувати «Закон про амністію» депутата Юрія Мірошниченка. Вона має намір ухвалити інший закон – про безумовне звільнення заарештованих активістів. Про це заявив на Майдані у Києві лідер УДАРУ Віталій Кличко.</p> <p>Нагадаю, за ухваленням законом амністія можлива лише тоді, коли демонстранти звільнять усі адмінбудівлі.</p> <p>Влада виконала свої домовленості з опозицією стосовно амністування активістів. Про це сказав представник Партії регіонів Віталій Журавський. За його словами, затримані мають 15 днів задля дотримання компромісу.</p>
<p>Верховна Рада обговорить повернення до Конституції 2004 року. Це питання сьогодні буде у центрі уваги Погоджувальної ради парламенту, яка починається у ці хвилини. Йдеться про можливість повернення держави до парламентсько-президентської республіки, а саме зменшення президентських повноважень і надання Верховній Раді права формувати уряд, а ще відновлення незалежної судової гілки влади і впливу парламенту на Генпрокурора і главу МВС. Щоб такі зміни стали можливими, «за» має проголосувати не менш як дві третини від конституційного складу Верховної Ради. А це 300 голосів. Також опозиція буде сьогодні вимагати скасування «Закону про амністію» авторства Юрія Мірошниченка та ухвалення іншого, що передбачає безумовне звільнення всіх заарештованих активістів (03.02.2014 р., 11.00–11.10, вед. І. Марецька).</p>	<p>У ці хвилини у Верховній Раді України починає роботу Погоджувальна рада. Планують обговорити повернення до Конституції 2004 року. За цим документом, є можливість повернути парламентсько-президентську республіку, себто зменшити президентські повноваження і надати парламентові права формувати уряд. Конституція–2004 дозволить також відновити незалежну судову гілку влади. Для ухвалення такого рішення потрібно 300 голосів.</p> <p>Опозиція вимагає також скасувати «Закон про амністію» Юрія Мірошниченка. Натомість наполягатиме на ухваленні іншого закону – про безумовне звільнення всіх заарештованих активістів.</p>



Таблиця 1 (продовження)

1	2
<p>Російська Федерація не зацікавлена у збільшенні обсягів видобутку сланцевого газу Україною з економічних причин. Про це заявив виконавчач обов'язків міністра екології і природних ресурсів Олег Проскураєков. Водночас він повідомив, що співпраця між Україною та компанією «Shell», які займаються реалізацією проєктів щодо видобутку сланцевого газу на території України, розвивається успішно. Також нещодавно компанія «Shell» представила свій план соціального забезпечення працівників та розвитку регіону, де відбуватиметься видобуток газу, – наголосив Олег Проскураєков (04.02.2014 р., 11.00–11.05, вед. А. Білилівська).</p>	<p>Росія з економічних причин не зацікавлена збільшувати видобуток сланцевого газу Україною. Про це заявив виконавчач обов'язків міністра екології і природних ресурсів Олег Проскураєков.</p> <p>Водночас, за його словами, співпраця України та компанії «Shell» з реалізації проєктів видобутку сланцю є успішною. Нещодавно «Shell» розробила план соціального забезпечення працівників і розвитку регіону, в якому видобуватимуть газ.</p>
<p>Міністр закордонних справ Ірану Мугаммед Джовад Заріф заявив, що досягти остаточної угоди між його країною та шістьма провідними державами світу можливо протягом наступних півроку. Він припустив також, що угоди може бути досягнуто ще й раніше. Наступне коло переговорів призначено на 18 лютого. Тим часом, у США підтвердили, що на виконання нині чинної тимчасової угоди Тегеран отримає 500 мільйонів доларів своїх раніше заморожених коштів.</p> <p>Нинішня тимчасова домовленість між Іраном, з одного боку, та США, Великобританією, Францією, Росією, Китаєм та Німеччиною, з іншого, передбачає, що остаточна домовленість має бути досягнена протягом 12 місяців від набуття нею чинності в листопаді минулого року. За цією домовленістю, Іран погодився обмежити збагачення урану і допустити на свої ядерні об'єкти міжнародних інспекторів в обмін на часткове зняття санкцій проти нього (04.02.2014 р., 13.00–13.10, вед. А. Білилівська).</p>	<p>Міністр закордонних справ Ірану Мугаммед Джовад Заріф заявляє про можливість у наступні півроку досягти остаточної угоди між його країною та шістьма провідними державами світу. Міністр допускає і раніші терміни досягнення угоди. Наступні переговори відбудуться 18 лютого.</p> <p>США підтверджують отримання Тегераном 500 мільйонів доларів раніше заморожених коштів у рамках нинішньої тимчасової угоди. Ця домовленість між Іраном, з одного боку, та США, Великобританією, Францією, Росією, Китаєм та Німеччиною, з іншого, передбачає можливість остаточно домовитися впродовж року. Документ набув чинності у торік, у листопаді. За угодою, Іран задля часткового зняття санкцій проти нього погодився обмежити збагачення урану. Також дозволив допустити на свої ядерні об'єкти міжнародних інспекторів.</p>



ривувати у новинах на радіо. До речі, відомий мовознавець О. Пономарів зауважує, що складні речення найуживаніші в книжній мові. Але це твердження не можна вважати абсолютним. За словами науковця, ідеться лише про те, що в книжних стилях цим реченням віддається перевага, оскільки вони найкраще узгоджуються з логічністю та інтелектуальністю книжного мовлення [4, с. 179]. Ясна річ, що усне мовлення, як і книжне, має свої характерні ознаки, серед яких головними є простота викладу, невимушеність, емоційність.

По-друге, дослідження контенту інформаційних випусків першого каналу Національного радіо дало можливість помітити і чимало стилістичних неоконструкцій, які також ускладнюють сприймання новин. Приміром, звернімо увагу на фразу: «Отже, у правопорушників є 15 днів для того, щоб довести свою прихильність в досягненні компромісу і відмовитися від ескалації насильства» (03.02.2014 р. 06.00–06.10, вед. О. Гончаренко). Неприпустимо, щоб в одному реченні було стільки віддієслівних іменників у поєднанні з іменниками, адже «прихильність у досягненні компромісу» легко замінюється на «дотримуватися компромісу»; «відмовитися від ескалації насильства» – на «припинити насильство». Інші приклади: «причина – розбіжність позицій фракцій “УДАР” і “Батьківщина” щодо пропозицій до основного закону» (10.02.2014 р., 13.00–13.10, вед. Д. Васильчук); «європейські чиновники стурбовані політичним протистоянням у нашій державі і хочуть порушити питання деескалації конфлікту» (10.02.2014 р., 10.00–10.10, вед. О. Чернова). Відредагувавши речення, отримуємо: «фракції “УДАР” і “Батьківщина” не мають спільного бачення конституційних пропозицій»; «європейські чиновники стурбовані ситуацією в Україні і намагаються допомогти розв’язати конфлікт» (див. Табл. 1).

Унаслідок опрацювання інформації мова і стиль інформаційних повідомлень більше набувають ознак публіцистичного, усного мовлення, позбуваються канцеляризмів, штампів, кліше, втрачають офіційно-протокольну тональність. Інакше кажучи, відредаговане відповідно до законів новинного мовлення повідомлення стає наближеним, адаптованим до інформаційних потреб та вподобань слухача.

Висновки. Питання вживання складних синтаксичних конструкцій у текстах інформаційних повідомлень на радіо є журналістикоознавчою, мовностилістичною проблемою, яку потрібно розв’язувати із застосуванням комплексного підходу. Адже велика частотність використання конструкцій, їх перманентна присутність у текстах новин відчутно збіднюють як сутнісно-структурний, так і емоційний компоненти інформаційного випуску. Складний синтаксис робить новину

важкою та нецікавою для сприймання, посилює її монотонність, нівелює інтонаційні барви, внаслідок чого інформаційне мовлення набуває ознак книжного, стає схожим на документи офіційно-ділового стилю, що є неприпустимим з точки зору дотримання стандартів подання новин. Адже синтаксична будова тексту є тим чинником, який здатний посилити ефективність у процесах сприймання, розуміння та відтворення інформації слухачами. Тим паче, що йдеться про актуальні повідомлення про політичні, соціально-економічні, культурно-мистецькі, міжнародні події. Тому новини на радіо мусять не відвертати, а привертати до себе увагу якомога більшої аудиторії слухачів.

Важко не погодитися з тим, що зловживання складними синтаксичними конструкціями у текстах інформаційних повідомлень інтернет-радіостанцій є одним із чинників, які призводять до загрозливих тенденцій у розвитку вітчизняного інформаційного радіомовлення. Ідеться про набуття цим видом мовлення ознак монологізованого, дидактичного, авторитарного подання інформації споживачам, що було властиво радіожурналістиці радянської доби. Окрім цього, є підстави говорити і про таку тенденцію, як перетворення фаху ведучого-журналіста на фах ведучого-диктора. Не можна допустити, щоб інформаційне мовлення позбулося персоналізованості, в основу якого покладено принцип «від себе особисто і для кожного зокрема». Власне, саме ця персоналізованість була чи не головним здобутком новинного мовлення 90-х рр. ХХ ст. Початок ХХІ ст. засвідчив посилене прагнення слухачів споживати якісний інформаційний продукт, що відрізняється об’єктивністю та збалансованістю. Це стало можливим, у тім числі, й завдяки персоналізованому характеру мовлення або мовленню-спілкуванню, яке, крім усього іншого, дало змогу створити атмосферу відкритості й щирості.

А втрата персоналізованості, послаблення зв’язку між ведучим і слухачем неодмінно повернуть аудиторію до дидактично-повчального радіо. Відповідно, значною мірою віддалять його від потреб, інтересів споживачів аудіо- та мережевої інформації. За таких умов говорити про вироблення індивідуального програмного стилю та самобутніх ознак інформаційного мовлення радіостанцій буде абсолютно недоречно.

Подяки. Авторка висловлює щирі вдячність Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка за можливість здійснити це дослідження. А також своїм наставникам – Анастасії Іванівні Мамалізі та Юрію Петровичу Єлісєнченку – за цінні поради щодо підготовки роботи.



1. Гоян О. Я. Основы радиожурналистики и радиоменеджмента : [підручник] / О. Я. Гоян. – К. : Веселка. – 2004. – 245 с.
2. *Радиожурналистика* : [учебник] / под. ред. А. А. Шереля. – [2-е изд.]. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. – 480 с.
3. *Миرونченко В. Я.* Основы информационного радиомовлення : [підручник для студ. ун-тів спец. «Журналистика»] / В. Я. Миرونченко ; Институт змісту і методів навчання ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1996. – 438 с.
4. *Пономарів О. Д.* Стилїстика сучасної української мови : [підручник] / О. Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1993. – 248 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Нагорняк Майя

Syntactic constructions in news programs of internet radio stations

The article highlights the specific character of syntactic constructions in the texts of information messages that are aired by online radio stations; it analyzes the relevance of use of the syntactic constructions, caused by the specific character of the audio perception of information.

The author pursues the goal to attract attention to the specific features of building of syntactic constructions in the texts of information messages that are aired by online radio stations, as well as to analyze the relevance of use of the syntactic constructions, caused by the specific character of audio perception of information.

The main results: the news content under research made it possible to reveal the high frequency of use of complex syntactic constructions, which are difficult to be read by the news presenter and to understand by the information consumer; it is traced the use of stylistically awkward words and structures that also complicate the perception of news; it is because of the problems associated with information processing, whose solution allows to provide an information message with the signs of journalistic style, so that they become more adapted to the information needs and preferences of the listener.

Keywords: Internet radio station, a piece of news, information message, information program, syntactic constructions.

Нагорняк Майя

Синтаксические конструкции в текстах новостей интернет-радиостанций

В статье акцентируется внимание на особенностях синтаксических конструкций в текстах информационных сообщений, звучащих в эфире интернет-радиостанций; анализируется целесообразность употребления синтаксических конструкций, обусловленная спецификой слухового восприятия информации.

Основные результаты: изучение новостного контента позволило обнаружить высокую частотность употребления синтаксических конструкций, сложных как для прочтения в эфире ведущим, так и для восприятия потребителем; наблюдается чрезмерное использование стилистических несогласованностей, что также утяжеляет восприятие новостей; сказываются проблемы, связанные с обработкой информации, решение которых позволяет приблизить информационные сообщения к особенностям публицистического стиля, благодаря чему они становятся более адаптированными к информационным потребностям и вкусам слушателя.

Ключевые слова: интернет-радиостанция, новость, информационное сообщение, информационная программа, синтаксические конструкции.



Анна Баранецька,

ст. лаборант

УДК 070.1: 801.73: 316.775.4: 159.942.5 (045)

Соціально-демографічні характеристики аудиторії як чинник рецесії емоційного змісту медіатексту

Йдеться про емоційний компонент у медіатексті, автор наголошує на значущості емоційного наповнення газетних публікацій як вагомого чинника сприймання змісту журналістського повідомлення.

Охарактеризовано специфіку встановлення комунікативного контакту між автором та адресатом на тлі твору. На прикладі проведеного опитування серед потенційних читачів показано особливості виявлення емоційного змісту тексту реципієнтами з різними соціально-демографічними характеристиками. Простежено здатність різнорідної аудиторії подібно визначити емоційні елементи тексту. Висвітлено характер відмінностей щодо виділення емоційних вузлів і визначено закономірність можливих розбіжностей у сприйнятті медіатвору. Показано можливі шляхи і засоби формування емоціогенності виділених респондентами частин тексту. Виявлено здатність публікації викликати широкий спектр емоційно-почуттєвих станів читачів.

Ключові слова: емоції, емоційний зміст, соціально-демографічні характеристики, медіатекст, інтерв'ю, аудиторія, емоційна компетентність.

Емоції відіграють вагомую роль у процесі життєдіяльності людини. Емоційно-почуттєва сфера особи задіяна й під час сприймання матеріалів мас-медіа. Почуття індивіда активізуються ще під час знайомства з публікацією й виявляються у визначенні рівня інтересу до повідомлення та у враженні від прочитаного тексту. Так, поряд із відомим у журналістикознавстві інформаційним голодом варто говорити також і про голод емоційний, тобто незадоволену потребу в емоційному плані. У цьому випадку емоції виступають у ролі цінності [1, с. 49], що виявляється у жаданні особи відчутти схвильованість, пережити певні почуття й емоції, що й зумовлює прагнення журналіста-автора до виразності, емоційності викладу матеріалу.

Вступ. Важливо, щоб закодоване автором повідомлення, його емоційне наповнення було зрозумілим широкій, різнорідній аудиторії. Для цього журналіст-автор завжди повинен уявляти узагальнений образ свого реципієнта й певною мірою передбачати його соціально-психологічний портрет. У іншому разі між комунікантами може виникнути дисонанс. Саме тому різнобічні дослідження характеристики адресата повсякчас *актуальні*, адже виявлені принципи та закономірності налагодження емоційного контакту між комунікантами через письмовий текст сприятимуть підвищенню ефективності спіл-



кування. *Метою* статті є спроба простежити особливості сприйняття емоційного змісту тексту реципієнтами з різними соціально-демографічними характеристиками.

Намагатимемося реалізувати зумовлені поставленою метою такі *завдання*:

- 1) синтезувати науково-теоретичні розробки з досліджуваної теми;
- 2) описати роль емоційного компонента в медіа-публікаціях;
- 3) охарактеризувати реципієнта як своєрідний критерій організації змісту твору;
- 4) провести опитування серед потенційних читачів і проаналізувати отримані дані.

Теоретико-методологічною основою статті стали журналістико-знавчі, лінгвістичні, психологічні, філософські дослідження, зокрема праці Х.-Г. Гадамера, Б. Додонова, В. Здоровеги, Є. Ільїна, В. Корнеєва, Ю. Лотмана, Л. Майданової, Н. Непійводи, В. Різуна, В. Шаховського та ін.

Газетно-публіцистичний вид мовлення покликаний впливати як на розум та волю читача, так і на його емоції [2, с. 57]. Тому прагнення журналістів переконати свого реципієнта, зацікавити й схвилювати його передбачає не лише інформаційну повноту, але й емоційне наповнення повідомлення. Насичення тексту емоціогенними елементами сприяє підвищенню його прагматичного ефекту [3, с. 73]. Емоційна сухість публікації може стати одним із психологічних бар'єрів, що перешкоджатиме активності прочитання та осмислення твору, адже сухий фактаж сприймати нецікаво.

Емоціогенним може стати й неемоційний текст за умови, що в ньому йдеться про значущі для реципієнта речі. Так, публікація може підбадьорювати або викликати зневіру, хвилювати або залишати байдужим [3, с. 72]. В. Здоровега вказує на здатність емоційного впливу на людину не лише через образ, але й шляхом повідомлення про важливу життєву подію. У такому разі підґрунтям для виникнення емоцій є власне «саме життя – джерело практично всіх почуттів та думок людини» [4, с. 42–43].

Одним із показників емоціогенності публікації є емоційна реакція аудиторії. Кожна людина зосереджує увагу саме на тій інформації, яка знаходить у неї емоційний відгук [3, с. 71]. Тут особливу роль відіграє чинник інтересу, що являє собою особистісну установку свідомості реципієнта. Зацікавленість людини певним повідомленням пов'язана з її характером, сферою діяльності, потребами, емоціями, захопленнями. У зв'язку з цим говорять про вибірковість читання преси, оскільки читач шукає саме ті публікації, які б відповідали його

запитам та ін. [5, с. 155–156]. При цьому, як зауважує Ю. Лотман, текст сам здатен «відібрати» собі аудиторію, створивши її відповідно до самого себе. Згідно з переконанням ученого, текст містить у собі образ адресата, ідеального читача, який стає своєрідним нормувальним кодом для реальної аудиторії. Виявити імплікований у тексті «образ аудиторії» можна шляхом реконструкції «спільної пам'яті», сформованої автором для розуміння повідомлення. У випадку, коли повідомлення розраховане на широку, невизначену аудиторію, автор має створити у тексті такий об'єм пам'яті адресата, що є обов'язковим для кожного представника конкретної мови і становить певний нескорочуваний мінімум [6].

Журналістикознавці визначають тематичну диференціацію публікацій, зумовлену віковими, статевими та професійними критеріями. Виділяють теми, що є актуальними для молодіжної аудиторії, а також ті, що є значущими для людей старшого віку. Тематичне коло інтересів чоловіків відрізняється від тематичних уподобань жінок. Своєю чергою, на характер сприймання повідомлення впливає й професійна зацікавленість у тій чи тій інформації. Тому, щоб текст був розпізнаний «своїм читачем», автор повинен від початку творення публікації визначитися з аудиторним контингентом, враховуючи всі можливі реакції реципієнтів на зміст тексту, в тому числі й на його емоційний компонент.

Як зазначає Х.-Г. Гадамер, зрозуміти іншого «не означає поставити себе на його місце і відтворити його переживання» [7, с. 446]. Це насамперед досягнення взаєморозуміння щодо суті справи. Так, у письмовому мовленні текст набуває голосу завдяки інтерпретатору, який і надає письмовим позначенням смислу. У такому разі реципієнт прагне зрозуміти власне текст, а це означає, що від початку цієї взаємодії думки інтерпретатора задіяні у відтворенні смислу [7, с. 451–452].

Отже, текст містить у собі не лише особистість мовця, але й суб'єкт сприймання, його узагальнений потенційний образ. При цьому автор – творець тексту, асоціюється з його початком, у той час, як реципієнт – з його кінцем. Адже після прочитання текст припиняє існування [8, с. 60–61].

Методи дослідження. Виявити дію емоційного компонента певного тексту можливо лише за сукупністю проєктивних реакцій реципієнтів. (Спираємося на бібліопсихологію (її ще називають психологією сприйняття), згідно з якою якість будь-якого тексту можна визначити за сукупністю реакцій, які він здатен викликати у всіх своїх читачів [9].) За переконаннями М. Рубакіна, в процесі читання кожен реципієнт вибудовує свою проєкцію книги, залежно від якісного та кіль-



кісного наповнення його мнени (основних спадкових, індивідуальних та соціальних характеристик особистості). Саме цю проекцію тексту читач сприймає як якості книги та зміст твору. Тому книга має скільки змістів, стільки у неї читачів. Подібність сприйняття твору зумовлена тотожністю мнем комунікантів [9]. Теоретично типовість світоглядних позицій можна передбачити серед представників одного віку, статі, професій, що зумовлено схожими умовами становлення й розвитку індивідів.

Щоб простежити, які саме соціально-демографічні характеристики аудиторії впливають на особливості сприйняття емоційного змісту публікації, проведено опитування. Його учасникам було запропоновано ознайомитися з медіатекстом й охарактеризувати свої враження від прочитаного, а також заповнити анкету із запитаннями щодо емоційного змісту публікації. Це дає змогу простежити здатність реципієнтів виявити емоційний компонент тексту. Прикладом обрано проблемне інтерв'ю «Хворі діти і небезпечна старовина» (В. Московцева, газ. «Запорізька правда», від 06.10.2009 р.), присвячене питанню реконструкції старовинного корпусу Запорізької обласної дитячої лікарні.

Опитування було проведено серед мешканців м. Запоріжжя. Анкети роздано 60 респондентам різного віку (від 15 до 65 років), статі (30 чоловіків й 30 жінок) та професії (серед яких: бібліотекарі, педагоги, філологи, географи, біологи, медики-фахівці й медики-студенти, економісти, менеджери, металурги, фізики, інженери, журналісти, бухгалтери, пожежники, редактори, шофери та ін.).

Емоційна спрямованість публікації визначена авторкою вже у заголовку інтерв'ю: «Хворі діти і небезпечна старовина», що налаштовує читача на відповідне сприйняття усього повідомлення. Відомо, що діти, їх здоров'я є пріоритетною загальнолюдською цінністю. Журналістка показує парадоксальність ситуації, що склалася: лікарня, у якій фахівці мають надавати допомогу хворим дітям, сама може стати «небезпечною старовиною» (читаймо підзаголовок: «Столітній корпус став великою проблемою для обласної дитячої лікарні»). Сама тема інтерв'ю вже є емоціогенною.

Емоційному підсиленню змісту тексту сприяє лід, в основі якого лежить документальний образ корпусу лікарні, вибудований на контрастному змалюванні деталей приміщення: «З проспекту імені Леніна в Запоріжжі цей будинок на розі з вулицею Леніна не дуже вже роздивився за високими деревами. А він незвичайний! Ліпні янголятка й гірлянди над вікнами. Щось на зразок вежі з куполом... Кажуть, ще був напис російською: «Спаси и сохрани». Але літери почали обсипатися, і їх збили.



А від трамвайної колії на вулиці Леніна можна побачити більше: даху на будинку немає, крізь порожні віконниці на третьому поверсі прозирає небо... Але перехожі, проходячи повз загорожу, яку поставили будівельники, не дуже вже звертають увагу на напівзруйновані стіни. Мало хто задумується: це ж корпус Запорізької обласної дитячої лікарні – то як вона існує під час серйозної реконструкції?

Медикам важко. А зараз, на порозі зими, ситуація виглядає мало не катастрофічною. ...».

Описані журналісткою деталі декоративного оформлення будівлі несуть позитивну оцінку, що посилюється лексемами: «незвичайний», «янголятка» (ангели асоціюються зі світлими, чистими образами). Проте далі авторка звертає увагу на руйнуванні будинку. Такий контраст у змалюванні корпусу лікарні емоційно підсилює зміст повідомлення.

Емоційності ліду сприяє використання авторкою у цій частині тексту спостережень, спогадів, уяви, через які журналістка звертається до минулого й апелює до майбутнього. У такому разі зображений у ліді час стає емотивним [10, с. 21].

Ефекту емоціогенності тексту інтерв'ю надають факти з історії будівлі лікарні, про які розповів співрозмовник журналістки, головний лікар закладу. Особливу увагу привертають спогади про холерний барак, приміщення якого до певного часу слугувало актовим залом обласної дитячої лікарні. («Він примушував здригнутися кожного, хто туди заходив. А на балансі перебував як “будинок культури”!»). Інформацією для роздумів є й факти про те, що «Під час війни корпус горів і витримав бомбування (на стінах досі сліди осколків). ... До того ж, останній раз її (будівлю – А. Б.) капітально ремонтували в... 1947 році». Висвітлені фрагменти з життя будівлі поглиблюють розуміння необхідності реконструкції корпусу.

Емоційно насиченою є відповідь співрозмовника, в якій він розповідає про занепокоєння затримкою з реконструкцією старої будівлі, спричиненої початком економічної кризи: «Будівля, яка на реконструкції, не опалюється. Даху немає – значить, дощ і сніг, що тане, вільно затікатимуть до підвалу, підтоплюватимуть діючі будівлі. Крім того, перший поверх цього корпусу є переходом між двома іншими. Якщо дитині з травматологічного корпусу треба піти на рентген – їй доведеться проходити через неопалюваний, без вікон, з оббитими до цегли стінами коридор. ... І тут же ця дитина у верхньому одязі проходитиме повз операційну. Нонсенс! А якщо протікатиме вода, то на підлозі в переході, до того ж, буде ожеледиця. А ходитимуть діти з травматології! Перекриття руйнуватимуться... Годі говорити про здоров'я – навіть життя пацієнтам і медперсо-



налу, які проходять через зруйнований корпус, гарантувати не можна! ... Якщо взимку замерзнуть труби – доведеться зупинити котельню. Тоді – хоч лікарню закривай!» (У цьому випадку емоційними є сам життєвий факт та описувана ситуація).

Однак навіть за ускладнених умов функціонування закладу, у мовленні співрозмовника відчувається оптимізм, який виявляється у розповідях про самовіддачу лікарів, досягнення лікарні, підтримку місцевої влади та плани на майбутнє (зокрема: «Звичайно, нам тісно, хоча ми робимо все, щоб хворі діти в жодному випадку від цього не страждали. Надаємо всі медичні послуги в повному обсязі. У цьому році навіть відкрили нове відділення – реанімації новонароджених на дванадцять ліжок.», «Почали зводити прибудову, яка збільшить лікувальні площі. Зробили підвал. Укріпили стіни ... Зробили багато – але це ті роботи, яких не видно зовні. ...»). Такі епізоди опитані відзначають як емоційно позитивні (як такі, що викликають у них позитивні емоції, почуття), незважаючи на те, що вони не є насиченими емоційно-експресивними засобами.

Стрижнем емоційного наповнення тексту є один із домінантних життєвих ідеалів людей – здоров'я дітей. Тому сама ситуація з корпусом обласної дитячої лікарні, тема публікації, вже є емоційною. Відповідно, усі заходи, спрямовані на підтримку належного функціонування лікувального закладу, тлумачаться як позитивні, а будь-які перешкоди – як негативні.

Результати й обговорення. Як показало опитування, реципієнти звертали увагу на ті самі емоційні вузли тексту. Зокрема, 77 % із загальної кількості респондентів відзначили емоційність ліду. Однак, якщо цей елемент інтерв'ю привабив 87 % представниць жіночої статі, то серед чоловіків його виділили 67 %.

Опитувані вказують на те, що у цій частині тексту через емоційно-ліричний опис стану реконструйованого корпусу авторка показує проблематичність порушеного питання. Одній респондентці цей фрагмент нагадав початок казки. Ще одна особа жіночої статі, відзначаючи привабливість ліду, у якому, на її думку, в ненав'язливій формі показано ситуацію з лікарнею, зауважила, що саме після його прочитання у неї виникла цікавість до всього інтерв'ю.

Згідно з відповідями опитуваних, вищою є «впливовість» (В. Різун) частини тексту, в якій співрозмовник, головний лікар зазначеного закладу, розповідає про занепокоєння затримкою з реконструкцією старої будівлі. На емоційну інтенсивність цього фрагменту інтерв'ю вказали 93 % респондентів із загальної кількості опитаних. При цьому, відсоток у групах чоловіків та жінок є однаковим.

Описуючи свої емоційні переживання після прочитаного тексту, 40 % респондентів вказали на почуття співчуття до медиків та дітей, які мають перебувати в таких умовах. Стан старовинного корпусу лікарні й можлива затримка з його реконструкцією викликали у анкетованих відчуття обурення (12 %), засмучення (9 %), стривоженості (3 %). Частково цією проблемою перейнялися 8 % опитуваних. Водночас 12 % читачів виявили надію на якнайшвидше завершення розпочатої реконструкції. Ці сподівання викликали у читачів зацікавлення (5 %) до подальшого розвитку подій. Є й респонденти, які вказали на відсутність будь-яких переживань (5 %), а також ті особи, які наголосили на почутті радості з приводу певних досягнень закладу (5 %). У цілому спостерігаємо досить широкий спектр емоційних станів респондентів, викликаних прочитаним текстом.

Аналізуючи відповіді опитуваних різних поколінь, жіночої та чоловічої статі відмінних професій, спостерігаємо, що найбільш емоційно активною є молодь. Люди старшого віку в емоційних виявах стриманіші. Водночас, порівняно з представниками інших професій, емоційно інтенсивніші й реакції медиків, що, ймовірно, зумовлено професійною близькістю порушеного питання в інтерв'ю. Саме представники цього фаху вказують на відчуття обурення (4 особи), суму (2 особи), пригнічення (1 особа), безпорадності (1 особа) щодо ситуації зі старовинним корпусом лікарні та можливої затримки процесу його реконструкції. Проте серед них є й ті, хто мали сподівання на краще (4 людини). (Зауважимо, що реконструйований корпус лікарні на час написання статті має нове обличчя.)

Заразом, якщо гуманітарії та представники природничих професій у своїх висловлюваннях більше зосереджувалися на проблемі здоров'я, необхідності допомагати, співчувати хворим, то особи з технічною освітою акцентували увагу також і на самому процесі реконструкції приміщення та забезпеченості фінансування розпочатого ремонту.

Висновки. У цілому простежуємо здатність аудиторії, різної за своїми соціально-демографічними характеристиками, однотипно описувати (визначати) емоційний зміст інтерв'ю. Підкреслені респондентами в тексті емоційно-експресивні елементи дають підстави говорити про «емоційну компетентність» (К. Саарні : за [11, с. 243–244]) цієї групи читачів. Виявлені відмінності у відповідях опитуваних не є суттєвими, а очевидно, об'єктивно зумовлені розбіжності пов'язані з відповідними характеристиками соціально-демографічних груп. У такому разі можна говорити про майстерність автора, оскільки універсально, емоційно підкреслені ним фрагменти здатні викликати по-



дібну реакцію у реципієнтів з різним соціально-демографічним портретом.

У цілому емоційний складник змісту журналістських публікацій є важливою умовою сприйняття повідомлення, що впливає на результат засвоєння інформації. Проте необхідно враховувати читацьку адресу публікації, щоб емоційно виділені автором фрагменти не суперечили інтересам реципієнта, його соціокультурному та емоційному досвіду.

Адже читач – це особа певної статі, віку та професії. Зважаючи на різномірні психологічні особливості індивідів, соціально-демографічні характеристики можуть впливати на емоційні вияви читачів на одну й ту саму публікацію. Ці показники є своєрідними чинниками, що визначають особливості сприймання тексту, зокрема його емоційного змісту.

Дослідження соціально-демографічних чинників дає додатковий матеріал для діяльності журналістів. Виявлені певні закономірності реагування масової аудиторії на ті чи інші суспільні явища дають змогу журналістові керувати увагою реципієнтів, емоційно спрямовувати її. Уявляючи узагальнений образ свого співбесідника, автор-журналіст має можливість наперед визначити емоціогенні епізоди й додатково емоційно увиразнювати, підсилювати їх.

Усвідомлення журналістом ціннісної палітри, світоглядних позицій реципієнта сприяє встановленню та утриманню контакту з аудиторією через збагачення змісту тексту емоціогенними елементами. Визначення соціально-культурного «портрета» свого читача допомагає автору передбачити можливі емоційні реакції реципієнта, а відповідно, й підібрати ті емоційно-експресивні засоби, які б сприяли посиленню бажаного емоційного ефекту.

Подяка доктору філологічних наук, професору Н. П. Шумаровій, кафедрі мови та стилістики Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

1. Додонов Б. И. В мире эмоций / Б. И. Додонов. – К. : Политиздат Украины. – 1987. – 140 с.

2. Майданова Л. М. Очерки по практической стилистике : для студентов-журналистов / Л. М. Майданова. – Свердловск : Изд-во Урал. ун-та, 1986. – 184 с.

3. Різун В. В. Лінгвістика впливу : монографія / В. В. Різун, Н. Ф. Непийвода, В. М. Корнеев. – К. : Київ. ун-т, 2005. – 148 с.

4. Здоровега В. И. Слово тоже есть дело. Некоторые вопросы теории публицистики / Владимир Здоровега. – М. : Мысль, 1979. – 174 с.

5. Кулев В. С. Организационно-творческие факторы эффективности / В. С. Кулев, В. И. Шкляр // Эффективность журналистской строки : монография / В. А. Моисеев, В. П. Бакуменко, Г. И. Вартанов и др. – К. : Вища школа, 1987. – С. 152–173.

6. Лотман Ю. М. Текст и структура аудитории [Электронный ресурс] / Ю. М. Лотман // Статьи по семиотике и топологии культуры. – URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Culture/Lotm/16.php (09.03.2014).

7. Гадамер Х.-Г. Истина и метод : Основы философской герменевтики / Х.-Г. Гадамер ; пер. с нем. ; [общ. ред. и вступ. ст. Б. Н. Бессонова]. – М. : Прогресс, 1988. – 704 с.

8. Васильев С. А. Синтез смысла при создании и понимании текста: философские проблемы / С. А. Васильев ; [АН УССР. Ин-т философии; отв. ред. М. В. Попович]. – К. : Наук. думка, 1988. – 240 с.

9. Рубакин Н. А. Психология читателя и книги. Краткое введение в библиологическую психологию [Электронный ресурс] / Н. А. Рубакин. – URL: <http://www.klex.ru/6ms> (05.04.2014).

10. Тураева З. Я. Лингвистика текста (Текст: структура и семантика) : учеб. пособ. для студ. пед. ин-тов по спец. № 2103 “Иностр. яз.” / З. Я. Тураева. – М. : Просвещение, 1986. – 127 с.

11. Ильин Е. П. Эмоции и чувства / Е. П. Ильин. – 2-е изд. – С.Пб : Питер, 2007. – 783 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Baranetska Anna

Social demographic descriptions of audience as a factor of perception of emotional content of media text

The aim of the article is to investigate an emotional component in media text, to mark meaningfulness of emotional content of the newspaper publications as an important factor of perception of the journalistic material. The specific of establishment of communicative contact between an author and addressee on a background of work is described. On the example of the conducted questioning among the potential readers the features of revealing of text emotional content by the recipients with different social-demographic descriptions are shown. An ability of heterogeneous audience to determine the emotional elements of text is traced. The character of differences in relation to the selection of emotional knots is represented and conformity to possible divergences in perception of media work is defined. The possible ways and facilities of emotions forming of the text parts distinguished by the respondents are shown. An ability of publication to cause the wide spectrum of the emotionally-perceptible states by the readers is revealed.

Keywords: emotions, emotional content, social and demographic specifications, media text, interview, audience, emotional competence.

Баранецкая Анна

Социально-демографические характеристики аудитории как фактор рецепции эмоционального содержания медиатекста

Цель статьи – исследовать эмоциональный компонент в медиатексте, в частности, подчеркнуть значимость эмоционального наполнения газетных публикаций как весомого фактора восприятия содержания журналистского сообщения.

Охарактеризована специфика установления коммуникативного контакта между автором и адресатом на фоне текста. На примере проведенного исследования



среди потенциальных читателей показаны особенности выявления эмоционального содержания текста реципиентами с разными социально-демографическими характеристиками. Прослежена способность разнородной аудитории подобно определять эмоциональные элементы текста. Раскрыт характер отличий относительно выделения эмоциональных узлов и определена закономерность возможных отличий в восприятии медиапроизведения. Показаны возможные пути и средства формирования эмоциогенности выделенных респондентами частей текста. Раскрыта способность публикации вызывать широкий спектр эмоционально-чувственных состояний читателей.

Ключевые слова: эмоции, эмоциональное содержание, социально-демографические характеристики, медиатекст, интервью, аудитория, эмоциональная компетентность

Олена Колупасва,

канд. філол. наук

УДК 007: 304: 070

Особливості композиції та архітектоніки фейлетону (на матеріалі збірки Остапа Вишні «Лицем до села»)

У статті досліджуються композиційні та архітектонічні властивості фейлетонів Остапа Вишні. Стверджується, що їх аналіз важливий для розкриття жанрових ознак фейлетону, виявлення образно-змістової структури твору, досягнення виразності та оригінальності мовлення. Визначається роль композиційних та архітектонічних прийомів у визначенні тематичної спрямованості фейлетону.

Ключові слова: архітектоніка, зачин, композиція, основна частина, фейлетон.

Вступ. Фейлетон посідає особливе місце серед художньо-публіцистичних жанрів журналістики завдяки простоті форми та різноманітності змісту. Цей жанр відіграє першочергову роль у формуванні читацького середовища газети. Особливістю фейлетону є його наближеність до літератури більшою мірою, ніж подібні до нього жанри. Фейлетон поєднує ознаки різних жанрових структур: журналістики і літератури. Його характерними ознаками є дотепність, легкість, гра слів, пародія, парадокс і гумористична гіпербола.

Серед ґрунтовних досліджень фейлетону варто виокремити праці Є. Журбіної «Мистецтво фейлетону» [1], «Теорія і практика художньо-публіцистичних жанрів. Нарис. Фейлетон» [2], А. Тепляшиної «Сатиричні жанри сучасної публіцистики» [3] та ін. Дослідження присвячені окресленню основних жанрових ознак фейлетону, композиційної організації, ідейно-тематичного змісту та спрямування твору.

У дослідженні будь-якого публіцистичного твору, зокрема фейлетону, важливо зважати на закономірності композиційної будови, а також на специфіку архітектонічної організації. А. Дмитровський вважає композицію одним із найважливіших елементів жанрової форми, що «володіє високою змістовою вагою: своїми прийомами вона відчутно збагачує смисл описуваного журналістом явища, робить його більш «опуклим», доступним, цікавим аудиторії» [4, с. 192]. Отже, завдяки послідовному введенню композиційних елементів утримується увага читача від початку до завершення прочитання твору.

На потребі розглядати видання та окремі твори з урахуванням композиційних властивостей наголошує В. Шевченко. Зокрема, дослідниця зазначає, що «композиція є виразником структурно-гармонічної цілісності складових частин твору та одночасно засобом організації,



побудови цієї цілісності» [5]. Крім того, автор доходить висновку, що архітектоніка друкованого видання залежить від точності композиційного відображення та гармонійного підпорядкування частин у цілому.

Аналіз композиційних і архітектонічних особливостей важливий для розкриття жанрових ознак фейлетону, виявлення образно-змістової структури твору. Питання про взаємодію композиції та архітектоніки публіцистичного твору залишається *актуальним*, тому виникає необхідність простежити та проаналізувати сукупність композиційних та архітектонічних прийомів, що визначають своєрідність фейлетону. Об'єктом дослідження стали фейлетони з творчої спадщини Остапа Вишні, зокрема ті, що ввійшли до збірки «Лицем до села».

Результати й обговорення. Фейлетон як художньо-публіцистичний жанр журналістики дає більше свободи щодо вибудови змісту, композиції та стилю. Тут автор вдається до широкого кола сатиричних тем, фокусуючись переважно на культурних, соціальних та моральних проблемах. Різноманітність тем визначає і диференційований підхід автора до композиційної будови твору.

Композиція публіцистичного твору розглядається в кількох аспектах: образно-змістовому (семантичному), що визначає характер та спрямованість тексту, та синтаксичному, від якого залежить стиль, система зображальних елементів.

Композиція більшості розглянутих фейлетонів передбачає наявність трьох частин. У першій частині вводиться тема, окреслюється конкретна проблема, вирішення якої здійснюватиметься у творі. Друга частина присвячується роздумам фейлетоніста над запропонованою темою. Третя частина містить висновок, мораль.

Виконаний аналіз композиційної будови фейлетонів Остапа Вишні дає змогу виокремити найпоширеніші композиційні прийоми. Серед них варто згадати такі:

- послідовний динамічний виклад, що забезпечується чергуванням діалогів, монологів, описів, авторських реплік, узагальнень і висновків (властивий більшості розглянутих фейлетонів);
- прийом обрамлення: коли певна картина або теза подається автором на початку твору і повторюється наприкінці дослівно або в трохи зміненому вигляді. У такий спосіб вибудовано фейлетони «Косовиця» («Коли трава в'яне...» «Коли в'яне трава... Коли попеліє трава...») [6, с. 31] та «Леригія» («Нічого братця не зробиш: бог є...» «А ви кажете: Бога нема. Є бог») [6, с. 63];
- прийом рефрену, що полягає в періодичному повторенні певного вислову, тези чи строфи (характерний для фейлетону «Слухай, обивателю!»), в якому заклик «Слухай, обивателю!» повторюється п'ять разів, становлячи таким чином композиційний каркас твору).

Необхідним елементом фейлетону, як будь-якого іншого публіцистичного твору, є образ автора. Головна мета, заради якої вводиться образ автора, – це створення своєрідного підтексту. У фейлетонах використовується особливий тип оповідача, який виступає іноді учасником подій, іноді спостерігачем, проте він завжди дає оцінку події, що відбувається. За маскою оповідача здебільшого простежується авторське ставлення до зображуваної теми, порушеної проблеми.

Особлива увага у фейлетонах приділяється системі зображальних засобів. Серед типових мовних особливостей варто відзначити домінування емоційно забарвлених слів та фраз. Фейлетоніст вдається до широкого використання мовностилістичних прийомів: експресивної лексики, засобів комічного загострення. Тон здебільшого рефлексивний, гумористичний, іронічний, крім того, надзвичайно суб'єктивний у висновках, припущеннях і коментарях до певної теми.

Композиційні особливості фейлетонів Остапа Вишні розглядаються у тісній взаємодії з архітектонічною організацією творів. Архітектоніка будь-якого публіцистичного твору передбачає взаємопроникнення елементів у логічно-змістових зв'язках. Зокрема, В. Шевченко стверджує: «Основні залежності архітектоніки виражені у чотирьох найважливіших її характеристиках: досконалості змісту, досконалості форми, взаємозв'язку форми та змісту, естетичності форми» [5]. Основними складниками архітектоніки фейлетону є заголовок, перша фраза (або зачин), основна частина, остання фраза (або кінцівка).

Першоелементом архітектоніки публіцистичного твору є заголовок, що виражає основний задум автора та характеризується максимальною інформованістю, оригінальністю, публіцистичною гостротою та експресивністю. На думку В. Іванова, вдалий заголовок характеризується такими ознаками: «виражає єдність форми і змісту матеріалу; забезпечує актуальність і конкретність публікації; передає ставлення автора і редакції до описуваних подій, процесів, явищ; підкреслює значення повідомлюваного факту і, отже, впливає на читача» [7, с. 109]. Тож, заголовком має бути максимально чітко та яскраво вираженим, оскільки саме з нього починається ознайомлення читача з твором. Варто зауважити, що особливості заголовка слід розглядати у взаємодії з самим твором, оскільки існування заголовка неможливе поза межами твору.

За змістовим наповненням у розглянутих фейлетонах Остапа Вишні переважають констатуючо-описові заголовки («Те, до чого і лицем, і мордякою повертаються», «Національно, просто а головне — при-



ємно» та ін.), спонукально-наказові («У колектив!!!», «Слухай, обивателю!» тощо) та проблемні («А чим ми винуваті?», «Та доки ж?» та ін.).

З метою посилення емоційно-експресивної вагомості заголовка фейлетоніст використовує цілу систему мовностилістичних прийомів. Зокрема, поширеним стилістичним прийомом є вживання просторіч, для яких характерні елементи комічного, новизна, емоційна забарвленість («У колектив!!!», «Тяжолі времена», «Нравствінна робота»). Своєрідним ключем до розуміння ідейно-тематичного наповнення фейлетону є заголовки, які містять фразеологізми («Коли в голові «лій»...»), а також трансформація відомих прислів'їв та приказок («Рибак рибака не дуже бачить, навіть поблизу»).

Таким чином, мета фейлетоніста полягає не тільки у приверненні уваги читача уже від самого початку, а й в емоційному зближенні з реципієнтами, що досягається шляхом використання близької для них лексики.

Ще одним елементом в архітектонічному ряді є перша фраза (зачин). Мета зачину у фейлетоні – привернути увагу читача і задати тон всьому творові, тим-то у зачині найчастіше містяться ключові слова, які несуть головне тематичне та смислове навантаження. На ролі зачину в архітектонічній організації журналістського твору наголошує Р. Бойнтон [8], стверджуючи, що лід є найважливішим елементом тексту. Дослідник зауважує, що добре складений лід втілює тональність, фокус та настрої твору. Цю думку поділяє А. Євграфова [9]. Дослідниця зазначає, що зачин, як правило, містить ключові для структури контексту слова. Крім того, зачин – це не лише введення в тему, а й спроба налагодити контакт з читачем.

Перші абзаци у фейлетонах Остапа Вишні мають різне функціональне призначення. По-перше, вони інформаційно розширюють заголовки, конкретизують констатовану в ньому ситуацію. До прикладу, у фейлетоні «Вівчарство» зачин «ВІВЧАРСТВО – це значить виховувати віці...» [6, с. 27] є своєрідним орієнтиром теми, заявленої у заголовку. По-друге, зачин визначає характер та спрямованість фейлетону: «Гіпно-баба» «Гіпноз. Річ, як знаємо, дуже таємнича й дуже ще недосліджена...» [6, с. 101]. По-третє, зачин формує мотив до ознайомлення з твором, зацікавлює та інтригує читача. Характерними в цьому аспекті є такі зачини: «Отак: їдеш-їдеш і приїдеш...» («Те, до чого лицем слід повернутися») [6, с. 18]; «І сталося в одному дуже хорошому кооперативі, в одному дуже хорошому селі, в одному дуже хорошому районі, в одній дуже хорошій окрузі отут-таки в Українській Соціалістичній Радянській Республіці, – так сталося,

кажу, тому дуже хорошому кооперативові не дуже хороше...» («Вискочили...») [6, с. 108].

Остап Вишня вдається і до наративного стилю, описуючи місце події, головних героїв. Цей прийом використовується у випадку, коли стиль заголовка сповнений алюзій, добре знайомих читачеві образів. Наприклад, зачин фейлетону «Страшний суд» містить алюзію на біблійний сюжет: «І ревунули сурми архангельські... Розверзлися небеса... Репнула земля й покололася... Порозкривалися могили... Попідскакували кісточки одна до одної, взялися цупко м'ясом, поз'язувалися... Дунуло душами... Хутенько всакають душі в тіла відповідні. Схоплюється народ православний і підтюпцем біжить, по дорозі застібаючись... На суд страшний поспішає люд божий, мужеський і женський, старий і молодий, бородатий і голений, зело грішний і світло праведний, і так собі середній, угодовець, що одної неділі до автокефальної, а другої до православної...» [6, с. 55]. Такий стиль опису подій дає змогу читачеві відчувати весь драматизм ситуації та викликає бажання дізнатися про подальший перебіг подій.

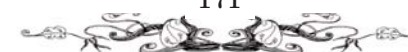
Отже, зачин у розглянутих фейлетонах Остапа Вишні покликаний заволодіти увагою читача, задати тон фейлетону, оскільки найважливіші в інформаційному плані аспекти окреслені вже на початку твору. Зачин не лише виступає своєрідним введенням у тему твору, а й передбачає встановлення контакту з читачем.

За заголовком і зачином розміщується основна частина твору, функціональним призначенням якої є розкриття суті зображуваного явища чи події. У розглянутих фейлетонах основна частина здебільшого подана у вигляді суцільного тексту, без структурного поділу на розділи та підрозділи.

Завершальним складником архітектоніки фейлетону є остання фраза (кінцівка), що містить логічні висновки, підводить читача до певних висновків та узагальнень, які випливають зі сказаного.

До прикладу, у фейлетоні «Коли в голові «лій»...», в якому розкрито кінцівку підсумовує, узагальнює подані факти, дає їм оцінку, логічно закінчуючи розповідь: «Хороша штука «лій». Певна річ, коли він у голові. А як в іншому місці – ні чорта не варт... М'яко тільки сидіти та ширше штани ший...» [6, с. 44]. Отже, завдання кінцівки у розглянутих фейлетонах – підсумувати основні події, викладені в тексті, коротко зрозумувати їх, підвести читачу аудиторію до логічних висновків та роздумів.

Коментування і роздуми над багатьма темами у розглянутих фейлетонах інколи характеризуються розважальною, несерйозною то-



нальністю, проте в будь-якому випадку надають читачеві можливість формувати оцінні судження, розуміти соціальні та культурні проблеми.

Висновки. Ефективність фейлетону значною мірою залежить від уміння автора поєднати архітектонічні складники в цілісну й завершену систему. Зокрема, варто вказати на вміння знайти влучний і лаконічний заголовок, який допоможе реципієнтові зорієнтуватися в порушуваних проблемах; привернути увагу читача і задати тон усьому творові у зачині; розкрити суть зображуваного явища чи події в основній частині та спонукати читача до осмислення прочитаного в кінці.

Варто зазначити, що саме взаємозв'язок між усіма архітектонічними складниками фейлетону забезпечує цілісність твору та є дієвим чинником посилення емоційного впливу на читача. Зображально-виражальні засоби, розташування основних архітектонічних елементів, застосування композиційних прийомів окреслюють функціональне призначення та характер фейлетону. Посилення дії тексту досягається вмільм поєднанням елементів композиції та архітектоніки.

1. *Журбина Е. И.* Искусство фельетона / Е. Журбина. – М. : Худож. лит-ра, 1965. – 288 с.
2. *Журбина Е. И.* Теория и практика художественно-публицистических жанров. Очерк. Фельетон / Е. Журбина. – М. : Мысль, 1969. – 397 с.
3. *Тепляшина А. Н.* Сатирические жанры современной публицистики : учебное пособие [Электронный ресурс] / А. Н. Тепляшина. – С.Пб : Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 2000. – 95 с. – URL: <http://nashaucheba.ru/v31354/>.
4. *Дмитровский А. Л.* Виды композиций в журналистском тексте [Электронный ресурс] // Ученые записки Орловского гос. ун-та. Сер. : Гуманитарные и социальные науки. – 2009. – № 1. – С. 189–197. – URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=13217551>.
5. *Шевченко В. Е.* Композиція та архітектоніка друкованого видання [Електронний ресурс] // Вісник Київського національного університету. Серія : Журналистика. – К. : РВЦ «Київський університет», 2000. – С. 70–75. – URL: <http://issuu.com/cnerepnina/docs/art7komp>.
6. *Вишня Остап.* Твори : в 4 т. / редкол. : І. О. Дзевєрін (голова) та ін. – К. : Дніпро, 1988. – Т. 2 : Усмішки, фейлетони, гуморески (1925–1933). – 461 с.
7. *Іванов В. Ф.* Техніка оформлення газети : курс лекцій / Валерій Іванов. – К. : Т-во «Знання» ; КОО, 2000. – 222 с.
8. *Boynnton R. S.* The New New Journalism: Conversations with America's Best Non-fiction Writers on Their Craft / Robert S. Boynnton. – New York : Vintage Books, 2005. – 456 p. – URL: <http://www.newnewjournalism.com/about.htm>.
9. *Свєржафова А. О.* Лід як компресована форма мовлення // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. : Филология. Социальная коммуникация. – 2008. – Т. 21 (60). – № 1. – С. 194–198.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Kolupayeva Olena

Compositional and architectonic peculiarities of the feuilleton (on the basis of «Facing the village» by Ostap Vyshnia)

The compositional and architectonic features of feuilletons by Ostap Vyshnia are highlighted in the article. It is stated that the analysis of compositional and architectonic constituents is necessary for revealing the genre and thematic structure of the feuilleton as well as originality of the speech. The role of compositional and architectonic peculiarities in defining thematic character and emphasizing emotional influence on the reader is outlined.

Keywords: architectonics, composition, feuilleton, first phrase, last phrase, main part, title.

Колупаєва Елена

Особенности композиции и архитектоники фельетона (на материале сборника Остапа Вишни «Лицем до села»)

В статье исследуются композиционные и архитектурные свойства фельетонов Остапа Вишни. Утверждается, что их анализ важен для раскрытия жанровых признаков фельетона, его образно-содержательной структуры, оригинальности речи. Определяется роль композиционных и архитектурных приемов в определении тематической направленности фельетона и повышении интереса читателя.

Ключевые слова: архитектоника, зачин, композиция, основная часть, фельетон.



Ольга Консевич,
аспірантка

УДК 007: 304: 070 (477+438)

Тематика матеріалів про Україну в польських громадсько-політичних тижневиках

У зв'язку з сьогодишньою геополітичною ситуацією виникає потреба наукового осмислення українсько-польських відносин. Закордонні та українські вчені досі не представили комплексного аналізу публікацій на тему України в польських суспільно-політичних тижневиках. У статті описано матеріали суспільно-політичних журналів «Wprost» та «Polityka», що висвітлюють тему України. Особливу увагу було приділено темам та жанрам публікацій. Як з'ясувалося в процесі дослідження, більшість публікацій про Україну ми можемо зарахувати до аналітичної групи жанрів. Також переважала політична тематика. Навіть тема Євро-2012 висвітлювалася більше в політичному контексті. Варто зазначити, що в 2011–2012 рр. на сторінках тижневиків не з'явилося жодної статті про культурне життя в Україні.

Ключові слова: Україна, Польща, ЗМІ, громадсько-політичні тижневики.

Вступ. Сьогодні, коли стало цілком очевидно, що українська політика багатовекторності зазнала краху, Україні треба нарешті наважитися зробити рішучі кроки, спрямовані на посилення євроінтеграції. У зв'язку з цим для нашої країни був би цінний досвід наших найближчих і недалеких сусідів, які стали членами Євросоюзу: Польщі, Словаччини, Угорщини, Румунії, країн Балтії.

З усіх названих держав важливо виокремити Польщу, яка чи не найактивніше виступає за приєднання нашої країни до об'єднаної родини європейських народів. Її навіть називають «адвокатом України» у Старому Світі.

Отже, виникає потреба наукового осмислення зовнішньої політики Республіки Польща стосовно нашої держави, що, зокрема, не може не відобразитися в польських засобах масової інформації. Саме від них залежить формування вірогідного та неспотвореного образу України в уявленні як поляків, так і європейців загалом. Серед усіх польських громадсько-політичних мас-медіа виділяються журнали «Wprost» і «Polityka» як одні з найавторитетніших у країні.

Отож, комплексний аналіз текстового масиву публікацій, присвячених Україні, на сторінках цих друкованих видань є надзвичайно актуальним.

Мета дослідження полягає у з'ясуванні жанрово-тематичних особливостей публікацій про Україну на сторінках тижневиків «Wprost» і «Polityka».



Для досягнення поставленої мети треба виконати такі завдання:
1) охарактеризувати ідейно-сміслові наповнення публікацій на тему України;

2) визначити, які теми та жанри переважають у цих публікаціях.
Хронологічні рамки дослідження – 2011–2012 рр.

Результати й обговорення. Тижневик «Wprost» видає Platforma Mediowa Point Group S.A. Перший номер було випущено 5 грудня 1982 р. Тоді це був регіональний журнал, і лише в 1989 він отримав статус загальнонаціонального. З 2012 р. обов'язки головного редактора виконує Міхал Кобоско. Найдовше тижневиком керував Марек Крол (1989–2006). Потім він узяв на себе роль президента й основного акціонера «Wprost». Тижневик щороку присуджує премію «Людина року» (наприклад, у 2004 р. нагороду отримав екс-президент України Віктор Ющенко), а ще публікує численні рейтинги. Згідно з результатами дослідження компанії Polskie Badania Czytelnictwa за вересень 2013 р. – лютий 2014 р., «Wprost» – другий найпопулярніший суспільно-політичний тижневик у Польщі (перший – «Newsweek Polska»). У «Wprost» в 2011 р. було розміщено п'ять публікацій про Україну, які найчастіше з'являлися в рубриках «Політика» і «Світ».

Приміром, стаття «Niezatapialna Julia» повідомляє про судові засідання у «газовій справі» проти екс-прем'єра Юлії Тимошенко. Текст починається з репортажного опису, який дає можливість читачам уявити ситуацію в Печерському суді Києва. «У невеликій залі суду в Києві стоїть нестерпний сморід. Це піт присутніх у залі дипломатів, журналістів, піт захисників і прокурорів. Однак найбільше спітнів суддя Родіон Кіреєв, який нервово потирає лоба...» [1, с. 61]. Від справ судових автор переходить до аналізу політичної кар'єри Тимошенко, згадуючи початки її бізнесу в Дніпропетровську. Поєднання аналітики з інформаційністю неминує породжує експресивність висловлювань, що є однією з ознак, притаманних текстам цього тижневика. Такі висловлювання формулюються за допомогою тропів, перифразів («Попелюшка», «мільйонерка», «газова принцеса» тощо). Водночас ці лінгвістичні засоби, масово розтиражовані, неминує набувають ознак суспільно-політичних кліше.

Загалом Юлії Тимошенко у 2011 р. було присвячено три матеріали. Ще у двох статтях також розповідалося про судові засідання. Одна з них, «Zemsta po ukraińsku» [2, с. 44], описувала допит свідків, яких викликали до Печерського суду Києва. Стаття знову-таки містить репортажні деталі. Наприклад, починається вона з опису ситуації, коли третього президента України Віктора Ющенко біля суду закидали яйцями прибічники Тимошенко. Потім наводяться основні тези свідків



на процесі. При цьому журналіст осмислює ситуацію та намагається проаналізувати, як вплине ув'язнення Ю. Тимошенко на її майбутню політичну кар'єру.

Ще дві статті було присвячено спортсменові й політику Віталію Кличку. Одна з них – політичної тематики («Cios polityczny» [3, с. 58], а друга – спортивної («Mount Everest «Gyrala» z Żywca» про бій Віталія Кличка проти Томаша Адамека) [4, с. 40].

У 2012 р. кількість статей про Україну зросла – їх налічуємо вже дванадцять. Але кількісне збільшення відбулося за рахунок загострення ситуації навколо «справи Тимошенко» та проведення чемпіонату Європи з футболу, який спільно приймали Україна та Польща.

У № 19 на обкладинку вмістили фото екс-прем'єра Юлії Тимошенко. «Звільнити Юлію» – такий напис можна було прочитати під фото. Головний редактор тижневика Міхал Кобоско написав авторську колонку, в якій закликав владу Польщі до активніших дій у справі Тимошенко. На його думку, Віктор Янукович порушив усі правила, вважає себе безкарним і ризикує, прагнучи ізолювати чільну лідерку опозиції. Кобоско згадав, що під час Помаранчевої революції польські політики виправдали сподівання. «Тимошенко має бути звільнена, а українці восени повинні мати змогу обрати владу в демократичний спосіб», – наголосив головний редактор [5, с. 4].

Професор Адам Д. Ротфельд, колишній міністр закордонних справ, у цьому ж числі газети дав оцінку політичній ситуації в Україні. «Поведінка Януковича викликана страхом та бажанням помститися Тимошенко. Крім цього навіть, якби президент вирішив звільнити колишню пані прем'єра з в'язниці – одразу ж втратив би підтримку свого оточення і схоже на те, що його самого було б звільнено, оскільки це загрожувало б інтересам олігархів. Ще мить, і Янукович переступить Рубікон, а тоді повернення не буде, оскільки ЄС визнає, що Україна перестала бути вірогідним партнером», – сказав шеф польської дипломатії «Wprost» [5, с. 22]. Це інтерв'ю цікаве ще й тим, що пан Ротфельд не просто відповідає на запитання журналіста, а й описує три різні фотознімки. Перше фото було зроблене 26 листопада 2004 р. Ротфельд сидить між Віктором Ющенком і Віктором Януковичем. «Той факт, що два ненависні один одному політики сиділи поруч один з одним, – успіх польської дипломатії. Олександр Квасневський приохотив їх до діалогу», – сказав він [5, с. 23]. Саме в цей день було засідання «круглого столу» за участю Леоніда Кучми, Віктора Ющенка, Віктора Януковича, Александра Квасневського, Валдаса Адамкуса, Бориса Гризлова і Хав'єра Солани. Закордонні політики намагалися примирити політиків і вмовити їх погодитися на перевибори.



Не зраджують обраному стилю викладу матеріалів, який, безперечно, є виявом впроваджуваної інформаційної політики видання, й колумністи тижневика. Ось, наприклад, як журналіст Павел Решка у своїй авторській колонці, в публікації «Tango z satrapą», виявляє свою громадянську позицію, оцінюючи візит до України президента Польщі Броніслава Коморовського. Публіцист і в тексті, і в промовистому заголовку розцінює цей політичний крок як підтримку тодішнього президента Віктора Януковича: «Звісно, вибори відбувалися, влада переходила з рук у руки (Янукович через півтора роки був змушений поступитися урядом), але країна все ж невпинно віддалялася від досягнутого: гнили політичні звичаї, публічне життя обліпили олігархи. Діти президентів і міністрів їздять у лімузинах класу люкс. Народні депутати демонструють схильність до постійного мордобою. У Польщі ми називали це дитячою хворобою демократії. Нам хотілось якомога швидше зарахувати українську еліту до демократів – так, ніби до демократів когось можна записати силоміць» [6, с. 62].

Однак найбільшого розголосу набув скандал із польськими ведучими розважальної програми на радіо Eska Rock Кубою Воевудським та Міхалом Фігурським. Нагадаємо, що після завершення матчу збірних України та Швеції на Євро-2012 обидва радіоведучі вирішили у прямому ефірі пожартувати з українок, які працюють у Польщі. Журналісти заявили, зокрема, що проженуть своїх домогосподарок-українок з роботи, а перед цим заберуть у них гроші та з'валтують. Звичайно, тижневик «Wprost» не обмежився коментарем скандальних заяв, нечуваних для європейців, котрі сповідують загальнолюдські цінності. Дуже грамотно та оперативно до цієї публікації було підверстано думку однієї з активісток руху Femen. Євгенія Кайзман із притаманною дівчатам цього руху рішучістю заявила, що польських радіоведучих треба ув'язнити. Однак вона сама та її «побратимки» з цього приводу жодних акцій не влаштували. Їхні виправдання лунали на рівні самозвинувачення: «Рух Femen був зайнятий іншим. Майже кожного дня ми влаштували акції проти Євро-2012» [7, с. 21].

Незважаючи на важливість події, єдиним повноцінним матеріалом, який цілковито стосувався України та Євро-2012, була стаття «Potiomkinowskie Euro» («Потьомкінське Євро»). Відомо, що вислів «потьомкінські села» – синонім показухи. «Побудувати аеропорти і посадити квіти – дав розпорядження Президент Янукович. Справді, аеропорти світяться, квіти розпускаються – просто все це за часів задоволеної бідності» [8, с. 90], – пише автор матеріалу Малгожата Ноцун. Стаття доволі критична. Основне питання, яке ставить



автор: «Кому будуть потрібні всі ці стадіони та аеропорти після Євро-2012?» У цьому самому номері був представлений спеціальний додаток «Чемпіонат Європи з футболу Польща–Україна».

Тижневик «Polityka» є одним із найвпливовішим у сегменті опінієтворчих тижневиків у Польщі. Журнал було створено в 1957 р. на хвилі «відлиги», після першого осуду сталінізму комуністичним діячем Стефаном Жулкевським, у 1958–1982 рр. його очолював Мечислав Раковський – поміркований інакодумець у середовищі вищої комуністичної влади, який створив стиль журналу, запросив багатьох талановитих журналістів, у тому числі одного з найвидатніших репортерів ХХ ст. Ричарда Капусцінського, сприяв лібералізації режиму та проникненню елементів вільної ринкової економіки в 70-х рр. 1989 р. тижневик перейшов у власність трудового колективу, наразі він є кооперативом журналістів і редакторів. Тепер його очолює Єжи Бачинський. Згідно з результатами дослідження компанії Polskie Badania Czytelnictwa за вересень 2013 р. – лютий 2014 р., журнал посідає третє місце серед суспільно-політичних тижневиків (перше – «Newsweek Polska», друге – «Wprost»).

У 2011 р. було опубліковано чотирнадцять статей про Україну. Але на відміну від журналу «Wprost», який віддає перевагу політиці, тематика тижневика «Polityka» значно різноманітніша. Наприклад, у спеціальному випуску «Polityka Historia» було опубліковано статтю «Wisła po Wołaniu» про операцію «Вісла» і українсько-польські відносини [9, с. 76]. Автор статті – журналіст, історик та викладач Варшавського університету Веслав Владика. Він є постійним дописувачем матеріалів історичної тематики для тижневика.

У виданні можна також було прочитати статтю «Powrót Piechoty» з коментарем голови Польсько-української господарчої палати Яцеком Пехотою про польсько-українські економічні відносини [10, с. 6]. Яцек Пехота – колишній міністр економіки та багаторічний посол до Сейму Польщі, тим-то його думка є дуже авторитетною.

Глибоким був аналіз проблеми українців-заробітчан у Польщі в матеріалі «Jewgora». Автор поговорив з кількома роботодавцями, а експерт Наталя Ківшук, яка працевлаштовує українців у Польщі, розповіла про основні помилки заробітчан. У статті описується історія дівчат, яким пообіцяли золоті гори і гарну можливість працювати медсестрами у Польщі. «Але влаштуватися українській медсестрі практично неможливо. Ви повинні знати мову, нострифікувати диплом, скласти іспит, – пояснює вона. – Медсестри провели перші два дні на автобусній станції. Врешті-решт їм довелося працювати на плантації малини, а не в лікарні» [11, с. 32].



Політична тематика також посідає в цьому тижневику чільне місце (8 статей із 14). Найпопулярніші теми: Кличко-політик, арешт Тимошенко, політичний аспект Євро-2012.

У 2012 р. «Polityka» присвятила Україні десять матеріалів. У дописі під заголовком «Język, ktyry dzieli» колумністка Агнешка Вільчак оцінює Закон України «Про засади державної мовної політики» (відомий як «Закон про мови»): «На практиці регіони, де переважають російськомовні, розташовані на Південь і на Схід від країни, і вони завжди були двомовними. Там всі розуміють українську. Можна питати російською та почути у відповідь українську і навпаки. Це не турбувало нікого, поки не втрутилася політика» [12, с. 8]. Польські журналісти доволі об'єктивно оцінюють ситуацію в Україні та, висловлюючи власну думку, спираються на реальні факти.

Цікаво, що навіть тема Євро-2012 висвітлювалася більше в політичному контексті. Статті суто спортивної тематики на тему чемпіонату Європи з футболу стосувалися польської збірної та ситуації на польських стадіонах. Наприклад, у статті «Dumka na cztery stadiony» [13, с. 100] не просто розповідалося про українські стадіони, які приймали Євро. Автор акцентував увагу на тому, що футбол має об'єднати Схід і Захід України, жителі якого культурно і ментально відрізняються.

У матеріалі «Tysiacletni mecz» журналіст Адам Кжемінський описує основні історичні події, які вплинули на Україну та Польщу. На його думку, Євро-2012, безперечно, позитивно позначиться на відносинах між країнами. Але обидві держави перебувають тепер у різних умовах. «Сьогодні Україна більша, ніж Польща і має на кілька мільйонів більше жителів. Але Польща знайшла своє місце в Європі і перебуває в доволі хорошій економічній і політичній формі, тимчасом як Україна досі не знайшла свого азимута» [14, с. 56], – пише він.

Була в журналі і ще одна стаття Адама Кжемінського – «Zapłtani w warkosz», де він намагається проаналізувати ситуацію в країнах, де можна говорити про авторитарний режим та описати реакцію європейських лідерів. Автор відзначає протистояння між президентом Польщі Броніславом Коморовським і Федеральним президентом Німеччини Йоахімом Гауком. Коморовський виступав за діалог з Віктором Януковичем, а Гаук відмовився від участі в Ялтинській зустрічі президентів країн Центральної і Східної Європи. «Як боротися з такими країнами, як Україна Януковича і Білорусь Лукашенка? Використовувати сувору мораль чи політичний прагматизм?» [15, с. 28] – такі питання ставить журналіст.

Напередодні парламентських виборів 2012 р. журналістка Агнешка Вільчак приїхала до Києва робити репортаж. У статті «Ciosy w rowi-



etrze» вона не просто описала політичну атмосферу, а й звернула увагу на життя міста після проведення чемпіонату Європи з футболу. «У центрі Києва «царюють» суші. Ви можете з'їсти їх на кожному розі, ніби це національна українська страва. Місто змінилося в кращий бік після Євро-2012. Очищені та оновлені фасади будинків, усюди ресторани і кафе. Побільшало зон безкоштовного інтернету. Але все це за рахунок ліквідації «гастрономів» – знакових продуктових магазинів, де ви могли б зробити всі покупки, перекусити і випити горілки. Сьогодні це не подобається літнім людям, адже вони не можуть собі дозволити часто відвідувати суші-бари. У нових дорогих магазинів та ресторанів уже є своя клієнтура – здебільшого вона модно вбрана і на високих підборах», – пише журналістка. Та поляків цікавить не тільки ситуація в центрі. «Чим далі від Хрещатика, тим гірше. Наприклад, Святошин, район недалеко від центру Києва. Інша планета – сірі блоки старих фасадів, смердючі сходи, великий базар біля метро, багато втомлених облич. Тут нічого не змінилося» [16, с. 54], – констатує пані Вільчак. Далі журналістка говорить з кількома українськими кандидатами в депутати і просить їх пояснити, як вони збираються змінити життя українців на краще.

Висновки. Таким чином, в обох громадсько-політичних тижневиках у визначених хронологічних рамках переважала політична тематика. До неї наближалася спортивна тематика, пов'язана переважно з футбольним Євро-2012 і періодичними боями братів Кличків. На третьому місці – історична тематика, продиктована складними в минулому відносинами двох сусідніх країн.

Варто зазначити, що в 2011–2012 рр. на сторінках тижневиків не з'явилося жодної публікації про культурне життя в Україні. Мало уваги приділялося українському суспільству та процесам, що в ньому відбуваються.

Щодо жанрових уподобань польських журналістів обох видань, то вище було сказано про своєрідне поєднання аналітики та інформування. Це не відповідає класичним уявленням вітчизняних журналістикознавців і практичним навичкам українських редакційних працівників. Однак водночас цілком відповідає французькій школі журналістики, яка виокремлює лише дві групи жанрів – інформаційні та публіцистичні [17], і до якої, вочевидь, тяжіє польська школа журналістики. Отже, переважно можна вести мову про різновиди статей із вкрапленими до них елементами інформаційних жанрів або про інформаційні жанри (приміром, інтерв'ю) зі значними елементами аналітики (оцінка, аналіз, коментар, прогноз).



Жанри матеріалів про Україну і теми, які вирішили розкрити журналісти, зумовлені тим, що ми маємо справу з суспільно-політичними виданнями. «Wprost» і «Polityka» розраховані на широке коло читачів. У 2011–2012 рр. увагу суспільства було прикуто саме до політичних подій в Україні.

Поляки особливо гостро реагують на ті події, які можуть змінити ставлення до країни на зовнішньополітичному рівні. Їх також дуже цікавить думка ЄС про події в Україні. Публікації про Україну в тижневиках «Wprost» і «Polityka» творять міжнародний імідж нашої країни. Цілком очевидно, що працівники відділів міжнародного життя українських ЗМІ повинні частіше публікувати матеріали про наших найближчих сусідів-членів ЄС, про їхній позитивний досвід, що не залишиться непоміченим і викличе у відповідь низку публікацій про нашу країну, про її кроки з послідовної демократизації суспільства, які свідчили б про євроінтеграційні прагнення України у своїй зовнішній політиці.

1. *Mielnik J.* Niezatapialna Julia // Wprost. – 2011. – № 27. – S. 61–64.
2. *Starożycka M.* Zemsta po ukraińsku // Wprost. – 2011. – № 34. – S. 44–47.
3. *Starożycka M.* Cios polityczny // Wprost. – 2011. – № 35. – S. 58–60.
4. *Pol M.* Mount Everest «Gyrala» z Żywca // Wprost. – 2011. – № 36. – S. 40.
5. *Kobosko M.* Politycy, wróćcie na Majdan // Wprost. – 2012. – № 19. – S. 4.
6. *Reszka P.* Tango z satrapą // Wprost. – 2012. – № 38. – S. 62–66.
7. *Sała I.* Femen nie miał czasu // Wprost. – 2012. – № 28. – S. 21.
8. *Nocuń M.* Potiomkinowskie Euro // Wprost. – 2012. – № 23. – S. 90.
9. *Władyka W.* Wisła po Wołyniu // Polityka. – 2011. – № 12. – S. 76–77.
10. *Powryt Piechoty* // Polityka. – 2011. – № 31. – S. 6.
11. *Ćwieluch J.* Jewropa // Polityka. – 2011. – № 43. – S. 32–34.
12. *Wilczak J.* Język, który dzieli // Polityka. – 2012. – № 28. – S. 8.
13. *Wilczak J.* Dumka na cztery stadiony // Polityka. – 2012. – № 25. – S. 100–105.
14. *Krzemiński A.* Tysiącletni mecz // Polityka. – 2012. – № 26. – S. 56–59.
15. *Krzemiński A.* Zaplątani w warkocz // Polityka. – 2012. – № 21. – S. 28–31.
16. *Wilczak J.* Ciosy w powietrze // Polityka. – 2012. – № 43. – S. 54–56.
17. *Гід журналіста* / Центр підготовки й вдосконалення журналістів [Париж] : зб. навч. матер. ; упоряд. А. Лазарева. – К. : ІМІ, 1999. – 96 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Konsewych Olha

Themes of materials about Ukraine in the polish newsmagazines

Resulting from the current geopolitical situation there is a need of explanation and scientific understanding of the Ukrainian-Polish relations. Up to now the foreign and Ukrainian scientists have not yet proposed the comprehensive view of the Ukrainian theme in Polish newsmagazines. The article describes the materials of newsmagazines «Wprost» and «Polityka» devoted to Ukraine. The particular attention was given to



the topics and genres of publications. Most publications about Ukraine can be referred to analytical group of genres. Also the political issues dominated. Even the theme of Euro 2012 was highlighted more in the political context. It is worth noting that in 2011–2012 there were no article about cultural life of Ukraine.

Keywords: Ukraine, Poland, media, newsmagazines.

Консевич Ольга

Тематика матеріалів об Україні в польських общественно-політичних еженедельниках

В связи с сегодняшней геополитической ситуацией возникает потребность научного осмысления украино-польских отношений. Зарубежные и украинские ученые до сих пор не представили комплексного анализа публикаций на тему Украины в польских общественно-политических еженедельниках. В статье описываются материалы общественно-политических журналов «Wprost» и «Polityka», затрагивающие тему Украины. Особое внимание уделено темам и жанрам публикаций. Как выяснилось в ходе исследования, большинство публикаций об Украине можно отнести к аналитической группе жанров. Также преобладала политическая тематика. Даже тема Евро–2012 освещалась больше в политическом контексте. Стоит отметить, что в 2011–2012 гг. на страницах еженедельников не появилось ни одной статьи о культурной жизни в Украине.

Ключевые слова: Украина, Польша, СМИ, общественно-политические еженедельники.

Марія Павлюх,

аспірантка

УДК 007: 304: 070

Жанрові та стильові особливості жіночого видання «Мета»

Досліджена історія виходу жіночого часопису «Мета» 1908 р. Виокремлено головні жанри журналу. Простежено процес розвитку жіночої преси, зокрема жіночого часопису «Мета», який був органом жіночої організації – українських поступових жінок. Вивчено історичні умови, в яких видавалася жіноча преса та відбувався розвиток жіночих організацій. Згруповано головні тематичні відділи в частини і подана їх характеристика. Встановлено, що журнал був органом часопису opinii активного жіноцтва та пропагував національні традиції. Вивчено кілька номерів журналу та подано ґрунтовну характеристику організації роботи редакції. Проаналізовано головні статті видання та вивчено стилістичні особливості жіночого часопису «Мета». Вивчені головна програма і завдання, які ставили перед собою редактори. Встановлено, що журнал «Мета» мав яскраво виражену феміністичну програму і боровся за жіночі права.

Ключові слова: жіноча періодика, емансипація, жіночий рух.

Вступ. Серед жіночої преси Галичини на особливу увагу заслуговує часопис «Мета», який почав виходити 1908 р. Дослідження головних жанрів цього часопису дає змогу простежити розвиток жіночої преси в Галичині з 1853 до 1939 рр. Визначальні жанрові особливості та стилістика видання важливі для всієї преси в Галичині початку ХХ ст. Розгляд теми дуже важливий для досліджень з історії визвольного руху, історії жіночого руху та розвитку українськомовної жіночої преси загалом, а також для порівняння українськомовної жіночої преси з польськомовною жіночою пресою на Галичині (українська територія). Аналіз української жіночої преси актуальний для досліджень з масової комунікації сьогодні, зокрема для історичного процесу розвитку преси: головних жанрів, тематики, організації роботи редакції, тому що саме ця категорія преси малодосліджена та потребує ретельного вивчення.

Мета наукової статті – простежити процес розвитку жіночої преси, зокрема жіночого часопису «Мета», який був органом жіночої організації – українських поступових жінок. Мета передбачає такі завдання: 1) вивчити історичні умови, в яких видавалася жіноча преса та відбувався розвиток жіночих організацій; 2) дослідити головні жанри видання; 3) згрупувати головні жанри та тематики журналу в типи і дати їм характеристику; 4) дослідити популярні теми, які порушував часопис «Мета».

© Павлюх М., 2014



Постановка проблеми та її практичне значення. Головна проблема нашої наукової статті – відзначити зміни в організації видання протягом виходу у Львові. Практичним набутком розвідки є виокремлення кількох важливих жанрів та статей журналу.

Про часопис «Мета» маємо небагато досліджень. Це пояснюється тим, що деякі дослідники не відокремлюють жіночий рух від загально-визвольного руху, а також не виділяють жіночу пресу в окрему групу. Про журнал «Мета» знаходимо дані в праці «Українські періодичні видання для жінок в Галичині (1853–1939): Анотований каталог», який підготувала В. Передирій, а також у статті цієї авторки «Галицька періодика для жінок: становлення, розвиток, проблематика (1853–1939)» [1; 2]. Відомості про засновника і видавця журналу «Мета» довідуємося із праці С. Костя «Нариси з історії західноукраїнської преси першої половини ХХ століття» [3], в якій дослідник не відокремлює жіночу пресу від західноукраїнської. У спільній монографії «Жіноча доля на тлі доби: Літопис жіночого руху у світлі українських видань» В. Передирій, Н. Сидоренко, Т. Старченко зараховують журнал «Мета» до жіночої преси як до окремої групи [4]. В історико-політичному нарисі «Українська журналістика на західноукраїнських землях: державотворча функція, тематичні аспекти (1848–1919)» В. Гутковський, І. Крупський, О. Олексин називають «Мету» патріотичним виданням, навколо якого згуртувались активні жінки [5].

Методи дослідження. У статті використано комплекс загальних і спеціальних методів: метод концептуального аналізу у визначенні базових характеристик жанрів «Мети», компаративний аналіз (порівняльна характеристика головної тематики журналу та основної тематики всієї жіночої преси); функціональний аналіз (щоб розкрити функції жіночої преси, зокрема видання «Мета»). Застосовано наукові прийоми типології і класифікації.

Результати й обговорення. Під час дослідження номерів журналу «Мета» було встановлено, що часопис був органом жіночої організації, порушував на своїх шпальтах важливі суспільно-політичні проблеми, а також заснував головні структурні відділи редакції, які пізніше було організовано в інших жіночих виданнях.

1908 р. почав виходити часопис для жінок «Мета». Це був орган українських поступових жінок [6]. Часопис пропагував активний спосіб життя жінки в суспільстві: «За ініціативою «Кружка» 1 березня 1908 року почав виходити журнал «Мета» – орган поступових жінок. Видавала і відповідальна за редакцію була Д. Старосольська (Шухевич). Журнал прагнув залучити жіноцтво до активної громадської

праці, щоб «жінка могла і сміла забрати голос в усіх загально-людських справах». Видання висвітлювало діяльність жіночих товариств і організацій не лише в Галичині, а й за кордоном [3, с. 171].

Після поразки національно-визвольних змагань почався новий етап розвитку жіночого руху та його преси, в якому галичанки брали активну участь. Вони не пов'язували жіночий рух із соціалізмом. Тому з'являється нове розуміння жіночого питання, зникають поверхові гасла жіночого руху. «Мета» відходить від застарілого розуміння ролі жінки в суспільстві до практичного, більш дієвого. З'являється нове усвідомлення жіночої ролі у суспільстві: жінка не повинна стояти осторонь суспільного життя, вона повинна активно боротися за свої політичні та громадські права.

Часопис був розрахований у першу чергу на провідниць громадських жіночих організацій та міську інтелігенцію. У програмній статті часопису «Мета» йшлося про те, що видання сприятиме залученню жіноцтва до активної громадської праці. Редакція пропагувала ідеї емансипації, шлях рівноправності жінки вона бачила у підвищенні культурного, духовного розвитку. Цей журнал вперше в Галичині став жіночим виданням з яскраво вираженою феміністичною програмою. На його сторінках широко висвітлювалася культурно-просвітницька й організаційна робота громадських жіночих організацій, друкувалися балади, кореспонденції, замітки. У часопису був оглядовий відділ «З історії руху українського жіноцтва в Галичині», вміщений, зокрема, і в першому числі видання, в якому було викладено коротко історію жіночого руху і подано розповідь про визначних його діячок.

На шпальтах видання неодноразово порушується питання жіночої емансипації в Галичині. Наприклад, про це йдеться у програмній статті видання «Ідеї емансипації жінки» [7], надрукованій у другому числі видання. Авторка за криптонімом «Д.С» розглядає природне покликання жінки до подружнього життя. Водночас вона порушує іншу важливу проблему – безглуздість законів про материнство, згідно з якими мати не може належно виховати своєї дитини, а відповідальність лягає на жінку тільки за недогляд малечі. Окрім того, у суспільстві засуджувалися нешлюбні діти, які не мали таких самих прав, як інші діти. Вони вважалися байстрюками і не могли претендувати на гідне місце у суспільстві. А відповідальність знов-таки покладалася тільки на жінку.

Ці публікації відтворювали повну картину важкої жіночої долі на західноукраїнських землях. Публікувалися замітки про українську громадську жіночу організацію на Буковині, кореспонденції про віча,



які скликав польський «Комітет урівноправлення жінок», про відзначення 25-річного ювілею товариства «Вісник дам» у Львові. Важливий відділ «Мети» – «З жіночого руху» [7], в якому редакція друкувала інформацію про роботу жіночих гуртків у селах та містах Галичини, ознайомлювала своїх читачок з діяльністю жіночих організацій у світі. Висвітлювалися важливі події з життя закордонних організацій, обговорення громадянських прав жінки на Конгресі жінок у Парижі, засіданні Жіночої кооперативної гільдії в Англії. Публікувалися на шпальтах «Мети» статті Клари Цеткін, її доповідь, виголошена на міжнародній конференції «Жіноче питання та соціалізм», в яких сформульовані теоретичні засади розвитку жіночого руху у світі. В. Цеплер у статті «Завід і жіноча душа» простежив вплив професійної праці на духовний розвиток жінки.

Темі емансипації, несправедливого ставлення до жінки присвячено чимало статей «Мети». На шпальтах видання використовувалися різні журналістські жанри: траплялися замітки, огляди, статті. Усі публікації «Мети» об'єднують в кілька частин: 1) літературну; 2) публіцистичну; 3) оглядову; 4) нарисову; 5) інформаційну; 6) рекламу й оголошення.

До першої частини зараховуємо всі літературні твори, надруковані у «Меті». Літературна частина традиційна для часописів західноукраїнської періодики, посідає доволі вагоме місце у «Меті». На шпальтах часопису друкуються поезії Уляни Кравченко, Христі Алчевської та інших молодих авторів. Наприклад, у другому числі видання опубліковано кілька поезій Уляни Кравченко та її роздуми про жіночий рух за назвами «Сонет», «З руху галицьких жінок», а в іншому номері надрукований вірш Христі Алчевської «До сестер», в якому вона звертається до жінок, щоб проснулись і почали активно боротися.

Редакція часто друкувала ті поезії, які були присвячені долі жінки в Галичині, чи ті, які підтримували жінку у її важкій повсякденній праці. Поезія Х. Алчевської звернена до сестер-українок, яких називає «незнаними тихими похилими квітами», що страждають у думках і постійно сумують, плачучи. Літературних творів на сторінках часопису чимало: оповідань, поезій, які закликають бути не байдужими до долі жінки. Редакція віддавала перевагу друку малих літературних форм, тому повістей та романів на шпальтах часопису немає. У «Меті» великі літературні твори друкувалися рідко.

До другої, публіцистичної, частини зараховуємо ледь не всі публікації з історії жіночого руху, в яких розповідається про закордонний досвід, а також так звані передові статті, чи програмно-ідейні, де ідея емансипації була головною, порушувалися конкретні жіночі про-

блеми, обговорювалися різні жіночі питання. Публіцистична частина вмещувала дописи жінок із різних куточків України. Наприклад, однією із програмних статей про ідеологію жіночого руху була публікація «Ідеї емансипації жінки», присвячена економічному поступу: «Жінки згори призначені і виховані для подружнього життя, мусіли поза тим життєвим досвідом забезпечувати свого основаня, і так бачимо, що економічні згляди рішили про судьбу жінки, про її суспільне становисько, а тим самим причинили опрокинення із морального сну» [7, с. 1]. Автор статті бажала залишитися невідомою, підписавшись криптонімом, і можна тільки здогадуватися, що нею є Дарія Старосольська, яка редагувала журнал.

Інша стаття «Жіноцтво на Буковині» невідомого автора у другому числі часопису розповідає про жіночий рух на Буковині. Стиль викладу – публіцистичний. У статті гостро порушується інша проблема – проблема активної діяльності жінки в жіночих організаціях. Авторка з боєм згадує про суспільні стереотипи, які панують у суспільстві. У статті постає образ жінки – «газдиня дому» (зневажливо! курсив мій. – М. П.). Публікації властива підвищена емоційність, виражена у скептичному ставленні суспільства до жінки. Уперше відбувається переосмислення жіночої суспільної ролі. Жінка – не тільки мати чи господиня дому, а насамперед жінка, що потребує духовного вдосконалення: «Недавні ще часи, як у нас ніхто і не мріяв про якусь організацію жінок, газдиня дома тай тільки, а й ті, що покидати батьківську стріху, щоби пошук хіба яко учительне ж виход поза сферу тісного світогляду винесеного з дому, що свідчити, збори віча, се справа, котрі ні раз не повинні займати уми жінок. Жінка поза своїми домашніми заняттям потребує духовного корму ніхто про се не журивсь» [7, с. 4].

Стаття «кричить» про духовну потребу жінки у розвитку, освіті чи самоосвіті. Суспільство ще не готове до революційних зрушень – головна ідея публікації. Про працю жіноцтва довідуємося з невеликої публіцистичної замітки «Праця жінок», надрукованої у п'ятому числі часопису. Редакція після короткої інформації подає промови відомих жінок, що виступали на Віденському конгресі. Особливо відзначалося, що були присутні молоді дівчата віком 14 років як зміна жіночого покоління. З короткої публікації не просто довідуємося, що відбувся конгрес, а й дізнаємося про захоплення редакцією цією подією, підтримку часопису німецьким жіноцтвом.

Велику увагу двотижневик приділяв питанню освіти. На його сторінках було опубліковано кореспонденцію К. Лозенкової про стан середньої та вищої освіти на українських землях Росії, замітку про



обговорення учасниками Всеслов'янського з'їзду прогресивної академії молоді, що відбувся у Празі, циркуляри російського міністра про заборону жінкам навчатись у вищій школі. Створення дитячих закладів («захоронок»), що могли б протидіяти польським жіночим монастирям у їхньому намаганні поширити свій вплив на українських дітей, – головна проблема кореспонденції «До організаційної роботи».

Третя оглядова група матеріалів складається з невеликих публікацій (заміток), у яких наявна інформація про закордонні новини, тобто про жінок світу та їхній жіночий рух. Оглядові публікації – короткі за обсягом пресові матеріали, що друкувалися у рубриці «Заграничний огляд». Прикладом оглядового тексту є невелика публікація у другому числі часопису «Заграничний огляд: Швеція, Норвегія» Ч. Кароліни, який був підписаний тільки ім'ям та скороченням прізвища авторки. Закордонний огляд публікувався майже у кожному числі видання. Це невеликі за обсягом публікації, в яких здійснювався огляд головних новин із-за кордону. Редакція повідомляла своїм читачкам про новини з-за океану для піднесення жіночого духу, а також для аналізу світового досвіду у жіночому питанні. Оглядовий блок можна вважати прототипом сучасного жанру огляду закордонної преси.

Інформаційна група матеріалів є найбільш поширеною у виданні. Це короткі інформаційні публікації про політичне, культурне чи літературне життя Галичини, різні святкові заходи. Матеріали мають загальний характер, хоча редакція повідомляє про конкретні події. Важливих подій у кожному числі згадувалося кілька. Поширеними серед інформаційних матеріалів були короткі публікації на політичну тематику. Це була важлива проблема для жінок, які на той час ще не мали виборчого права. Статті про політичні права жінок посідають важливе місце серед усіх матеріалів часопису. Наприклад, автор короткої інформаційної замітки «Шевченкові обходи» не просто повідомляє про подію, а й дає їй якісну оцінку: «Львівська громада обходила цього року торжество пам'ять смерти нашого генія. Всі товариства, читальні та шкільна молодь урядили концерти, щоб спом'янути його піснею...» [6, с. 4].

Матеріали політичного характеру друкувалися ледь не в кожному номері часопису. У «Меті» було гостро порушено проблему «жінка і політика», питання участі жінки у політичному житті. У статті «В полі виборчої боротьби» Анни П. висвітлюється проблема виборчого права для жінок як важлива у Галичині. Жінки активно включилися в боротьбу за свої політичні права. Велика кількість інформаційних заміток на політичну тематику свідчить про перехід жіночого руху

на політичний рівень. У тому ж таки числі на наступній сторінці надрукована інформаційна замітка політичного характеру «Ще в справі послідних виборів» Кароліни Ч., в якій порушується проблема жіночої участі у виборчій кампанії.

Часопис висвітлював на належному рівні резонанс у Галичині справу М. Січинського – українського студента, який здійснив замах на намісника Галичини графа Потоцького. Про Січинського подано статтю «За людську кривду». Такий жвавий інтерес видання до цієї справи можна пояснити тим, що самі читачі просто були зацікавлені нею, вимагали від редакції якомога більше інформації. Про перебіг слідства публікувала свої нариси К. Малицька, було надруковано низку інших статей про цей терористичний акт. Гнівні звинувачення на адресу кривавого царського режиму звучать у маніфесті Л. Толстого «Не можу мовчати», в якому висловлене обурення немилосердною владою.

Інший характер мали інформаційні публікації, що друкувалися у редакційній рубриці «Всячина від редакції» [8] у кожному числі часопису. У цій рубриці знаходимо відкрите листування редакції зі своїми авторами, які надсилали до редакції твори, наприклад, «Всячина, переписка з редакцією Уляни Кравченко». У цьому номері подано невелику замітку про книги «Відозва в справі книжок – уложення Просвітнього Кружка», в якій повідомлялося про роботу організації «Просвітній Кружок». Замітка коротка, проте редакція висловлює своє захоплення цією подією. Це була перша спроба редакторів подати бібліографічний відділ, характерний для багатьох жіночих часописів.

Ще одним популярним жанром, властивим усій жіночій пресі Галичини на різних етапах її розвитку, є нарис про відомих жінок. Зважаючи на склад аудиторії, автори передбачали зацікавлення аудиторії життям знаменитих жінок. До такого популярного жанру авторки вдавалися задля поширення ідей жіночого руху, щоб на прикладі біографій відомих подвижниць закликати жінку до боротьби, до свого інтелектуального, духовного і морального розвитку. На особливу увагу заслуговує нарис, надрукований у п'ятому числі видання «Нариси про Кобилянську». У публікації наголошується на тому факті, що відома письменниця за походженням не українка, проте вона є щирою патріоткою, подаючи добрий приклад українському жіноцтву.

Іншу частину матеріалів «Меті» становлять реклама та оголошення. Вони розташовувалися наприкінці кожного номера. Графічно реклама обводилася рамкою-прямокутником, де вміщувався текст. Реклама і оголошення у другому числі оформлені ще примітивно, на-



приклад: «Кущак і Зубік у Львові, вул. Галицька. Поручають на біжучий сезон найновіші вовняні і шовкові матерії на блюзки і сукні, перконі, полотенця, полотна, шифони і столову білизну» [7]. Інколи в рекламах і оголошеннях подавалися ціна й адреса рекламодавця.

Висновки. Отже, розглянувши жанрові особливості жіночих матеріалів «Мети» (вибіркові числа), робимо висновок, що публікації часопису нагадують сучасний журналістський доробок поважного видання, в якому добре представлені публіцистика та літературна частина. Серед популярних жанрів, що їх було використано авторами «Мети», такі: нарис, публіцистична стаття, інформаційна замітка, огляд і рекламне повідомлення. В аспекті жанрових особливостей цього часопису важливо виокремити розвиток реклами та оголошень як довідково-інформаційних жанрів, що будуть наявні у всіх жіночих виданнях до 1939 р.

Тематика часопису багатогранна: від політичних статей до історичних розвідок; від проблемних статей до патріотичних заміток; від статей про духовну потребу жінки в реалізації до матеріалів про боротьбу жінки за свої права та активну громадянську позицію. Тематично-жанрове наповнення часопису поділяється на такі важливі частини: літературна (вірші, проза, творчий доробок дописувачів та читачів), публіцистична (передові, програмні, проблемні статті з жіночого питання), інформаційна (короткі публікації про громадські свята та акції), оглядова (кореспонденції про закордонний досвід подібних жіночих товариств та жіночих видань), довідкова (реклама та оголошення). У журналі засновуються такі важливі відділи: кореспонденція з читачами, міжнародний відділ (досвід світового жіноцтва), порадицький відділ (довідкові матеріали, з яких можна було дізнатися багато корисного чи поставити запитання до редакції, щоб отримати відповідь). Велике значення мають передові статті як головний жанр усєї жіночої періодики, а також програмні та проблемні статті. Часопис порушував проблему жіночої освіти, жіночих політичних прав, духовних потреб жінки, жіночої активності.

Журнал «Мета» мав свої стилістичні особливості, адже на його шпальтах статті друкувалися тими говірками, які в цей час переважали серед населення. Характерним є, зокрема, використання букви «і», закінчення «іі», заміни літери «i» на «і» як закінчення (наприклад, *Буковині, млодіж*), вживання багатьох польських слів, а також непрямих зворотів «урядили концерти» (влаштували, організували концерти), «спомнути словом» (згадати словом).

«Поява «Мети» пожвавила діяльність громадського жіночого життя, стала ініціатором скликання у грудні 1908 року у Львові з'їзду

українського жіноцтва. З'їзд закрив тижневик з тією метою, щоб розпочати видання нового часопису на значно вищому рівні. Час видання «Мети» можна вважати періодом становлення української жіночої преси в Галичині» [4, с. 48].

Подяки. Хочу висловити подяку Варшавському інституту польської історії, а також дослідниці Катаржині Дормус; дослідницям Валентині Передирій, Надії Сидоренко, праці яких стали в пригоді під час написання цієї наукової статті.

1. *Українські періодичні видання для жінок в Галичині (1853–1939)* : [анотований каталог] / укл. В. А. Передирій. – Львів, 1996. – 191 с.

2. *Передирій В.* Галицька періодика для жінок: становлення, розвиток, проблематика (1853–1939) // 36. праць науково-дослідного центру періодики. – Львів, 1995. – Вип. 2. – С. 44–63.

3. *Кость С.* Нариси з історії західноукраїнської преси першої половини ХХ століття / С. А. Кость. – Львів, 2002. – С. 171, 174.

4. *Передирій В.* Жіноча доля на тлі доби: Літопис жіночого руху у світлі українських видань / В. Передирій, Н. Сидоренко, Т. Старченко. – К., 1999. – 120 с.

5. *Гутковський В. В.* Українська журналістика на західноукраїнських землях: державотворча функція, тематичні аспекти (1848 – 1919). Історико-політичний нарис / В. В. Гутковський, І. В. Крупський, О. М. Олексин. – Львів : Вільна Україна, 2001. – 136 с.

6. *Мета.* – Ч. 1. – 1908.

7. *Мета.* – Ч. 2. – 1908.

8. *Мета.* – Ч.5. – 1908.

9. *Григораш Б.* Журналістика в термінах і виразах / Б. Григораш. – Львів, 1974. – 294 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Pavlyukh Mariya

Genre and stylistic features of the women's magazine «Meta»

The history of output of the women's magazine Meta of 1908 is studied. The main genres of magazine are selected. The process of development of the women's press is traced, in particular a women's magazine Meta, which was the body of women's organization – «the Ukrainian progressive women». The historical terms in which the women's press was published and there was development of women's organizations are studied. The main thematic rubrics are grouped in parts and their description is given. It is found out that the magazine was the body of public opinion for active women and it propagated the national traditions. A few numbers of the magazine are studied and the detailed description of organization of work of the magazine staff is given. The main articles of the women's magazine are analyzed and its stylistic features are studied. The main program and tasks of the magazine staff are researched. It is found out that the magazine Meta had the brightly expressed emancipation program and fought for women's rights.

Keywords: women's periodicals, emancipation, feminist movement.



Павлюх Марія

Жанровые и стилевые особенности женского издания «Мета»

Исследована история выхода женского журнала «Мета» 1908 г. Выделены основные жанры журнала. Прослежен процесс развития женской прессы, в частности женского журнала «Мета», который был органом женской организации – украинских поступовых женщин. Изучены исторические условия, в которых издавалась женская пресса и происходило развитие женских организаций. Сгруппированы главные тематические отделы издания в части и подана их характеристика. Установлено, что журнал был органом общественного мнения активных женщин и пропагандировал национальные традиции. Исследованы несколько номеров журнала и подана характеристика организации работы редакции. Проанализированы главные статьи журнала и изучены стилистические особенности женского журнала «Мета». Исследованы главная программа и задания, которые ставили перед собой редакторы. Установлено, что журнал «Мета» имел ярко выраженную феминистическую программу и боролся за женские права.

Ключевые слова: женская периодика, эмансипация, женское движение.



Юлія Товстоліс,

магістрантка

УДК 070.447: 159.954.2

**Дефініція поняття «інтелектуальна преса»
в теорії соціальних комунікацій**

У статті прослідковано етимологію понять «масова», «якісна преса» та синонімічних до них термінів. Проаналізовано доцільність їх застосування у сучасній пресі. Визначено критерії інтелектуальності преси. Вивчено аудиторію двох видань та доведено, що газети «Дзеркало тижня. Україна» та «КоммерсантЪ» представляють інтелектуальну пресу. Результатом дослідження стало введення в науковий обіг поняття «інтелектуальна преса»: інтелектуальна преса – загальнополітичні та спеціалізовані газети й журнали, в яких максимально збалансовано, неупереджено і всебічно висвітлюються події та факти; рівень вищої освіти аудиторії інтелектуальної преси суттєво відрізняється від пересічних показників вищої освіти мешканців регіону розповсюдження. В інтелектуальній пресі переважають аналітичні та публіцистичні жанри. Інтелектуальній пресі властиве стримане оформлення, відсутність сенсаційності та скандальності.

Ключові слова: інтелектуальна преса, якісна преса, масова преса, інтелектуальність, освіта.

Вступ. Традиційно пресу поділяють на якісну (англ. quality press, broadsheet) та «жовту» (таблюдну, бульварну, англ. penny-press, yellow press, tabloid).

«Масова та якісна преса — цей поділ міцно ввійшов в обіг західних теоретиків і практиків журналістики. У нашій системі класифікації він лише приживається. Основа для поділу преси думок (елітарної) та преси новин (популярної) існує в самій практиці редакцій.

Зарубіжні та вітчизняні експерти вважають, що наша журналістика виявилася малопідготовленою до поділу видань на якісні й популярні. В нас за старим, совдепівським принципом існує поділ: «погана» і «гарна» преса» [1].

Проте із трансформацією потреб суспільства деякі визначення втратили свою актуальність. Наприклад, термін «broadsheet», що позначає якісну пресу, найбільший формат газет, що характеризується довгими вертикальними сторінками (традиційно 560 мм).

Отже, *актуальність* роботи полягає в потребі введення в науковий обіг поняття, яке характеризує і класифікує сучасну вітчизняну пресу.

Мета роботи – визначити критерії інтелектуальності преси та запропонувати поняття «інтелектуальна преса» для введення в науковий обіг.



Поставлена мета вимагає виконання таких *завдань*:

- 1) проаналізувати поняттєво-термінологічний апарат із зазначеної теми;
- 2) з'ясувати зв'язок між наявністю вищої освіти аудиторії видання та якістю матеріалів у ньому;
- 3) розробити дефініцію поняття «інтелектуальна преса»;
- 4) сформулювати висновки.

Об'єктом дослідження є типологія преси в теорії соціальних комунікацій. *Предмет* дослідження – критерії визначення інтелектуальності преси.

Формування та дослідження поняттєво-термінологічного апарату в теорії масових комунікацій здійснювали В. Різун, А. Москаленко, О. Тертичний, Б. Потятиник, І. Михайлин, Т. Приступенко, В. Іванов, Т. Трачук та інші.

Результати й обговорення. Першою газетою формату broadsheet 1618 р. була нідерландська «Courante ут Italien, Duytslandt, &c». А термін «tabloid» (укр. таблоїд), що вживається на позначення «жовтої» преси, так само означає формат газети. Сьогодні формат уже не є ознакою якості, наприклад, видання «Financial Times» виходить у форматі А4, хоча належить до якісної преси. Б. Потятиник наводить результати опитування викладачів журналістики США, які допомогли з'ясувати та узагальнити найважливіші характеристики якісних видань:

1. Повнота і всебічність висвітлення закордонного та внутрішнього життя, в тому числі політики, економіки, мистецтва, науки та освіти.
2. Наголос на глибокій інтерпретації подій, створення тла, на якому розгортаються новини.
3. Гідність, характерна для оформлення і стилю.
4. Відсутність істерії та культурний тон.
5. Неупередженість та високоетичний підхід до справи.
6. Зацікавленість загальнолюдськими проблемами.
7. Орієнтація, що виводить часопис за межі сенсаційності та провінціалізму [1].

Після 1830 р., зі зростанням урбанізації, журналісти почали звертати увагу на запити іммігрантів і робітничого класу. З'явилася «центова преса» («penny press»), попередниця «жовтої». Видавничий бізнес почав формуватись як комерційне підприємство. Поява «центових» газет стала помітним соціокультурним феноменом, пов'язаним із процесами зародження масової культури. Першими успішними проектами в руслі «жовтої» тематики стали видання «Нью-Йорк Сан», «Нью-Йорк Геральд» і «Нью-Йорк Трібюн».

Сексуальна тематика, мотиви смерті, висвітлення скандалів, злочинів, насильств уже на той час посіли панівне місце на шпальтах «жовтих газет». Ці нові тенденції втілювали у своїх виданнях Дж. Пулітцер («New York World») та У. Херст («San Francisco Examiner», «New York Journal» тощо). Їхні газети швидко здобули популярність завдяки не лише оперативним повідомленням драматичних фактів, а й створенню «human-interest stories» – газетних матеріалів, які «... більше орієнтовані на пробудження емоцій (співчуття, пафос, гумор, тривога, цікавість), аніж на висвітлення достовірних подій». Пулітцер (а потім і Херст) увів особливий вид сенсаційного репортажу, основним методом якого стало зміщення центру уваги з самого факту на його подання. Це збіглося у часі з розвитком парадигми масової белетристики, зокрема пригодницького й детективного романів, які проголосили цікавість головною жанровою домінантою.

У газетах Пулітцера і Херста з'явилися великі заголовки та кольорові ілюстрації, які свідомо вводили читача в оману. Для легшого сприймання масовою аудиторією інформації видання використовували багато фотознімків, схем і карикатур. Херст вимагав від своїх співробітників подавати всі новини як сенсації, а коли таких бракувало, їх просто придумували.

Термін «жовта преса» виник 1895 р. в США щодо газет «Нью-Йорк Уорлд» і «Нью-Йорк Джорнел», де у 1894–1898 рр. друкувався комікс «Жовта дитина» (англ. «The Yellow Kid»).

Як і газетні малюнки, комікси на той час були чорно-білі, але вбрання головного героя було розмальоване у жовтий колір. Персонаж розважав читачів своїм потішним виглядом, ексцентричними вчинками та комічними розмірковуваннями на різні теми.

Отже, термін «жовта преса» попервах означав періодику, в якій друкувалися комікси з конкретним героєм. Коли у 1896 р. Ервін Уордмен, редактор видання «New York Press», надрукував у своєму журналі статтю, де презирливо називав видання-конкуренти «Нью-Йорк Уорлд» і «Нью-Йорк Джорнел» «жовтої пресою», цей вислів став крилатим.

За іншою версією, «жовта преса» отримала свою назву через колір паперу, на якому друкувалися перші бульварні газети. Оскільки видання призначалися для масового читача, видавці задля заощадження друкували їх на дешевому папері, який швидко жовтів.

Чимало дослідників ведуть відлік історії «жовтої» преси з кінця XIX ст., забуваючи, що і раніше були газети, які сприяли формуванню такої преси («penny press»).

«New York World» і «New York Journal», окрім коміксу, були відомі тим, що повідомляли про злочини, нещасні випадки на пожежах,



інші негативні події, аби зацікавити читачів і, головне, збільшити свій наклад. Газети були учасниками так званих «бульдожих війн» за читача, використовуючи при цьому експресивні заголовки статей, які, за словами видавця цих газет У. Херста, «кусали б читачів, як бульдоги».

Прикладом «жовтої» преси в Україні є газета «Сегодня», хоча коміксів про жовту дитину там немає, та й друкується видання на білому папері.

Отже, із вищенаведених фактів можемо дійти висновку, що якість матеріалів не залежить від, наприклад, формату видання чи від якості паперу. А ще термін «якісна преса» має певну претензійність. Тимчасом у масовій пресі також трапляються якісні матеріали.

Звісно, ми розуміємо, що такі терміни не слід сприймати буквально, адже це радше історичні назви, які допомагають класифікувати пресу. Проте ми вважаємо, що доцільно умовно поділити сучасну пресу на інтелектуальну та масову.

Розглянемо поняття «інтелектуальність». Інтелектуальність — це глибина суджень, духовна зрілість, що виникають як результат активного пізнання дійсності, самостійного осмислення складних життєвих процесів [2].

Чи не найяскравішим доказом особистісної зумовленості мислення та інтелекту є поняття інтелектуальної активності особистості. Ідеться про активність особистості в пошуку, постановці та вирішенні інтелектуальних завдань. Як зазначає Д. Богоявленська, розглядаючи проблему інтелектуальної активності, можна дивуватися з чогось незвичайного, несподіваного, і тоді сама ситуація стимулює наш інтелект [3].

Інтелектуальна активність — це не стимульоване ззовні продовження мислення. Інтелектуальна активність є особистісною власністю, власністю цілісної особистості, яка не зводиться ні до загальних розумових здібностей, ні до мотиваційних чинників розумової діяльності.

Як зазначає Д. Богоявленська, інтелектуальна активність має три рівні: стимульно-продуктивний, евристичний, креативний [3].

Ми вважаємо рівень освіти, а саме наявність вищої освіти, показовим, оскільки саме за рівнем освіти в соціології вимірюється інтелектуальний потенціал респондента. Адже пункт «освіта», а не «ваш рівень IQ» зазначають у соціологічних анкетах. Питання щодо освіти наприкінці XIX ст. були порушені у книзі «Освіта: інтелектуальна, моральна та фізична» (1912) та у серії статей соціологом Г. Спенсером. Він доводив, що освіта забезпечує ефективний контроль над життям людини.



В Україні теж є вже чимало газет, редакції яких доволі плідно ведуть соціологічні дослідження. До цих слід зарахувати передовсім такі видання (нині деякі з них змінили свої назви): республіканська «Робітнича газета», обласні «Индустриальное Запорожье», «Запорізька правда», «Зоря» і «Днепровская правда» (Дніпропетровськ), «Соціалістична Харківщина», «Радянська Донеччина», міські «Слава Севастополя» та «Вечірній Київ», районна «Нове життя» (Харківська область) та ін. [4].

Інтелектуальною пресою вважаємо таку, в якій більшість аудиторії має вищу освіту. Сутність поняття аудиторії полягає не в тому, що вона складається з окремих людей, а в тому, що вона відображає їхні взаємозв'язки між собою, з суспільством загалом в процесі масового спілкування. Тому аудиторію можна визначити як стійку сукупність людей, котра виникає на підставі спільності їхніх інформаційних потреб. Чим глибше і краще будь-який орган масової комунікації відповідає на запити людей, тим ширша і сталіша його аудиторія. Таким чином, величина аудиторії є показником, з одного боку, важливості органу мас-медіа і, з другого — масштабів його впливу [4].

Науковець О. Тертичний використовує поняття елітарної аудиторії, а до засобів елітарної інформації він зараховує:

- наукові видання;
- експертні видання;
- спеціалізовані «серйозні» видання;
- науково-популярні видання;
- видання, що спеціалізуються на жанрі журналістських розслідувань.

У своєму посібнику «Аналітична журналістика» О. Тертичний пропонує таку класифікацію:

- елітарні (якісні) ЗМІ;
- масові ЗМІ;
- гібридні ЗМІ [5].

Елітарна аудиторія стала цільовою для інтелектуальної преси. Типовим є виокремлення цільової аудиторії на основі статі, віку, доходів, освіти, місця проживання, фаху тощо.

Отже, ми бачимо, що рівень освіти аудиторії можна вважати об'єктивним показником інтелектуальності преси.

Розглянемо рівень освіти в Україні за показниками перепису населення 2001 р. [6]. Саме ці дані ми вважаємо найпоказовішими, оскільки перепис населення охопив значно більше громадян, ніж соціологічне дослідження з будь-якої тематики (див. Табл. 1–2):

Населення України відзначається порівняно високим рівнем освіти. Станом на 2001 р. з 45 802 450 осіб, старших 5 років, мали освіту:



- повну вищу – 5 658 192 особи (12,9 %);
- базову вищу – 309 247 осіб (0,7 %);
- неповну вищу – 8 024 682 особи (17,5 %);
- повну загальну середню – 15 249 889 осіб (33,3 %);
- неповну загальну середню – 13 304 905 осіб (29,0 %);
- не мають початкової загальної – 3 110 813 осіб (6,8 %);
- неписьменні – 269 624 особи (0,6 %) [2].

Таблиця 1.
Освіта населення за переписами [23] (на 1000 осіб)

Рік	Повна вища	Неповна вища	Повна середня	Базова середня	Початкова
1959	21	55	64	233	299
1970	40	79	138	236	278
1979	65	119	225	222	252
1989	95	179	285	172	203
2001	136	177	349	160	142

Таблиця 2.
Перепис 2001 року. Рівень освіти за місцем проживання (на 1000 осіб)

Населення	Повна вища	Базова вища	Неповна вища	Повна середня	Базова середня	Початкова
міське	166	9	204	348	136	114
сільське	54	4	119	350	212	202

Тепер можемо розглянути результати досліджень аудиторії на конкретних виданнях.

Першим таким виданням є «Дзеркало тижня. Україна» [7].

Дані подано згідно з опитуванням 2000 р. Аудиторія видання на 2/3 складається з чоловіків і 1/3 – з жінок. Середній вік читача – 39 років. Порівняно з результатами опитування, проведеного «ДТ» 1997 р., читацька аудиторія помолодшала (була 44,9 року).

Переважає більшість читачів мають вищу освіту – 79,7 %.

Кваліфіковані спеціалісти становлять 39 % від усіх опитаних, керівники підрозділів – 20 % від усіх респондентів, 5 % опитаних мають свій бізнес, є керівниками підприємства 3 %.

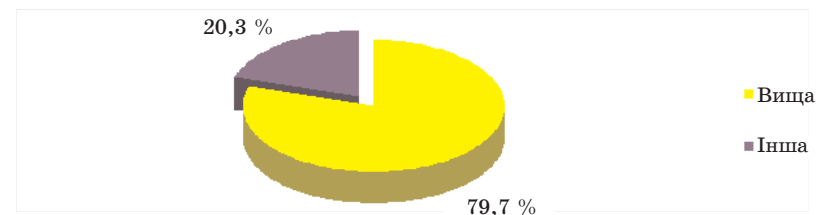
Обслуговчий персонал і робітники становлять по 3 %, пенсіонери – 8 %. Сфера діяльності аудиторії читачів розподіляється за такими напрямками: органи державної влади – 14 %, виробництво – 13 %, торговельно-посередництво – 6 %, фінанси – 3 %, сфера послуг – 4 %, освіта – 21 %, ЗМІ – 3 %, охорона здоров'я – 8 %, наука, культура –



15 %, інше – 13 %. Анкетування показало, що газету прочитують пересічно 5 осіб.

Більшість читачів вважають газету нейтральною та об'єктивною [7].

Рисунок 1.
Освіта



Отже, за нашою класифікацією видання «Дзеркало тижня. Україна» вважаємо інтелектуальною пресою, оскільки вища освіта наявна у 79,7 % читачів, що суттєво відрізняється від пересічного показника по Україні (12,9 %).

Ще один приклад – газета «КоммерсантЪ» [8]. Оскільки це видання є закордонним (російським), наводимо дані про вищу освіту в Росії. Згідно з переписом населення 2010 р. повну вищу освіту мають 23 % жителів сусідньої держави віком від 15 років. Далі для порівняння наводимо статистичні дані щодо аудиторії видання:

Аудиторія одного числа – 121 200 осіб.

Піврічна аудиторія – 1 562 700 осіб.

Регулярна аудиторія – 113 600 осіб.

СТАТЬ

чоловіки – 52 %, жінки – 48 %

ВІК

16–24 – 13 %, 25–34 – 23 %, 35–44 – 18 %, 45–54 – 21 %, 55+ – 25 %

ДОХІД

високий – 29 %, середній – 23 %, низький – 12 %, немає відповіді – 36 %

ОСВІТА

вища – 77 %, середня і нижче – 23 %

СОЦІАЛЬНИЙ СТАТУС

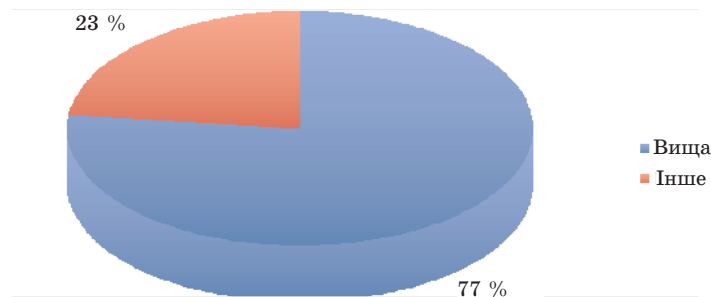
керівники – 38 %, спеціалісти – 22 %, службовці – 9 %, робітники – 9 %, студенти – 3 %, інші – 19 % [8].

Дослідження провадилося протягом березня-липня 2013 р., відомості надано «TNS-Media», «NRS-Москва».

Висновки. Отже, проаналізувавши термінологічну базу типології преси, можемо дійти висновку, що більшість термінів для умовного



поділу преси застаріли і не відображають суті та змісту преси, яку вони позначають. Трансформація інтересів суспільства і специфіки журналістських жанрів вимагає введення в науковий обіг поняття «інтелектуальна преса». Інтелектуальною пресою вважаємо таку, в якій максимально збалансовано, неупереджено і всебічно висвітлено події та факти; рівень вищої освіти аудиторії інтелектуальної преси суттєво відрізняється від пересічних показників вищої освіти мешканців регіону розповсюдження.

Рисунок 2.
Освіта

В інтелектуальній пресі переважають аналітичні та публіцистичні жанри. Також для інтелектуальної преси характерне стримане оформлення, відсутність сенсаційності та скандальності.

У роботі було проаналізовано аудиторію видань за даними соціологічних досліджень. Ми обрали газети «Дзеркало тижня. Україна» та «КоммерсантЪ». В обох випадках відсоток читачів із вищою освітою в кілька разів перевищував показники по країні. Серед читачів газети «Дзеркало тижня. Україна» вищу освіту мають 79,7 % аудиторії (тим часом як взагалі по країні вищу освіту мають 12,9 % громадян). Аудиторія видання «КоммерсантЪ» складається на 77 % з людей із вищою освітою (в Росії, за даними перепису населення 2010 р., 23 % осіб мають вищу освіту).

1. Москаленко А. З. Теорія журналістики : навч. посіб. / А. З. Москаленко. – К. : ЕксОб, 2002. – 334 с.

2. Новий тлумачний словник української мови : у 4 т. / уклад. В. Яременко, О. Сліпущко. – К. : Аконіт, 1998. – Т. 2. – 910 с.

3. Богдавленская Д. Б. Метод исследования уровней интеллектуальной активности // Вопросы психологии. – 1971. – № 1. – С. 144–146.

4. Иванов В. Ф. Соціологічні дослідження аудиторії мас-медіа [Електронний ресурс]. – URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1280>.



5. Тертычный А. А. Аналитическая журналистика : учеб. пособ. для студ. вузов / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2010. – 352 с.

6. Всеукраїнський перепис населення. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – URL: <http://ukrcensus.gov.ua>.

7. Офіційний сайт газети «Дзеркало тижня. Україна» [Електронний ресурс]. – URL: <http://dt.ua>.

8. Офіційний сайт газети «КоммерсантЪ» [Електронний ресурс]. – URL: <http://kommersant.ru/about/kommersant>.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Tovstolis Yulia

The definition «intellectual press» in the theory of social communications

The etymology of the terms «mass», «quality press» and synonymous terms are analyzed. Also it is studied the advantage of these terms in the contemporary press. The criteria of intelligent press are defined. The author of the article analyzes the audience of two newspapers and proves that «Dzerkalo tyzhnya.Ukraina»/«Mirror of the week. Ukraine» and «Kommersant» are intellectual press. The result of the study is introduction to the science of the term «intellectual press». Intellectual press is the general political and specialized newspapers and magazines, in which the facts and events are covered in fully, balanced and impartial manner; the level of higher education of the audience of intellectual press is significantly different from the average figures of higher education in the region of distribution. In such press the analytical and journalistic genres dominate. Also the intellectual press is characterized by undemonstrative design, lack of sensationalism and shamefulness.

Keywords: intellectual press, quality press, mass media, intelligence, education.

Товстолис Юлия

Определение понятия «интеллектуальная пресса» в теории социальных коммуникаций

В статье отслеживается этимология понятий «массовая», «качественная пресса» и синонимичных им терминов. Определена целесообразность их применения в современной прессе. Изучены критерии интеллектуальности прессы. В исследовании проанализирована аудитория двух изданий и доказано, что газеты «Зеркало недели. Украина» и «КоммерсантЪ» представляют интеллектуальную прессу. Результатом исследования стало введение в научный оборот понятия «интеллектуальная пресса»: интеллектуальная пресса – общеполитические и специализированные газеты и журналы, в которых максимально сбалансировано, беспристрастно и всесторонне освещены события и факты; уровень высшего образования аудитории интеллектуальной прессы существенно отличается от средних показателей высшего образования жителей региона распространения. В интеллектуальной печати преобладают аналитические и публицистические жанры. Для интеллектуальной прессы свойственно сдержанное оформление, отсутствие сенсационности и скандальности.

Ключевые слова: интеллектуальная пресса, качественная пресса, массовая пресса, интеллектуальность, образование.



Марія Малафей,
магістрантка

УДК 070.447: 159.954.2

Лексичні новотвори як репрезентанти новітніх політичних подій (на матеріалі мовлення Євромайдану)

У статті розглядаються неологізми як основа для збагачення мови, утворення новотворів на тлі соціальних вибухів. Подаються визначення головних неологізмів 2013 р., утворених внаслідок подій Євромайдану, розглядаються перспективи використання цих слів в активній лексиці української мови.

Ключові слова: неологізми, активна лексика, українська мова, Євромайдан, Майдан.

Вступ. Актуальність теми пов'язана зі знаковими подіями в історії України, що відбулися наприкінці 2013 – на початку 2014 рр., та впливом цих акцій протестів на формування неологізмів української мови.

Новизна розвідки полягає в тому, що раніше не проводилося наукового дослідження із зазначеної теми, адже часовий проміжок після закінчення Єврореволюції ще незначний. Окремі напрацювання з цієї теми наразі подібуються в соціальних мережах, блогах та інтернет-виданнях. Деякі аспекти проблеми порушувалися на наукових конференціях, зокрема на міжнародній науково-практичній конференції «Мова. Суспільство. Журналістика». Наприклад, А. Бойко дослідила питання «“Мова ворожнечі” в українських медіа 2013–2014 рр.», І. Мариненко представила розвідку «Мовностилістичні засоби творення комічного в гуморі Євромайдану», В. Павленко – «Інтерпретація подієвого концепту «Ukrainian protest» у британській якійсній пресі», А. Івашина – «Нова суспільно-політична лексика Євромайдану».

Об'єкт дослідження – процес збагачення мови на тлі суспільних змін.

Предмет дослідження – неологізми Євромайдану.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження послугували методи збирання, систематизації й аналізу мовних новоутворень. Використано метод інтерв'ю з мітингувальними Євромайдану для якомога точнішого тлумачення неологізмів.

Результати й обговорення. Соціальні вибухи завжди чинять відчутний вплив на суспільство. Це проявляється у зміні суспільної сві-

домості, створенні нового шабля культури народу. Скажімо, спільна історія та пережиті емоції впливають на створення спільної культури. На Майдані така творчість мала народний, масовий характер. Приміром, невідомими залишаються автори багатьох неологізмів Євромайдану. Ці слова ще належать до неологізмів, проте найпопулярніші з них уже входять до активного вжитку української та міжнародних мов. Серед лексичних новотворів Майдану, які відображають новітні політичні події, – неологізми, повернута лексика і слова, що набули нового значення або стали емоційно насиченими.

Особливістю мови Євромайдану є надзвичайно тонка межа між значеннями слів. Використання не зовсім точного вислову чи порівняння може призводити до зміщення значення чи негативної конотації. Оскільки аудиторія сьогодні все ж вимагає толерантного ставлення як до своїх однодумців, так і до опозиціонерів, певні новоутворені чи повернуті в мову слова сприймаються як оцінювальні. Тому вкрай важливо добирати якомога точніше значення.

Мова є найяскравішим індикатором змін у суспільстві – економічних, політичних, соціальних. Практично всі більш-менш важливі зміни в нашому житті миттєво відображаються в повсякденному словнику. Передусім це поява нових слів (включно з термінами), нових значень. А наскільки соціальні зрушення є вагомими, залежить і тривалість життя того чи того новоствореного слова.

Як свідчать відомі дослідження, за останні 10 років українська мова змінилася на 25 % [1].

Неологізми (з грецької *neos* – новий, *logos* – слово) – нові слова, словосполучення, фразеологізми, що з'являються в мові [2]. Неологізми поділяються на власне лексичні та семантичні. Лексичні неологізми – це слова, створені за допомогою вже наявних або запозичених з інших мов слів, а семантичні – слова, значення яких уже відоме, але в результаті останніх мовних змін вони набули нового значення. Виокремлюють також історизми – це неологізми, створені в певний час на тлі історичних подій, які сьогодні вже відійшли у минуле.

Виникнення неологізмів спричинене передовсім потребою давати назви новим предметам, явищам, поняттям, які з'являються унаслідок безперервного розвитку суспільства, усіх сфер діяльності й поглиблення зв'язків з іншими народами та державами.

З другого боку, неологізми використовують для заміни відомих найменувань новими. Це явище зумовлене дією різних чинників: тенденцією до мовної економії, уніфікацією номінативних моделей, прагненням до виразнішого, точнішого найменування, експресивно-



стилістичного оновлення, через причини соціально-політичного, пуристичного, евфемістичного характеру та ін.

Загалом неологізми виникають кількома шляхами: словотворчою деривацією – творяться з наявного у мові матеріалу характерними для тієї чи тієї мови словотвірними способами, інколи штучно, часто запозичуються літературною мовою з діалектів і з інших мов [3]. Ще одним способом утворення неологізмів є семантична деривація – присвоєння вже наявного слову нового значення. Такий спосіб використовується зазвичай для творення семантичних неологізмів.

Для утворення неологізмів у часи великих змін, докорінних перетворень українці зазвичай користуються словотвірною та семантичною дериваціями. У мовах народів колишнього Радянського Союзу, так само й в українській, таким чином виникло безліч нових слів у повоєнну добу, коли з'явилися нові установи, інституції, заклади, поняття: *агітпункт, Реввійськрада, райвиконком, н'ятірїчка, рада* (семантичний неологізм), *лікнеп, ланка* (семантичний неологізм) тощо [4].

У часи перебудови народилися такі неологізми, як *гекачепісти, кооператор, ваучер, плюралізм*. Проте зі зникненням явищ, які позначали ці слова, вони стали історизмами. Під час акції «Україна без Кучми» широкого вжитку набули поняття *касетний скандал, справа 9 березня 2001 року, кучмісти*. Помаранчева революція дала українському суспільству нові значення слів: *підрахуй, любі друзі*. Цікавим неологізмом став вислів «наколоти апельсини» – зброя американського імперіалізму і його помаранчевих поплічників, за версією Людмили Янукович, про що вона сказала у своєму виступі на мітингу в листопаді 2004 р. А також «ці руки нічого не крали» – заява Віктора Ющенка, що пролунала 20 грудня 2004 р. під час теледебатів перед третім туром голосування.

За сучасних умов розвитку українського суспільства, зокрема під час революційних подій Євромайдану, з'явилось чимало неологізмів. Адже коли багато людей, зовсім різних за віком, статтю та соціальним станом, збираються разом зі спільною метою і тривалий час перебувають у тісному контакті одне з одним, цілком очевидним стає утворення нових мовних форм. Лексика поповнюється неологізмами, поширюються колись невідомі загалу діалектизми, крилаті вислови набувають нового значення.

Неологізми Євромайдану можна поділити на такі головні групи: власне лексичні та семантичні неологізми. До власне лексичних неологізмів можна зарахувати слова: *Євромайдан, Єврореволюція, майданівці, майдауни, майдануті, майданофіли, майданитися*,

автомайдан, антимайдан, тітушки, айтїтушки, простїтушки, Януческу, Підарешт, Ялинкович, Бандюкович, кисельовщина. До семантичних неологізмів – *Революція 2013 року, Революція гідності, Майдан на колесах, Вітьок Межигірський, Небесна сотня, зек, бандерівець, самооборона, шини, Майдан* та ін.

Найпопулярнішим неологізмом України 2013 р. стало слово «Євромайдан». Синонімами до нього є «Єврореволюція», «Революція 2013 року», «Революція гідності» – національно-патріотичні, протестні акції в Україні передусім проти корупції, соціальної нерівності, свавілля правоохоронних органів та сил спецпризначення, а також на підтримку європейського вектора зовнішньої політики України [5]. Утворено за допомогою основоскладання «Євро» (вказуючи на напрям, який підтримують учасники) та «Майдан» (головна площа столиці України, де й зібралися мітингувальники).

Протести розпочалися 21 листопада 2013 р. як реакція на рішення Кабінету Міністрів України про підготовку до підписання Угоди про асоціацію між Україною та Євросоюзом і значно поширилися після силового розгону демонстрації в Києві вночі 30 листопада. Цим поняттям також позначають мітинги, демонстрації, студентські страйки наприкінці 2013 р. [5].

Самі ж прихильники Євромайдану дають коротке і лаконічне визначення цього поняття – надія української нації. Слово «Євромайдан» стало словом 2013 р. за версією словника сучасної української мови та сленгу «Мислово», а також найпопулярнішим неологізмом у Росії [6].

Хоча це слово з'явилося в українській мові лише наприкінці листопада, воно дуже швидко набуло активного використання, і від нього утворилося багато похідних слів. Наприклад, «майданівці», утворене суфіксальним способом, використовується на позначення прихильників Євромайдану. Також є слова, створені опонентами Євромайдану, вони мають негативне смислове забарвлення: «майдауни», «майдануті», «майданофіли».

«Майданитися» – дієслово, утворене суфіксально-постфіксальним способом, що означає «стояти на Євромайдані, спілкуватися з друзями, колегами та бізнес-партнерами; не спати, чергувати, веселитися і пахнути багаттям (після 19 січня 2014 року – пахнути слізогінним газом і палаючими автопокришками)».

Окрім протестувальників на Майдані Незалежності, були й активісти, які підтримували революцію, блокуючи дороги своїми автомобілями. Цей рух отримав назву «Автомайдан», або «Майдан на колесах». Автомобілі учасників Автомайдану зазвичай мають українську символіку – стяг України, герб та ін.



Кожна революція має як своїх прихильників, так і опонентів. Євромайдан не став винятком. Тому ми не можемо оминати розгляд поняття «*Антимайдан*» – серії мітингів в Україні на підтримку курсу провладних партій регіоналів та комуністів. Антимайдан здебільшого збирався в Києві (Маріїнський парк), у містах Східної та Південної України; часто на протигагу ідеям Євромайдану. За повідомленнями противників Антимайдану, до його організації залучався адміністративний ресурс; наймалися учасники за гроші; примусово залучали бюджетників, робітників, а також «тітушок».

Поняття «*тітушки*» з'явилося ще до подій Євромайдану, проте великого поширення набуло саме під час революції, адже використовувалося на позначення агресивно налаштованих осіб спортивної зовнішності, провокаторів з Євромайдану. Слово походить від прізвища спортсмена Вадима Тітушка, котрий був відомий тим, що напав на журналістів, які висвітлювали опозиційні акції протесту. Похідним словом є «*айтітушки*» – це люди з психологією тітушок, але з більш розвинутим інтелектом та комп'ютерними знаннями [7]. Айтітушки чинили провокації проти активістів Євромайдану в інтернеті. Неологізм утворений злиттям слів «айті» (від англ. «Information Technology» – інформаційні технології) [8] та «тітушки».

«*Простітушки*» – позначення утворене злиттям слів «проститутка» та «тітушки» і є констатацією того факту, що тітушки надають свої послуги за гроші.

Семантичне поле «простітушек» трохи зсунулось, і часто так називають не лише тітушок, а й таких собі неагресивних бюджетників, яких виганяють на провладні мітинги за гроші чи навіть погрожуючи звільненням [7].

Однією з головних вимог мітингувальників Євромайдану була відставка Віктора Януковича, четвертого Президента України. Відтак для відображення того, як В. Янукович керував державою, демонстранти вигадали для нього кілька нових прізвиськ: *Януческу*, *Підарешт*, *Вітьок Межигірський*, *Ялинкович*, *Бандюкович*. «*Януческу*» – це прізвисько створене за аналогією з прізвиськом румунського диктатора Ніколае Чаушеску, очевидно, натякаючи на диктаторські методи правління та можливе завершення життєвого шляху В. Януковича. «*Підарешт*» – свідчить про бачення в подальшому четвертого Президента України за ґратами. «*Вітьок Межигірський*» – вказує на зневажливе ставлення до В. Януковича і його резиденції Межигір'я. Створено за аналогом прізвиськ деяких кримінальних авторитетів, де назва місцевості свідчить про походження особи. «*Бандюкович*» – утворено накладанням слова «бандит» на прізвище «Янукович».



Під час Євромайдану знайшла своє відображення також інформаційна війна, у процесі розгортання якої здебільшого російські ЗМІ необ'єктивно висвітлювали події в Україні. Таке явище здобуло назву «кисельовщина» – претензійний показ подій Євромайдану російськими медіа. Поняття походить від прізвища російського телеведучого Дмитра Кисельова, з 9 грудня 2013 р. генерального директора російського міжнародного інформаційного агентства «Россія сьогодні», який виступав найбільшим опонентом українського Євромайдану.

Найтрагічнішим неологізмом Євромайдану є «*Небесна сотня*». Це словосполучення використовується на позначення загиблих учасників акцій протесту в Україні в грудні 2013 – лютому 2014 р. До цього списку входять мирні громадяни України, які були прихильниками ідеї та сподвижниками акцій Євромайдану. 21 лютого 2014 р. офіційна влада України юридично визнала жертвами знищених мітингувальників Євромайдану. Цього дня на Майдані відбулося прощання із загиблими повстанцями, яких у жалобних промовах назвали «Небесною сотнею». Під час прощання лунала жалобна пісня «Гей, пливе кача...» у виконанні колективу «Піккардійська терція» [9].

Поки що важко передбачити, яка доля чекає вищезазначені неологізми. Але поняття «Майдан» та «Євромайдан» уже глибоко закарбувались у свідомості українців. Про це свідчить велика кількість охочих зареєструвати торговельну марку зі співзвучною назвою. За даними інформаційного агентства «Інтерфакс–Україна», в грудні 2013 р. до державного підприємства «Український інститут промислової власності» подав заявку на реєстрацію торговельної марки «ЄвроМайдан» Володимир Компанієць, який входив до складу оргкомітету «студентського Євромайдану». На її реєстрацію було подано заявку від імені лідера партії «УДАР» Віталія Кличка.

З'явилися також охочі зареєструвати слово «Майдан» як бренд. Приміром, на реєстрацію позначення «Громадський рух «НАРОДНИЙ МАЙДАН» подана заявка від імені Олександра Ржавського, народного депутата України третього скликання і кандидата в президенти України на виборах 2004 р. Представник фракції «Батьківщина» у парламенті Павло Петренко, нині міністр юстиції, подав заявку на реєстрацію позначення «Всеукраїнське об'єднання “Майдан”».

Подані на реєстрацію заявки «Громадське об'єднання “МАЙДАН”», «Народне об'єднання “МАЙДАН”», «Політична партія “МАЙДАН”», «Громадянська платформа “Майдан”», «Громайдан», «МАЙДАН» і «МАУДАН» [8].



Такий попит на реєстрацію слова «Майдан» і похідних від нього слів свідчить про значний суспільний інтерес до цього поняття та перспективи його використання в активній лексиці української мови.

Оскільки події Євромайдану вийшли далеко за межі України, нині лексичні новотвори Єврореволюції набули популярності і в закордонних ЗМІ. Найпопулярнішими словами в іноземній пресі стали «Euromaidan» та «titushki». Наприклад, вільна енциклопедія «Вікіпедія» дає визначення «Євромайдану» майже 50 мовами. А у своїх публікаціях це слово використовують такі засоби масової інформації, як «Washington Post» (США), «The Guardian» (Великобританія), «International Business Times» (Великобританія), «BBC» (Великобританія), «Epoch Times Romania» (Румунія), «Huffington Post Deutschland» (Німеччина), «La Republic» (Італія), «Global Voices en espagnol» (Іспанія), «Newsweek» (Польща) та ін.

Слово «тітушки» Вікіпедія подає українською, російською, англійською, румунською, польською, французькою, іспанською, чеською, арабською, галісійською та фінською мовами. Характеристику «тітушки» («titushki», «tytushki», «tytushky») у своїх матеріалах про Україну використовували польське видання «Gazeta Wyborcza», телеканал «France 24», норвезька корпорація «NRK», німецька міжнародна радіостанція та телеканал «Deutsche Welle», британське видання «International Business Times» та ін.

Варто виокремити російські ЗМІ, які особливо активно використовували українські неологізми. В 2013 р. найпопулярнішими новотворами на сторінках російських ЗМІ стали слова «Євромайдан» (посіло перше місце в рейтингу, значно випередивши інші слова) і «тітушки» (друга сходинка). Про це свідчать результати дослідження мови російських ЗМІ, яке провела компанія «Public.ru» [9].

Окрім лідерів рейтингу, на сторінках російських ЗМІ зафіксовано такі позначення: «майданівці», «майдауни», «майданути», «майданобайкери», «майданобайтери», «майданофраза», «майданофіл», «євросодім», «тайожний союз». Зросла також динаміка використання слова «євроінтеграція».

Водночас англійська версія «Радіо Свобода» оприлюднила глосарій слів Євромайдану англійською мовою.

Таке вживання іноземними засобами масової інформації лексичних новоутворень Євромайдану свідчить про небайдужість світової спільноти до подій, які відбуваються в Україні. І ці події вже стали історією не тільки України та Європи, а й усього світу. Тому неологізми, пов'язані з Єврореволюцією, що використовуються закордон-

ними ЗМІ, мають усі шанси стати звичними для словників міжнародних мов.

Висновки. Як показує досвід попередніх суспільних зрушень незалежної України, таких як «Революція на граніті», «Україна без Кучми», «Помаранчева революція», слова, утворені під час соціальної активності громадян, набули значного поширення. Серед неологізмів, що виникають за таких умов, зазвичай переважають лексичні. Дослідження неологізмів Євромайдану це теж підтвердило. Така тенденція пов'язана насамперед із народженням нових явищ, яким треба дати назву.

Крім того, слова, утворені під час інших вибухів соціальної активності за часів незалежної України, внесено до сучасних словників української мови, підручників з історії України, вони активно використовуються у ЗМІ. Це свідчить, що ці слова перестали бути неологізмами і стали частиною активної лексики української мови. Такі тенденції переконують у тому, що неологізми, утворені під час Євромайдану, в майбутньому стануть звичними для українців. Деякі з них уже тепер поповнили словник сучасної української мови та сленгу «Мислово» і стали надзвичайно популярними як у письмовому, так і в усному українському мовленні.

Подяки. Автор висловлює подяку за надану допомогу під час підготовки цієї публікації Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та кандидатів філологічних наук, доценту кафедри мови та стилістики Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка Хоменко Людмилі Мечиславівні.

1. *Тиждень*. Український часопис [Електронний ресурс]. – URL: <http://tyzhden.ua/News/91943> (27.04.2014).
2. *Жовтобрюх М. А.* Сучасна українська літературна мова / М. Жовтобрюх. – К. : Вища школа, 1961. – 163 с.
3. *Кочерган М. П.* Вступ до мовознавства / М. Кочерган. – К. : Академія, 2000. – 367 с.
4. *Шевченко Л. Ю.* Сучасна українська мова : довідник / Л. Ю. Шевченко, В. В. Різун, Ю. В. Лисенко [за ред. О. Пономарева]. – К. : Либідь, 1996. – 320 с.
5. *Євромайдан* [Електронний ресурс] // Вікіпедія: вільна енциклопедія. – URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Євромайдан> (26.04.2014).
6. *Освітній портал* [Електронний ресурс]. – URL: <http://www.osvita.org.ua> (26.04.2014).
7. *Мислово*. Словник української мови та сленгу [Електронний ресурс]. – URL: <http://myslovo.com> (26.04.2014).
8. *It* [Електронний ресурс] // Вікіпедія : вільна енциклопедія. – URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/It> (26.04.2014).



9. *Список загиблих учасників Євромайдану* [Електронний ресурс] / Вікіпедія : вільна енциклопедія. – URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/Список_загиблих_учасників_Євромайдану (26.04.2014).

10. *Интерфакс-Україна*. Інформаційне агентство [Електронний ресурс]. – URL: <http://interfax.com.ua> (26.04.2014).

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Malafei Mariya

Lexical neologisms as the representatives of the latest political events (based on the language of Euromaidan)

This paper examines the neologisms as a basis for the language enrichment and the fact of neologisms coinage against the background of social unrest. The definitions of main neologisms from 2013, formed as a result of Euromaidan`s events are given, and the prospects for these words usage in the active vocabulary of the Ukrainian language are considered as well.

Keywords: neologisms, active vocabulary, the Ukrainian language, Euromaidan, Maidan.

Малафей Марія

Лексические новообразования как репрезентанты новейших политических событий (на материале речи Евромайдана)

В статье рассматриваются неологизмы как основа для обогащения языка, возникновения новообразований на фоне социальных взрывов. Даются определения главным неологизмам 2013 г., образованным в результате событий Евромайдана, и рассматриваются перспективы использования этих слов в активной лексике украинского языка.

Ключевые слова: неологизмы, активная лексика, украинский язык, Евромайдан, Майдан.

Аліна Мордюк,
аспірантка

УДК 070: 654.197

Проблема дотримання орфоепічних норм у новинних програмах на українському телебаченні

В статті виокремлено найтипівіші орфоепічні помилки журналістів і ведучих в інформаційних програмах на українському телебаченні та проаналізовано особливості застосування орфоепічних норм у новинних програмах. У процесі дослідження з-поміж інших увагу акцентовано на телеканалах «Новий канал» та «СТБ». Зокрема структуровано особливості вимови у програмі «Вікна» на телеканалі «СТБ» з роз'ясненням літературного редактора, чому вимова журналістів та ведучих програми має бути саме такою. Розглянуто основні правила правопису 1928 р., які діють на цьому каналі. У процесі інтерв'ю з літературними редакторами «СТБ» і «Нового каналу» Віктором Кабаком та Іриною Синіною з'ясовано, в яких випадках журналісти, ведучі та редактори найчастіше припускаються помилок. Також виокремлено основні причини порушення медійниками орфоепічних норм.

Ключові слова: орфоепія, телебачення, помилка, правопис, вимова.

Вступ. Подібно до того, як мова кожної людини має індивідуальні ознаки, – з багатою чи бідною лексикою, з уподобаними словами і зворотами, простою чи складною будовою речень, – так і мова народу має свої виразні, лише їй притаманні властивості, у тому числі й особливості вимови. Законів орфоепії не лише бажано, а й треба дотримуватися, але, на жаль, у засобах масової інформації дедалі частіше можна почути неправильну вимову.

Найактуальнішою ця проблема виявилася у сфері телемовлення, адже телебачення охоплює багатомільйонну аудиторію, а отже, потужно впливає на формування літературної мови, і, наприклад, кілька разів неправильно наголошене слово може так і запам'ятися глядачам.

Мета нашої роботи – проаналізувати мовну політику телеканалів «Новий канал» та «СТБ» щодо особливостей застосування орфоепічних норм у новинних програмах, а також дослідити найпоширеніші помилки у вимові медійників (журналістів та ведучих) на цих телеканалах.

Основними завданнями є такі: проаналізувати причини неправильної вимови; дослідити найпоширеніші випадки порушення ведучими та журналістами орфоепічних норм; дослідити проблему разом з літературними редакторами телеканалів «Новий канал» та «СТБ» з метою глибшого розуміння причин проблемної або специфічної орфоепії в інформаційних програмах цих телеканалів.

© Мордюк А., 2014



Проблемою правильної вимови переймалася ціла плеяда українських дослідників-мовознавців, зокрема Є. Кроткевич [1], Г. Голоскевич [2], Л. Прокопова [3], М. Наконечний [4], М. Погрібний [5], Л. Хоменко [6], Д. Пономарів [7], Ю. Єлісовенко [8]. Помітними успіхами у дослідженні ефірного мовлення завдячуємо Л. Шевченко [9; 10]. Мовлення ведучих на українському телебаченні досліджував В. Маргалик [11].

Новизна дослідження полягає у вивченні вимови телеведучих та журналістів у новинних програмах всеукраїнських телеканалів «СТБ» та «Новий канал», які відрізняються за підходами до української вимови та водночас мають спільні проблеми, що характеризуються припущенням медійниками однакових орфоепічних помилок. Останні розглядаються на конкретних прикладах, на базі інтерв'ю з літературними редакторами цих телеканалів В. Кабаком та І. Синіною.

Об'єкт дослідження – вимова телеведучих та журналістів.

Предмет дослідження – конкретні орфоепічні помилки медійних «облич» та «голосів» новинних програм.

Методи дослідження. Для дослідження було застосовано інтерв'ювання літературних редакторів І. Синіної та В. Кабака як метод збирання інформації. Було також проведено моніторинг новин на телеканалах «СТБ» («Вікна») та «Новий канал» («Репортер», «Абзац!»). У результаті цілеспрямованого вивчення об'єкта дослідження завдяки методів спостереження було зафіксовано основні помилки у вимові ведучих на українському телебаченні. А ще було застосовано метод порівняння для виокремлення спільних та відмінних ознак у мовній політиці «Нового каналу» та «СТБ».

Результати й обговорення. Орфоепія – це складник тих засобів, які створюють естетику мовлення. Вимова тісно пов'язана з правописом, оскільки він значною мірою її передає (але не повністю, ідеально передає вимову лише транскрибування). Хоч би в якому розумінні ми розглядали поняття орфоепії, можемо зауважити, що вона є частиною культури мовлення та загальної культури людини. А тому порушення орфоепічної норми стає причиною зниження культури як окремої людини, так і всього суспільства. У нашому випадку окремою людиною виступає особа публічна, помилки якої можуть призвести до мовної деградації певної частини суспільства. Дослідниця ефірного твору Л. Шевченко зазначає про це так: «По-перше, радіо й телебачення, ставши фактично справжньою індустрією, повинні мати наукове підґрунтя своєї мовної діяльності. По-друге, для них завжди залишається актуальною фахова мовна

компетентність ефірних журналістів у досягненні впливу на слухачів/глядачів, що є основним завданням засобів масової комунікації» [9]. Ефірне ж мовлення, зазначає дослідниця, близьке до писемного різновиду літературної мови та передбачає створення первинного тексту й підготовку на його основі усного варіанта з урахуванням специфіки як словника усної фрази, так і особливостей налагодження контактів у процесі спілкування. Асиметричність учасників комунікативного акту (один мовець і група слухачів), а тому й специфіка комунікації, яку називають «віяльною» – це умови, спільні з графічно-знаковим сприйняттям змісту інформації. Проте, якщо писемний твір інтерпритує сам читач, то в ефірному творі функції інтерпретатора виконують також аудіальні та візуальні складники комунікативності, становлячи єдність подавання і сприймання інформації [9]. Виходить, що ведучі, по-перше, мають змогу підготуватися до ефірного мовлення, попередньо вичитати текст і потренувати вимову. По-друге, вони не лише мають змогу, а й повинні це робити, оскільки правильна вимова та інтонація як аудіальна підтримка змісту допомагатимуть глядачам краще засвоювати інформацію.

Як свідчить телевізійна практика, ведучі часто нехтують нормами української літературної мови загалом та орфоепічними зокрема. На це є кілька причин. Світлана Єременко вважає, що сьогодні забагато ВНЗ випускають журналістів: «Якщо за Союзу існувало всього чотири факультети у поважних університетах: Київському, Львівському, Московському та Ростові-на-Дону, то тепер майже кожен університет, приватний, педагогічний, інститут соціальної освіти тощо «клепають» медійників. Сьогодні в Україні 70 факультетів та відділень випускають журналістів» [12]. Звідси, відповідно, гірша якість підготовки кадрів. А той, хто вже навчається, не має змоги практикуватися на телебаченні, адже там ним ніхто не хоче опікуватися. «Але є ще один надзвичайно важливий аспект, який не можна оминати, – зазначає експерт із проблем ЗМІ та розвитку громадянського суспільства С. Єременко, – освічені, кваліфіковані, з почуттям гідності та досвідом журналісти ...нікому не потрібні! Власникам медіа простіше найняти на роботу хлопчиків та дівчаток і платити їм копійки, ніж рахуватися з вимогами професіоналів» [12]. Чимало порушень мовних норм у мовленні тележурналістів, на нашу думку, пояснюються тим, що вони просто мають прогалини у знаннях і не прагнуть удосконалювати рівень володіння українською мовою, до того ж поза ефіром здебільшого віддають перевагу російській мові. Спілкування російською – вагома причина мовленнєвих



помилку. Крім того, побутує думка, нібито журналістика – це легко. Мовляв, «сів і написав». А тимчасом ставлення до професії має бути серйозним, а людина, яка йде в журналісти, повинна відчувати відповідальність за кожне слово. Крім того, вагомою причиною того, що в ефір потрапляють неграмотні тексти, є також небажання журналістів останнім часом давати їх на перевірку літературним редакторам. Медійники пояснюють це «браком часу», але, на нашу думку, причина полягає у байдужості та безкарності за мовні помилки.

У довіднику Л. Шевченко, В. Різуна, Ю. Лисенко «Сучасна українська мова» йдеться про три причини відхилень від орфоепічних норм: 1. Вплив правопису. Між правописом і вимовою немає повної відповідності. Дехто, розмовляючи по-українському, намагається штучно копіювати написання слів і неправильно вимовляє, наприклад, [д-з]воник замість [дз]воник тощо. 2. Діалектне довкілля, адже під впливом діалектної вимови можна почути *вил, піеч, зора* (замість літературних [в'іл], [п'іч], [зор'а]). 3. Вплив інших мов. Змішування орфоепічних норм двох мов найбільше виявляється під час паралельного користування двома мовами [13, с. 28].

Класифікуючи помилки, виокремлюють такі:

1. Недотримання у вимові асиміляції приголосних (наприклад, слово «зшиток» треба вимовляти як [ш:иток], а вимовляють [зшиток]).
2. Недотримання у вимові асиміляції голосних (коли попередній голосний у слові уподібнюється до наступного: [веисни] – [весна]).
3. Оглушення дзвінких приголосних ([т'ашко] замість [т'ажко]).
4. Пом'якшення твердих шиплячих ([шч'о] замість [шчо]).
5. Неправильний наголос. Можуть порушуватися такі типи наголосу: словесний, фразовий, синтагматичний, тактовий, побічний, логічний та емпатичний [13, с. 42].

Найпоширенішою орфоепічною помилкою у вимові приголосних, за нашим спостереженням, є тенденція до оглушення дзвінких звуків, яка спостерігається не лише на досліджуваних телеканалах, а загалом на українському телебаченні. Вимовні помилки телеведучих досліджував В. Маргалик: «Я маю вам віддати при[с]», – Мирослав Кувалдін, ведучий програми «Міністерство прем'єр» («М1»), «У номінації перемі[х]», – Дмитро Єфименко, ведучий програми «Inside» («ТЕТ»), «ро[с]кіш» (Тетяна Рамус, «Nota bene», «ТЕТ»). Також на телебаченні помилково замінюють сонорний звук [в] на неприродний для української мови звук [ф]. На нашу думку, це відбувається здебільшого через вплив російської мови: «Михайло Попла[ф]ський...» (Гліб Гончар) [11]. Ми проаналізували випуски



новин не лише на досліджуваних каналах, а й на телеканалі «1+1» і, крім оглушення дзвінких («за кілька кілометр[ф] від кордону» – Олександр Моторний, «ТСН», «четверо чоловік[ф] у масках» – Тетяна Лазарчук, «ТСН»), помітив велику кількість випадків пом'якшення твердих шиплячих, що зовсім не характерно для української мови. Слід навести кілька прикладів: «відпочинок доне[ч'а]ни планували восени» – Алла Пасс, «ТСН»; «постійний представник Кремля при ООН Віталій [ч'у]ркін... у дитинстві знімався у трьох стрі[ч'ках]» – Лідія Таран, «ТСН»; «командири ополченців збиратимуться [шч'ове[ч'ора]» – Олена Усенко, «ТСН». Чимало слів з недотриманням правильної вимови автор статті почув у фільмі «Темниці генія Шевченка» на «1+1», у мовленні ведучої Світлани Усенко («зустрі[ч'ї]», «сказа[ф]», «голо[т]», «у[ч'ї]тися», «малюнк[і]»), але найбільше ріже слух прізвище Кобзаря, яке звучить не як «Шевченко», а як «Шев[ч'е]нко»). На «Новому каналі» неправильну вимову можна було часто почути у програмі «InfoШОК». Наприклад, у випуску за 16 лютого 2011 р. звучать такі слова, як «чі» замість «чи», «стосункі» замість «стосунки», «ніч», «щойно», «тяшкий». На телеканалі «СТБ» ми помітили тенденцію до «надуживання» твердими шиплячими, коли ведучі не розрізняють твердість в українській та російській мовах («речи» замість «речі», «передачі» замість «передачі», «інший» замість «інший»).

За словами журналіста Максима Кравченка, який досліджував мову «Вікон» на «СТБ», тут «дотримуються норм правопису 1928 року із тенденцією до «переборщення»: «Після чергового неправильного наголосу в елементарному слові або русизму всілякі «Пилипини», «єври» та інші мовні «перлини» сприймаються, висловлюючись делікатно, як дисонанс» [15]. Іншої думки з цього приводу дотримується літредактор телеканалів «СТБ» та «Новий канал» Віктор Кабак – один із найвідоміших літературних редакторів в Україні. Про нього кажуть, що він намагається зробити мову українських телеканалів ще більш українською. Це він увів в ефір такі слова, як *опука* (м'яч), *легкопад* (парашут), *спадун* (парашутист), *сотня* (рота), *здорів* (здоров), *перегінець* (гонщик), *зворухобити* (зворушити) та інші. Віктор Кабак відомий як фахівець своєї справи і поборник «харківського правопису», норми якого «просуває в маси», наголошуючи, що ці правила – не вигадки, а результат роботи мовознавців, які досліджували мову протягом сторіч, після чого було видано словник Г. Голоскевича [5]. На «СТБ» Віктор Кабак працює за правописом 1928 р., а на «Новому каналі» – переважно за нормами чинного українського правопису. Мовознавець розповів в ін-



терв'ю 20.02.2014, що вже й на «СТБ» редагування за «харківським правописом» стоїть під питанням. За його словами, у «Вікнах» не редагують текстів за цими нормами вже близько двох років, користуючись нормами сучасної української мови [13; 16; 17], а кожне слово у стилі правопису 1928 р. доводиться обстоювати. Однак ми бачимо, що свій стиль програма «Вікна» досі зберегла. Віктор Кабак розповів також про найтипівіші «спільні» помилки журналістів та ведучих на «СТБ» та «Новому каналі». На його думку, це русизми та проблема неправильної транслітерації, тобто передачі тексту, записаного за допомогою одного алфавіту, засобами іншої алфавітної системи. На відміну від транскрипції, транслітерація використовує графіку цієї мови [13, с. 23–24]. Приміром, у словах іншомовного походження латинську літеру «h» маємо вимовляти як українську «г» (Harison як Гарисон, Hitler як Гітлер, Copenhagen як Копенгаген), «g» як «г» (Hemingway як Гемінгвей, Garnier як Гарньє, Shengen як Шенген), німецьке буквесполучення «ch» як «х» та англійське «kh» теж як «х» (Chroatia як Хорватія).

Яких помилок припускаються журналісти, добре знає і літературний редактор «Нового каналу» Ірина Синіна. Вона працює на телеканалі протягом семи років (2007–2014 рр.), з квітня 2014 р. ще редагує новини і на телеканалі «News One». Найбільшою орфоепічною проблемою Ірина вважає людську звичку: «Одна з найтипівіших помилок – це коли ведучі відмовляються читати в ефірі правильні наголоси, які їм поставив літературний редактор (людям незвично чути, що насправді треба говорити «вишИванка», а не «вишивАнка», «вантАживка», а не «вантажІвка»). Доводиться переконувати, показувати словники з правильним наголосом на словах, але прикро, що часто це відбувається після ефіру, коли неправильно вимовлене слово вже почули глядачі». Серед найтипівіших помилок Ірина Синіна виокремила такі: «Часто журналісти ігнорують правило першого наголосу (треба говорити «зАвжди», «рАзом»), помиляються, наголошуючи «тАкож» (хоча треба «такОж»), неправильно наголошують слово «помИлка» (за співзвучністю з російським «ошИбка»), коли треба казати «пОмилка». Слід також запам'ятати, що у дієсловах, вжитих у формі інфінітива, а також у всіх особових та часових формах дієслів правильним є наголошення кінцевого складу: відвезтИ, провестИ, розповістИ, довестИ, везетЕ, веземО, везУ [14]. Зі знанням цього правила у журналістів стабільно виникають труднощі. Медійники із Західної України люблять вимовляти «буЛо», «вЕло», «дАли» «кілОметр», хоча правильно вимовляти «булО», «велО», «далИ», «кіломЕтр». У журналістів зі Східної



України є деякі проблеми з вимовою твердих шиплячих (вони вимовляють «щю» замість «що», «чії» замість «чий», «побачімо» замість «побачимо») та з вимовою сонорних приголосних наприкінці слова (прийшо[ф] замість прийшо[у]). Також у мовленні «телеоблич» часто можна почути «а» замість «о» на російський манер («гаварили» замість «говорили»). Я наголошую на цих словах у текстах, але людям дуже складно перелаштуватись і прочитати правильно, якщо вони все життя вимовляли інакше». Іще однією часто повторюваною проблемою з орфоепією у журналістів на телебаченні літредактор називає наголос у словах «цього» і «усього». Займенники той, цей у родовому відмінку однини мають наголос на закінченні: тогО, цьогО. А коли їх уживають із прийменниками, то наголошують на першому складі: до тОго, до цьОго. Деякі диктори ставлять наголос завжди на останньому складі: тогО, цьогО і до тогО, до цьогО, вводячи в оману своїх слухачів/глядачів. Щодо телеканалу «СТБ», тут Ірина має досвід редагування з дотриманням правил правопису 1928 р. На конкретних прикладах із текстів інформаційної програми «Вікна» та колишньої спортивної «Вікна-спорт» Ірина Синіна розповідає про «альтернативний» правопис 1928 р. М. Скрипника, а саме як він позначається на вимові ведучих та журналістів. Отже:

1. В іменниках жіночого роду III відміни, що закінчуються на два приголосних, а також в іменниках *Русь, осінь, сіль, кров, любов* у родовому відмінку однини треба вживати закінчення *-и*. Адже специфіка української мови, порівняно з сусідніми слов'янськими, у тім-то й полягає, що в мові наших предків приголосні ствердлі перед давніми *e* та *u*. Ні в польській, ані в російській мовах цієї ознаки немає. Наприклад:

а) «Він був членом спілки письменників і його вірші можна легко відшукати в інтернеті. У Бельгії згадують третю річницю від *смерти* митця»;

б) «Стівен Джерард позбавився значної *кількості* коштовних речей. Під час матчу з «Марселем» у помешкання футболіста проникло двоє зловмисників».

3. У словах української мови, що починаються на *i*, після якого стоять приголосні *n* або *p*, початкове *i* треба вимовляти наближено до *u*, так само як у словах *ич, икати, икавка, ирій* та ін. Наприклад:

а) «На практиці – все навпаки. Саме закордонні підручники, а надто з *иноземних* мов, допомагають у шкільній програмі. Звісно ж – неофіційно»;

б) «Її син – студент четвертого курсу біофаку – ще *инколи* зазирає сюди і знаходить для себе корисну інформацію»;



в) «Лазня, через дорогу роздягальня. Коли українські міста будуватимуть *иначе?*»

4. У власних назвах іншомовного походження, як і в загальних назвах такого ж походження, треба вживати *и* (а не *і!*) після приголосних *д, т, з, с, ц, ж (дж), ч, ш, р* перед наступним приголосним (“правило дев’ятки”). Наприклад:

а) «Білий дім сьогодні рятували від вогню. Запалала резиденція *Дика* Чейні, віце-президента Сполучених Штатів»;

б) «Як відомо, за версією «Франс футбол», футболістом року оголошено іншого гравця – *Рикардо* Кака»;

5. У словах іншомовного походження після губних *б, п, в, м, ф* перед йотованими так само, як і в питомих українських словах, треба ставити апостроф і вимовляти ці губні перед йотованими роздільно: *б'юджет, куп'юра, м'юзикл, б'юро*. В абрєвіатурах після приголосного перед йотованим треба ставити апостроф і вимовляти цей приголосний перед йотованим роздільно. Наприклад:

а) «Виписувати стягнення доведеться чи не двом третинам вітчизняних водіїв, твердять у моторно-страховому *б'юрі*»;

б) «Натомість видавництва, які щороку продають рукОписи, звинувачують міністерство в *б'юрократії*»;

в) «Лідерка Б'ЮТу Юлія Тимошенко другий день чекає на свій зоряний час».

6. У сучасному мовленні є низка проблем, пов'язаних з неусталеністю вживання *Ф* чи *Т* на місці грецької *Θ* (теги). Це пов'язано з тим, що чинний правопис, який власне і відображає певним чином вимову, наслідує російський зразок, пропонуючи доволі невпорядкований блок слів грецького походження з літерою *Ф*. А от згідно з нормами правопису 1928 р. грецькі *Θ, Δ* передаються літерами *Т, Ф; ф* (фі) – *Ф; Н, η* (ета) – *Е* (довге). У грецькій мові *Θ* вимовляється як щось наближене до українського *Т*:

Правопис-90:	Грецька мова	Правопис-29:
ефір	αιθήρ	етер
кафедра	καθηδρά	кате́дра
марафон	μαράθῳ	маратон
Мефодій	Μεθόδιαι	Методій
міф	μυθος	міт

Наприклад: «Усі футбольні боги, що зібралися на Олімпі в Атенах, були прихильнішими до Мілана».

8. Не вважати помилкою використання власної географічної назви *Европа* та похідних від неї слів *евро, європейський, Європарламент*

та ін. Цих самих поглядів, до речі, дотримується й один із авторів оновленого правопису 1999 р. Олександр Пономарів. Мовознавець уважає, що потрібно «за зразком Евбея, Евкліда, Еврипіда, Евтерпа, Единбург, Епікур тощо писати й вимовляти *Европа, Евпаторія*». Саме так вони пишуться і вимовляються в оригіналі [1, с. 65]. Наприклад:

а) «Тепер *Европа* перевіряє новорічний асортимент, що його штампують у Піднебесній»;

б) «Розповідає – найдешевша ялина у них двадцять п'ять *єврів*».

9. Відомо, що звукосполучка *-ia-* не характерна для української фонетики. Українській мові властиве оминання збігу двох голосних. Тому вона робить це за рахунок заміни *А, Е, У, І* на йотовані *Я, Є, Ю, Ї*. Тому пишемо: *фаЯнс, епопеЯ, алеЯ, феЯ, матеріЯл, спеціЯльний, проЄкт, фоЄ, медіЮм, тріЮмф*. Наприклад:

а) «Самого автора вже немає, тому *ініціаторами* видання стала Спілка української молоді»;

б) «Щоправда, в МОК зауважили, що це не станеться раніше *Олімпіади 2020-го року*».

Висновки. Ось такою є ситуація з орфоєпією на телеканалах «СТБ» та «Новий канал» – зі своїми особливостями і правилами. Випадків недотримання політики каналу журналістами в частині начитування слів за «харківським правописом» не спостерігалось – вони озвучували редаговані тексти систематично і чітко. Утім, коли йдеться про орфоєпію у новинних програмах загалом, то можна дійти висновку, що за грамотністю медіаоблич зазвичай не стежать і штрафують журналістів та ведучих, наприклад, лише за помилки в титрах або суржик, але не за вимову. А тимчасом слід пам'ятати, що відхилення від норм орфоєпії того чи того журналіста – це помилка, яка поширює неграмотність на глядачів телепрограми.

Тож, як бачимо, проблеми неправильної вимови у новинних телевізійних програмах, і не лише новинних, вельми актуальні для українського телебачення і потребують наукового та практичного вирішення. Це питання самоповаги й поваги до своїх глядачів. Слід дбайливо ставитися до власного мовлення, працювати над артикуляцією та засвоєнням орфоєпічних норм.

У цьому дослідженні також завдяки аналізу бесіди з літературними редакторами «СТБ» та «Нового каналу» було зроблено спробу сформулювати бачення стану побутування і впровадження норм Правопису 1928 р. М. Скрипника на телеканалі «СТБ» та проаналізувати найпоширеніші помилки в новинах обраних для вивчення телеканалів («Репортер» і «Абзац!» на «Новому каналі» та «Вікна»



на «СТБ»). Такі мовні дискусії, як у випадку з телеканалом «СТБ», спонукають дедалі більше людей замислюватися над мовним питанням, шукати на них правильні відповіді та дотримуватися питомих норм мовної поведінки. Дуже хотілося б, аби якомога більше журналістів замислювалися над своєю вимовою, вдосконалювали її та подавали добрий приклад своїм телеглядачам.

Подяки. Автор статті висловлює подяку Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, зокрема кафедрі мови і стилістики та кандидатів філологічних наук Д. Данильчуківі за можливість виходу цієї публікації.

1. Пономарів О. Фонема г та ґ. Словник і коментар / О. Пономарів. – К. : Либідь, 1997. – С. 65–68.
2. Кроткевич Є. Українська мова. Фонетика і правопис / Є. Кроткевич. – К., 1930.
3. Наконечний М. Значення орфоепічних норм // Сучасна українська літературна мова. Вступ. Фонетика / за ред. І. Білодіда. – К., 1969.
4. Погрібний М. Українська літературна вимова / М. Погрібний. – Дніпропетровськ : Трансформ, 1992. – 25 с.
5. Голоскевич Г. Правописний словник / Г. Голоскевич. – Нью-Йорк : Вид. Т-во «Книгоспілка»; Секція Мовознавства Української Вільної Академії Наук США, 1962. – 451 с.
6. Хоменко Л. Асиміляція за глухістю в сучасній українській літературній мові // Лінгвістичні студії. – Черкаси, 1997.
7. Прокопова Л. Приголосні фонemi сучасної української мови / Л. Прокопова. – К., 1958.
8. Єлісовенко Ю. Ораторське мистецтво: постановка голосу й мовлення : навч. посіб. / Ю. Єлісовенко ; за ред. В. В. Різун. – К. : Атіка, 2008. – 204 с.
9. Шевченко Л.Ю. Структура ефірного твору // Наукові записки Інституту журналістики. – 2003. – Т. 11. – С. 127–132.
10. Шевченко Л. Ю. Аудіальна інтерпретація естетичного в ефірному творі // Вісник Київ. нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. Сер. : Журналістика. – К., 2004. – № 12. – С. 53–54.
11. Маргалик В. Проблеми орфоєпії в молодіжних телепрограмах [Електронний ресурс] // Бібліотека Інституту журналістики. – 2004. – URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=14812004> (18.12.2013).
12. Єременко С. SOS! Рівень журналістів катастрофічно падає [Електронний ресурс] // Телекритика. – 06.12.2012. – URL: <http://www.telekritika.ua/daidzhest/2012-12-06/77284> (27.11. 2013).
13. Шевченко Л. Ю. Сучасна українська мова : довідник / Л. Ю. Шевченко, В. В. Різун, Ю. В. Лисенко ; ред. О. Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1993. – 336 с.
14. Практикум зі стилістики української мови: науковий та офіційно-діловий стилі : навч. посіб. для вищ. навч. закл. / Є. І. Світлична, А. А. Берестова, Ю. О. Цвяшко, Н. В. Піддубна, Л. Г. Жук. – Х. : Вид-во НФАУ ; Золоті сторінки, 2002. – 256 с.

15. Кравченко М. Мовний «безпредел» [Електронний ресурс] // Телекритика. – 27.04.2012. – URL: <http://www.telekritika.ua/media-suspilstvo/view/2012-04-27/71517> (10.11.2013).

16. Куньч З. Універсальний словник української мови / З. Куньч. – Тернопіль : Навчальна книга «Богдан», 2005. – 848 с.

17. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо / Б. Антоненко-Давидович. – К. : Либідь, 1991. – 254 с.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Mordiuk Alina

The problem of compliance with norms of pronunciation in news programs on the Ukrainian television channels

The most typical mistakes made by the Ukrainian TV journalists and newsreaders are analyzed in the article. The peculiarities of use of the norms of pronunciation in the news programs are also analyzed in this article. The attention is focused on the TV channels «STB» and «Novyj kanal». In particular, the peculiarities of pronunciation in the program «Vikna» on «STB» TV channel are structured with explanations of the literary editor why the pronunciation of journalists and presenters of the program should be that way. It is considered the basic spelling rules of 1928, which are guided on «STB». During the interview with the literary editor of «STB» and «Novyj kanal» Victor Kabak and Iryna Synina it was found the cases in which the journalists, presenters and editors made mistakes more often. Also it was determined the causes of violation by media specialists of norms of pronunciation.

Keywords: orthoepy, TV, spelling error, spelling, pronunciation.

Мордюк Алина

Проблема соблюдения орфоэпических норм в новостных программах украинского телевидения

Цель нашей статьи – определить самые типичные орфоэпические ошибки журналистов и ведущих информационных программ на украинском телевидении и проанализировать особенности применения орфоэпических норм в программах новостей. В процессе исследования внимание акцентировано на телеканалах «Новий канал» и «СТБ». В частности структурированы особенности произношения в программе «Вікна» на телеканале «СТБ» с объяснением литературного редактора, почему произношение журналистов и ведущих программы должно быть именно таким. Рассмотрены основные правила правописания 1928 г., которыми руководствуются на этом канале. В процессе интервью с литературными редакторами «СТБ» и «Нового канала» Виктором Кабаком и Ириной Сыниной выяснено, в каких случаях журналисты, ведущие и редакторы ошибаются чаще всего. Также установлены причины нарушения медиарботниками орфоэпических норм.

Ключевые слова: орфоэпия, телевидение, ошибка, правописание, произношение.



Наталія Драган-Іванець,
аспірантка

УДК 007.304.659.3

Паралінгвістичні засоби креолізованого інтернет-тексту

У статті проаналізовано паралінгвістичні засоби креолізованого інтернет-тексту. Розглянуто конкретні зразки мультимедійних текстів на прикладі інтернет-видання «Тексти» (<http://texty.org.ua>). Досліджено інфографіку та інтерактивну візуалізацію даних цього видання як приклад нових паралінгвістичних засобів. Іконічне, аудіальне та мультимедійне оформлення креолізованого електронного тексту розширює, структуралізує та комплексно відображає подану інформацію.

Ключові слова: креолізований текст, паралінгвістичні засоби, інфографіка, інтерактивна візуалізація даних.

Вступ. У сучасній комунікації у зв'язку з розвитком мультимедійних засобів зростає значення візуальної інформації у ЗМІ. Без сумніву, дослідження текстів електронних медій повноцінне тільки при комплексному вивченні особливостей співфункціонування вербальних та паравербальних елементів, які утворюють єдине візуальне, структурне та змістове ціле і чинять комплексний вплив на адресата.

Актуальність теми зумовлена тим, що останнім часом медіадослідники особливо увагу звертають на графічну семантику електронного тексту, тим-то в наш час активно розробляється проблематика інструментарію невербальних засобів інтернет-текстів. Це й створило підґрунтя для виникнення нової характеристики тексту з позиції наявності в ньому несловесних елементів – креолізованості. Мета статті – дослідити різновиди паралінгвістичних засобів креолізованого тексту, проаналізувати та проілюструвати інфографіку та інтерактивну візуалізацію даних як приклад електронних паралінгвістичних засобів.

Креолізований текст першими виокремили російські психолінгвісти Ю. Сорокін та Е. Тарасов («Креолізовані тексти та їх комунікативна функція»); ґрунтовну класифікацію креолізованих текстів розробила дослідниця Е. Анісімова («Про цілісність та зв'язність креолізованих текстів», «Лінгвістика текстів та міжкультурна комунікація (на матеріалі креолізованих текстів)», «Особливості декодування інформації в креолізованому тексті»); про три різновиди нелінійного тексту: монокодовий, дикоковий (креолізований) та по-

лікодовий, зазначає у своїх розвідках Л. Большакова («Про зміст поняття “полікодовий текст”»). Креолізований текст також досліджували А. Бернацька, Л. Большиянова, Н. Валгіна, Л. Головіна, Г. Ейгер, А. Зенкова, О. Каменська, В. Ключанов, Е. Лазарева, Н. Месхишвілі, А. Міхеєв, О. Пойманова, А. Сонін, Р. Якобсон, Д. Чигаєва.

Методи дослідження. У статті використано комплекс загальнонаукових методів дослідження (емпіричних та теоретичних): метод концептуального аналізу – для з'ясування дефініції «креолізований текст»; метод аналізу, синтезу та порівняння – для виокремлення різновидів креолізованого тексту; ілюстративний метод – для добирання прикладів з матеріалів інтернет-видання «Тексти».

Мережевий гіпертекст доцільно розглядати як *текст креолізований*, тобто «текст, фактура якого складається з двох негомогенних частин: вербальної (мовної / мовленнєвої) та невербальної (яка належить до інших знакових систем на відміну від природної мови)» [1, с. 180]. Для загальної характеристики всіх паралінгвістичних текстів є низка термінів. Наприклад, дослідниця А. Бернацька пропонує використовувати термін «*полікодовий текст*», який точно характеризує наявність у тексті кількох складників [2]. Залучення до вербальної структури тексту компонентів інших знакових систем не ускладнює його сприйняття, а навпаки, допомагає швидше сприймати інформацію, а в деяких випадках навіть спрощує розуміння текстів, збагачує можливості для їх інтерпретацій. Дослідник Д. Чигаєв для характеристики негомогенних мовних утворень пропонує термін «*семіотично збагачений текст*» [2]. Проте на позначення текстів, у яких вербальний та невербальний компоненти є органічними частинами єдиної монолітної композиції, введений у науку 1990 р. Ю. Сорокіним та Е. Тарасовим динамічний термін «*креолізований текст*», який активно нині використовують дослідники цього феномена (Е. Анісімова, Н. Валгіна, А. Бернацька, М. Ворошилова та ін.) [2].

Первинне значення слова «*креолізація*» – «*процес утворення нових етнічних груп шляхом змішання декількох контактуючих етносів*» [3]. Спочатку креолами називали дітей змішаних шлюбів іспанських і португальських поселенців з місцевими жителями, що народилися в Латинській Америці. Пізніше креолами стали йменувати всіх нащадків європейських переселенців на територіях колоній у Північній та Південній Америці. Процес взаємодії кількох етносів на одній території неминуче призводить до взаємодії їхніх національних мов. Звідси походить друге, вузьколінгвістичне значення



терміна: *креолізація* – «процес формування нової мови (змішаної за лексикою і граматиною) в результаті взаємодії декількох мов» [3], процес, що триває після піджинізації. Відповідно, креолізованими (креольськими) називають мови, що виникли в результаті змішування кількох мов. У 1990 р. Ю. Сорокін та Е. Тарасов запропонували термін «креолізовані тексти» на позначення текстів, «фактура яких складається з двох негомогенних частин». Отож, є три розуміння терміна «креолізація»: «загальне», «лінгвістичне» і «текстуальне».

Досліджуватимемо паралінгвістичні засоби креолізованого тексту на прикладі інтернет-видання «Тексти» (<http://texty.org.ua>). Творчі сайту позиціонують себе як журналісти, котрі пишуть для людей, яким подобається думати. Однак новизна цього видання полягає в активній роботі над новим напрямом у журналістиці – візуалізацією даних. Чимало журналістських матеріалів супроводжуються інфографікою або ж інтерактивною візуалізацією даних. «TEXTY.org.ua – суспільно-політичне та аналітичне інтернет-видання, що поєднує професійну і так звану «народну журналістику». Колектив складається з групи професійних редакторів, які видавали журнал «Український тиждень» у перший рік його існування, але припинили співпрацю через конфлікт з інвестором. Видання почало виходити з червня 2010 року» [4]. Інтернет-ЗМІ працює у двох напрямках: традиційна журналістика і журналістика даних. У традиційній журналістиці «Тексти» сповідує концепцію «повільних медіа». Такий підхід передбачає відмову від подання «смажених фактів» і робить акцент на вдумливому обговоренні важливих суспільних проблем. Мета видання – цікаві та розумні тексти [4].

Як зазначають дослідники, «текст, який існує у віртуальному інтернет-просторі, не може обмежуватися тільки традиційними невербальними елементами (світлинами, малюнками, таблицями, схемами, шрифтами, кольорами, друкарськими знаками тощо), тому змушений виробляти власні, специфічні засоби та максимально повно використовувати їх образотворчі властивості» [5, с. 74]. «Якщо у традиційній інтерпретації креолізованих текстів невербальний компонент розуміється як винятково графічний, то з появою текстів особливого типу (електронного – Н. Д.-І.) виникає потреба розширити межі змісту поняття «невербальний компонент тексту» у зв'язку з залученням не тільки графічних, а й аудіальних і динамічних компонентів (мультиплікаційних, музичних, мовних фрагментів) віртуального тексту, що також варто віднести до показників креолізованості» [5, с. 74]. У повсякденному спілкуванні до невербальних засобів комунікації зараховують: жести, міміку, інтонацію,



погляд, а в мережевому тексті застосування невербальних засобів комунікації має свою специфіку, яка полягає в можливості використання тексту, схеми чи навіть відеозображення з метою повного донесення інформації до її споживача [6]. Важливим елементом персвазивного впливу на читача у багатьох креолізованих текстах, звісно, є можливість використання відеоматеріалів. До прикладу, на сайті «Текстів» маємо окремий сегмент «Відео»: «Фантастичне виконання українського гімну Джамалою» (ВІДЕО), «Чи дозволите ви незнайомій людині спати у вас на плечі, у метро?» (ВІДЕО), «Як буде виглядати знаменитий собор «Саграда Фамілія» у Барселоні після добудови» (ВІДЕО) тощо [7].

Детальну концепцію видів внутрішньотекстових структурно-семантичних відношень між вербальними та візуальними (іконічними) елементами креолізованих текстів знаходимо в Е. Анісімової [8, с. 15]. Дослідниця поділяє креолізовані тексти на *тексти з повною креолізацією, тексти з частковою креолізацією, тексти з нульовою креолізацією*. *Тексти з повною креолізацією* – це тексти, де зображення є обов'язковим елементом тексту, без якого він втрачає власну текстуальність [8]. Здебільшого на сайті «Тексти» розміщуються відеоматеріали з повною креолізацією, оскільки малооб'ємний текст буде голосливим без відео. Наприклад, матеріал «Марс в 3D. Чудова імітація польоту над Червоною планетою» [7] супроводжується використанням незначної вербальної інформації, адже спрямований на зорові відчуття від перегляду тривимірного ландшафту, змодельованого на основі реальних подій з борту апарата «Марс-експрес» і повторює марсіанський рельєф з рекордною точністю. Або ж відеоматеріал «Їжте нашу ковбасу! Ох...ая ковбаса!» І ці люди блокують наш шоколад!?» [7], який супроводжується тільки оцим вербальним текстом: «Росія весь час лякає нас тим, що після підписання асоціації з ЄС в Україну хлине потік товарів з Європи. При цьому як альтернативу Росія, зрозуміло, бажає запропонувати нам потік своїх товарів з Митного союзу. Про те, що то за товари, якнайкраще свідчить ось таке відео з одного російського м'ясокомбінату» [7]. Із тексту ми не до кінця розуміємо, про що мовиться. А от на відео бачимо, як робітник м'ясокомбінату збирає м'ясний фарш з підлоги та іронічно закликає їсти цю ковбасу і витратити на неї свої гроші. *Тексти з частковою креолізацією* – це тексти, де візуальна частина є порівняно незалежною від вербальної [8]. Здебільшого це використання світлин, відео, таблиць, які тільки підсилюють персвазивний вплив вербального тексту, але не є основою журналістського тексту. До прикладу, матеріал «Кожен деся-



тий українець перебуває за межею бідності» [7] – цілком самостійний вербальний текст, але світлина з бабцею, яка рахує мізерні копійки на своїй долоні, підсилює персвазивний вплив. *Тексти з нульовою креолізацією* – це тексти, де зображення відсутнє [8].

На думку дослідниці Е. Анісімової, є два основні види співвідношень між вербальними та візуальними (іконічними) елементами: *автосемантичні* (відносна незалежність вербальних та невербальних елементів одні від одних) та *синсемантичні* (залежність вербального компонента від невербального). «Автосемантичні відношення мають такі підвиди: прямий денотативний зв'язок між вербальними та іконічними знаками, опосередкований (асоціативний) денотативний зв'язок та непрямий денотативний зв'язок, коли за вербальними та невербальними знаками закріплені різні значення одного й того самого слова. Синсемантичні відношення реалізуються в таких типах зв'язків: залежність вербального компонента від візуального у вираженні й за змістом (структурний, дейктичний та ідентифікаційний типи зв'язку) та залежність вербального компонента од візуального тільки змістом (відсутність змістової самостійності вербального компонента щодо невербального, наявність змістової самостійності та змістова суперечність між двома компонентами)» [9, с. 74–78]. Отож, зв'язок між вербальними та паравербальними компонентами тексту може бути явним (*емпліцитним*) або опосередкованим (*імпліцитним*), його встановлення базується на поглибленому дослідженні текстових компонентів і залежить здебільшого від фонових культурних знань адресата [10].

Візуальна інформація сприймається швидше й краще за вербальну і «претендує на високий ступінь вірогідності» [11, с. 115], а отже, паравербальний складник креолізованого тексту має більше можливостей привернути увагу адресата, персвадувати та стимулювати його пізнавальну діяльність. Одночасно наявність невербального складника в тексті сприяє оптимізації адекватного сприймання його вербальної частини, а також збільшує інформаційно-прагматичний потенціал текстів шляхом представлення додаткової інформації.

Чимало матеріалів в інтернет-виданні «Тексти» супроводжуються інфографікою або ж інтерактивною візуалізацією даних. Наприклад, добірка матеріалів актуальної для сьогодення України теми євроінтеграції має навіть спільну назву, яка передбачає використання невербальних засобів: «Угода про асоціацію. Україна та ЄС: шлюбний контракт у картинках» [7]. Десяток матеріалів про євроінтеграцію проілюстровані інфографікою: «Експорт в ЄС після Угоди про асоціацію: послуги», «Як Угода про асоціацію з ЄС зменшить корупцію», «На чому роблять бізнес в Україні і ЄС», «Експорт в ЄС після

Угоди про асоціацію: товари сільського господарства», «Угода про асоціацію з ЄС: соціальна політика й освіта», «Наука, космос і технології. Українським науковцям Асоціація дозволяла б нормально працювати вдома» [7]. На графіці наявні позначки «і». При кліці на них відкривається вікно з додатковою інформацією. Це яскравий приклад того, що інфографіка (яка зовні схожа на колишні таблиці) має ще й своєрідні гіпертекстові посилання.

Як зазначає один з авторів «Текстів» Анатолій Бондаренко, журналістика даних відрізняється від звичайної лише отриманням та обробкою даних за допомогою мов програмування та застосуванням «візуального мислення», яке допомагає охопити й зрозуміти більшу кількість даних [12]. «Візуалізація даних – інструмент для інтерактивного навчання та дослідження даних, під час якого людина активно дізнається відповіді на запитання, відкриває щось нове» [12], – зауважує в електронному конспекті А. Бондаренко. «Інформаційна графіка або інфографіка – це графічне візуальне подання інформації, даних або знань, призначених для швидкого та чіткого відображення комплексної інформації. Інфографіка поліпшує сприйняття інформації, підвищує можливості зорової системи людини бачити моделі й тенденції» [13]. Як зазначає російський дослідник нових медій А. Скворцов, гасло інфографіки – «Побачив і зрозумів». Інфографіка допомагає систематизувати та структурувати великий за обсягом вербальний матеріал.

Інтерактивні візуалізації на цьому сайті – зразок взаємозв'язку мережевого креолізованого тексту з читачами. За допомогою інтерактивних візуалізацій ми можемо отримати інформацію, яка цікавить саме нас. Наприклад, матеріал «Школи великих міст» [7] дає нам можливість порівняти й проаналізувати рівень підготовки учнів у дев'яти великих містах України згідно з результатами ЗНО. У відповідній графі потрібно тільки обрати предмет і місто, які нас цікавлять, та завдяки можливостям інтерактивної візуалізації одразу отримати результат. Ще одна масштабна робота в цьому напрямі – рейтинг українських вишів на основі результатів зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО) абітурієнтів. У матеріалі «Рейтинг університетів України» («Де в Україні найкращі університети?») [7] за допомогою інтерактивної таблиці батьки та абітурієнти можуть обрати ВНЗ, порівняти ЗНО-рейтинг, кількість поданих на одне місце заяв та платню за навчання.

У журналістському дослідженні «Рейтинг депутатів-прогульників» («Прогульники: хто з депутатів за рік пропустив найбільше засідань Верховної Ради») [7], курсуючи такими собі кольоровими



мільними бульбашками, маємо змогу ознайомитися з переможцями цього рейтингу (часовий період отримання даних: з 25.05.2011 по 25.05.2012). Отож, прізиви місця посіли Арутюнов Гарегін Рафаелович (БЮТ – 100 % прогулів), Лещенський Олександр Олегович (ПР – 100 % прогулів), Ахметов Рінат Леонідович (ПР – 100 % прогулів). Ця інтерактивна візуалізація допоможе віднайти прізвище будь-якого депутата й визначити його відсотковий рівень невідвідуваності засідань Верховної Ради.

Як зазначають дослідники, паравербальні засоби звичайного тексту представлені *параграфемними* та *іконічними* елементами. [14]. А от паралінгвістичні засоби оформлення електронного тексту (креолізованого чи полікодового тексту) мають таку класифікацію: 1) *іконічні* (графічні): світлини, малюнки, формули, таблиці, символи; 2) *аудіальні* (звукові): музичні, мовні фрагменти; 3) *мультимедійні* (інтеграція графіка, звука, динаміки) [14, с. 165]. Усі ці три види паралінгвістичних засобів наявні в оформленні сайту «Тексти». Інфографіка на сайті, який досліджуємо, варто до іконічних паравербальних засобів. А от інтерактивна візуалізація – до мультимедійних, адже це диманічні та змінні графіки.

Звісно, типологія паравербальних текстових компонентів доволі розширена і наявність тих чи тих компонентів у тексті залежить від типу конкретного тексту. «Дослідників креолізованих текстів цікавлять тільки ті паралінгвістичні засоби, які є суттєвими для процесу текстотворення, адже вони виступають носіями інформації як у плані вираження, так і в плані змісту, а отже, під час сприйняття тексту неодмінно враховуватимуться адресатом» [9, с. 72]. Специфіка зорових вражень, що їх створює писемний текст, полягає в його багаторазово зрослій графічній неоднорідності. Це визначається й новими можливостями комп'ютерних технологій, і особливостями породження та сприйняття електронних текстів. «*Графічною неоднорідністю* є вся сукупність зорових вражень, яка передує розумінню смислу до початку читання, а при читанні бере участь у формуванні цього смислу. Виділяють такі аспекти графічної неоднорідності: 1) шрифтове варіювання; 2) графічний образ текстового фрагмента, який є одиницею зорового сприйняття в цілому; 3) нелітерна графіка» [15, с. 93]. Інфографіка та візуалізація даних є яскравим прикладом графічної неоднорідності, яка привертає увагу читача, формує первинне зорове враження та є важливим персвазивним чинником під час сприйняття креолізованого тексту.

У віртуальному тексті поняття невербального засобу розширюється та набуває нових змістових компонентів. «До завдань, які мають ви-

конувати невербальні компоненти (акцентування, утримання уваги та організація спілкування), долучаються додаткові, специфічні для електронного тексту, а саме: організація особливого типу спілкування – віртуального, опосередкованого, отримання зворотньої реакції, формування умов, сприятливих для здійснення інформаційного впливу та комунікації» [16]. Зауважимо, що «адресант використовує невербальні засоби не тільки задля акцентування уваги на найважливіших, на його думку, фрагментах, а й для організації найкращого режиму сприйняття електронного тексту, що в майбутньому полегшить процес його розуміння» [10].

Висновки. У сучасну гіперінформаційну епоху для споживача першочерговою є структуралізація вербальної інформації. Це завдання ефективно виконують паравербальні засоби. Саме паралінгвістичні засоби оформлення креолізованого електронного тексту – іконічні, аудіальні та мультимедійні – розширюють та комплексно відображають інформацію. Значну персвазивну функцію під час сприйняття інформації виконують аудіовізуальні та мультимедійні паралінгвістичні засоби. Однак у систематизуванні інформації чільне місце посідають інфографіка та інтерактивна візуалізація даних.

Основним результатом цього дослідження є ґрунтовний аналіз сучасних креолізованих електронних текстів, їх теоретичного та практичного значення. Показовим є ілюстраційний ряд актуальних матеріалів інтернет-видання «Тексти». Дослідження інфографіки та інтерактивної візуалізації даних становить новий етап у вивченні паралінгвістичних засобів креолізованих текстів.

Подяки. Висловлюю подяку факультету журналістики Львівського національного університету ім. І. Франка та особливо науковому керівникові, професору Яцимирській Марії Григорівні, яка спрямувала дослідження в наукове та актуальне русло.

1. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 180–196.

2. Креолизованный текст [Електронний ресурс]. – URL: http://ru.wikipedia.org/wiki/Креолизованный_текст.

3. Яценко Н. Е. Толковый словарь обществоведческих терминов / Н. Е. Яценко. – С.Пб : Лань, 1999.

4. Texty [Електронний ресурс]. – URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Texty.org.ua>.

5. Грицева А. П. Актуальність питань теорії комунікації // Актуальні проблеми філології та перекладознавства : зб. пр. та доп. Всеукр. наук. конф. – Хмельницький : ХНУ, 2005. – С. 70–81.

6. Іщук С. М. Мережа як простір гіпертекстуальності в контексті культури // Вісник Національного авіаційного університету. Сер.: Філософія. Культурологія :



зб. наук. пр. – К. : Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2009. – № 2 (10). – С. 169–173.

7. *Свіжі* новини України та світу [Електронний ресурс]. – URL: <http://texty.org.ua>.

8. *Анисимова Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. – М. : Академия, 2003. – 107 с.

9. *Анисимова Е. Е.* О целостности и связности креолизованного текста. К постановке проблемы // Филол. науки. – 1996. – № 5. – С. 71–78.

10. *Матвеева С. А.* Сайт як жанр інтернет-комунікації (на матеріалі персональних сайтів учених) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.15 / С. А. Матвеева ; Донец. нац. ун-т. – Донецьк, 2006.

11. *Лильо Т.* Інформаційний відеогедонізм та його вплив на локалізацію ідентичностей // Вісн. Львів. ун-ту. Сер.: Журналістики. – Львів, 2004. – Вип. 25. – С. 115–122.

12. *Бондаренко А.* Конспект лекції з візуалізації Анатолія Бондаренка [Електронний ресурс] // MediaNext. – 23.08.2011. – URL: <http://medianext.com.ua/learn/152-2011-08-23-13-29-12> (24.06.2014).

13. <http://uk.wikipedia.org/wiki/Инфографика>.

14. *Компанцева Л. Ф.* Специфика нормы и узуса в Интернет-дискурсе // Наукові записки Луган. нац. ун-ту. – Луганськ : Альма-матер, 2004. – С. 31–35.

15. *Дедова О. В.* Графическая неоднородность как категория гипертекста / О. В. Дедова // Весник Моск. ун-та. Сер. 9 : Филология. – 2002. – С. 91–103.

16. *Данилюк С. С.* Паралінгвістичні засоби електронної пошти // Гуманітарний вісник. Сер.: Іноземна філологія. – Черкаси : Вид-во Черкас. держ. технол. ун-ту. – 2009. – Ч. 13. – С. 72–75.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Dragan-Ivanets Nataliya

Paralinguistic facilities in creolized internet text

The paralinguistic facilities of creolized internet text are analysed in the article. The concrete samples of multimedia texts are considered on the example of Internet edition «Texts»/«Teksty» (<http://texty.org.ua>). The infographic and interactive visualization of data of this edition are investigated as an example of new paralinguistic facilities. The iconic, audio and multimedia composition of the creolized e-text extends, structures and represents the given information in all-inclusive format.

Keywords: creolized text, paralinguistic facilities, infographic, interactive visualization of data.

Драган-Иванец Наталья

Паралингвистические средства креолизованного интернет-текста

В статье проанализированы паралингвистические средства креолизованного текста. Рассмотрены конкретные образцы мультимедийных текстов на примере сайта <http://texty.org.ua>. Исследованы инфографика и интерактивная визуализация данных как пример паралингвистических средств. Иконическое, аудиальное и мультимедийное оформление креолизованного электронного текста расширяет, структурирует и комплексно отображает поданную информацию.

Ключевые слова: креолизованный текст, паралингвистические средства, инфографика, интерактивная визуализация данных.



Елліна Циховська,

д-р філол. наук

УДК 007: 304: 001

«Суспільство спектаклю» : перспективи та загрози сучасних ЗМІ

У статті розглянуто різноманітні концепції та погляди на перспективи та загрози функціонування засобів масової інформації та їх впливу на сучасне суспільство та реальність людини в цьому суспільстві.

Ключові слова: медіа, образ, візуальне, споживання, спектакль, снафф-фільми, відчуженість, реер-шоу, онлайн-камери, мем, інтерактивність, галактика інтернет, прогерія.

Засоби масової інформації сприймали як позитивний прогрес з далекоглядними перспективами такі дослідники, як М. Маклюен, М. Кастельс, натомість на загрозі від швидкого технологічного розвитку акцентували П. Вірільо, С. Жижек, Е. Тоффлер та ін., що й зумовило актуальність цього дослідження, у якому розглянуто різноманітні концепції та погляди на перспективність і небезпеку функціонування засобів інформаційного простору та їх впливу на сучасне суспільство та реальність людини в цьому суспільстві.

М. Маклюен у праці «Розуміння медіа» наводить міф про Нарциса, основна ідея якого зводиться, на думку вченого, до того, що «люди миттєво опиняються зачаровані будь-яким розширенням самих себе в будь-якому матеріалі, крім них самих» [15, с. 50]. Продовжуючи думку М. Маклюена, ми б додали до неї те, що сучасна людина замилувана світом медіа настільки, що, подібно Нарцису, бачить себе у візуалізованому екрані мас-медіа. Іноді вона бачить на поверхні води свій удосконалений, покращений образ, а іноді дещо викривлений, що допомагає людині усвідомити можливі модифікації – екран відхилення в різні боки, а це на тому чи іншому етапі життя сприяє самоаналізу особистості, показує, розширює і спонукає до потенційних життєформ.

Візуальне складає головний чинник нашої пам'яті, яка має справу з будь-якими коли-небудь побаченими образами. Більшість інформації отримано візуально. «Образи, як і слова, – це фіксація, зберігання і репродукування інформації», пише М. Володіна [4, с. 32], з чим і працює наша уява.

У речах і через речі людина самостверджується, речі допомагають їй, за М. Гайдеггером, відчувати власну реальність існування, справж-



ній смак буття. Речі навіть спровокували людину на створення науки про річ, зокрема М. Епштейну належить термін і термінологічне обґрунтування так званої «реалогії», речезнавства (від лат. «res» – річ) – «гуманітарна дисципліна, що вивчає одиничні речі та їх екзистенційний сенс у співвідношенні з діяльністю і самосвідомістю людини» [7, с. 346].

Сучасне суспільство функціонує за рахунок речей, випродукованих ним. «Споживати – значить виробляти, – пише В. Ільїн. Просто при використанні цих слів фокус зміщується» [10, с. 25]. Проте, беручи на себе функції Деміурга, навряд чи суспільство знало, що стане невідомим своєї ж продукції. А це очевидно. Речі є головними героями рекламного простору, який працює найчастіше з візуальністю, яка волає більш до нашої уяви і фантому мрії, ніж до наших потреб, як зазначає Е. Фромм у «Здоровому суспільстві»: «Ми фактично «поглинаємо» плід нашої уяви, втративши зв'язок з реальним продуктом, який ми споживаємо. Наш смак, наше тіло виключені з акту споживання, хоча вони спочатку пов'язані один з одним. Ми «п'ємо» ярлики. З пляшкою «кока-коли» ми випиваємо рекламне зображення симпатичних хлопчика й дівчинку, що п'ють цей напій, випиваємо девіз [...], випиваємо знамениту американську звичку» [19, с. 155].

Реклама додає неабиякої значимості іноді другорядному предметові, але затуманює погляд на реальну його вартість; смакові надбавки, які покращують їжу, але в переважній більшості є шкідливими; силікон, що працює з видимістю, штампуючи одноманітні образи тощо. Людина постає в реляціях з продуктом своєї праці, підпорядковуючись йому, вживаючи його і тим самим будучи спожитим ним. Речі як такі викликають у людини реакції, підпорядковані знаменитій «AIDA-model»: пробудити увагу (Attention), привернути інтерес (Interest), стимулювати бажання (Desire) та викликати дію (Action).

Споживання як одну з основних уразливих рис суспільства виокремлював Е. Фромм у праці «Здорове суспільство». «Суспільство споживання» Ж. Бодрійяра в рецепції Гі Дебора отримує назву «суспільство спектаклю», оскільки, за словами мислителя, у сучасному світі «...усе життя проявляється як величезне нагромадження вистав. Усе, що раніше сприймалося безпосередньо, відтепер відтіснене в уявлення», а сама реальність «розглянута по частинах, [...] у вигляді особливого, самостійного псевдосвіту, який можна лише споглядати» [5, с. 9].

Ф. Фукуяма протиставляє оптимізму дев'ятнадцятого століття песимізм двадцятого, який і підготував ґрунт для катастрофічних

візії майбутнього: «Наш власний досвід [...] вчить нас, що в майбутньому на нас чекають нові й поки ще невідомі жахи, від фантастичних диктатур і кривавих геноцидів до баналізації життя через сучасний консюмеризм, і безпрецедентні катастрофи – від ядерної зими до глобального потепління» [20, с. 31]. «Справжня пристрасть двадцятого століття – проникнення в Реальну Річ (у кінцевому результаті у руйнівну Порожнечу) крізь павутину видимості» [8, с. 20], – пише С. Жижек у праці «Вітаємо в пустелі реального». Прагнення до якомога глибшого проникнення в реальність і тісного співіснування з нею призводить до виникнення снафф-фільмів (англ. snuff movie, snuff film) – найнебезпечнішого, найжорстокішого жанру ХХІ століття, побудованому як комерційний проект кіноіндустрії, зокрема як фільм, у якому актрису по-справжньому вбивають після сексуальної наруги та фізичних тортур [22].

Снафф-жанр набув різних втілень від зґвалтування з летальним кінцем до любительської зйомки самокатувань, хоча деякі дослідники відмовляють останнім у приналежності до жанру, наполягаючи на основних ключових поняттях снафф-фільмів: головна жертва – жінка, прелюдія – секс, дії – зґвалтування/тортури, розв'язка – убивство головної героїні. С. Жижек – один з митців, який зараховує до снафф-жанру жорстокі видовища, що справді сталися, куди відносить і атаку літаків Всесвітнього торговельного центру, і всілякі знущання людини над своїм тілом в он-лайн режимі. Психологію останнього він розглядає як намагання людини через біль відчутти реальність свого існування. «Снафф-фільми, що звільняють «реальну річ», є, ймовірно, остаточною істиною віртуальної реальності. Існує внутрішній зв'язок між віртуалізацією реальності й нескінченним заподіянням тілу більш сильного болю, ніж зазвичай», – пише філософ [8, с. 20].

Людина постмодернізму характеризується ненаситністю, істинним голодом до «хліба і видовищ», вона, як сучасна реінкарнація відвідувачів гладіаторських боїв у римському Колізеї, волає не до відтворення життя, а до його «відбування» тут і тепер перед ними. Постмодерне суспільство хоче інтрактивності, воно тепер не згодне на театр, йому треба реаліті-шоу без постановки, без акторів, зі справжніми стражданнями, жертвами, відчуттями, врешті-решт смертю. «Геть бутафорію!», – наче промовляє вона. Мало тепер жити в реальності, мало ситуацій/випадків, які їй посилає доля, вона хоче охопити все більше сторін життя, у яке вона закинута насильницьким актом народження.

Сучасна хвороба суспільства – виникнення відчуженості між людьми відбувається як між суспільними одиницями, так і з ураху-



ванням ґендерної приналежності. Воно призводить до того, що вони стали уникати безпосереднього контакту з реальним простором та іншими людьми, віддаючи перевагу спогляданню, чому сприяє встановлення live cameras – відеопередатчиків усюди навколо земної кулі. Більш того, цей інтернет-«вуайерізм», або «ексгібіціонізм», як його називає П. Вірільо в «Інформаційній бомбі», доходить до зворотного зв'язку, до того, що особистість не тільки займається спостереженням за перебігом подій у світі, але й демонстрацією власного життя через веб-камери офісов та кімнат, виставляючи напоказ своє особисте життя. Отже, відчуженість призводить, поперше, до підглядання без контакту за принципом класичного реер-show.

По-друге, роз'єднаність між людьми призводить до самогубства в результаті так званої «аномії» – поняття, уведеного Е. Дюркгеймом у праці «Самогубство» на позначення відхиленої поведінки (самогубства, депресій, апатії тощо), вираженої в процесі руйнації базових елементів культури.

По-третє, міжособистісна комунікація порушена й на рівні реляції «чоловік–жінка», виражена з боку жінки в надмірній самостійності, а з боку чоловіка – у мізогінії, що зазначає Ж. Ліповецький у «Ері порожнечі»: «під впливом неофемінізму значно погіршилися стосунки між чоловіком і жінкою [...]. Жінка, з її сексуальними вимогами і неймовірною здатністю до багаторазового оргазму [...], стає в очах чоловіка загрозливим партнером, що лякає і викликає страждання» [13, с. 105–106]. Жінка, від самого початку позиціонована на Заході як гріховна істота, – образ, яким ми завдячуємо церкві, висунута сьогодні на незвичні для неї в історичній дійсності позиції.

Андроцентрична система цінностей, що на перше місце ставила чоловіка, уже не рятує його. Опинившись у становищі, неприйнятному йому досі, чоловік зненавидів жінку, про що свідчить поява снафф-фільмів, головна жертва яких жінка, чоловік боїться її, через що нерідко вдається до гомосексуальності, оскільки в реальному житті боязнь статевого безсилля зупиняє чоловіка на шляху до завоювання прихильності жінки традиційними мирними засобами. Ж. Дерріда зазначає: «У сучасному суспільстві природний порядок був перевернутий жінками, які захопили владу [...]. Це яскравий приклад насильства й політичної аномалії» [6, с. 335]. Зміна ролей жінки та чоловіка призводить і до синтезу їх в одному змішаному образі, про що пише С. Махліна в «Семіотиці культури повсякденності»: «Криза уявлень про традиційну фемінність та маскуліність, тяжіння до поєднання якостей обох статей в образах моди: «а ля

гарсон» – 20-х, «жінка-воїн» – 30-х, «ділова жінка» – 70-х, тяжіння до гомосексуальності – у 90-х» [16, с. 188].

Суспільство спектаклю полягає в тому, що по суті всі ми сьогодні відтворюємо те, що бачимо по телебаченню – у рекламі, фільмах, шоу. В основі такого суспільства перебуває образ, який нам демонструють, нав'язують і продають. І ми, зберігаючи видимість волі, на правах клієнта начебто вирішуємо брати цей образ чи не брати, хоча насправді все давно визначено іншими, бо, якщо б не було передбачено, не існувало б таких слів і понять, як «засоби масової комунікації», «масова література», нарешті мода, яка притягує приєднанням до культу обраних, що й зазначає Г. Зіммель: «мода означає, з одного боку, приєднання до рівних за положенням, єдність кола, яке вона характеризує, і водночас відокремлення цієї групи від тих, що перебувають нижче неї, визначення їх як тих, що не належать до неї. З'єднувати і роз'єднувати – ось дві основні функції, які тут нерозривно пов'язані...» [9, с. 269].

У «суспільстві спектаклю» немає поділу на глядачів та акторів, оскільки кожен глядач бере безпосередню участь у творенні штучного світу, надаючи свої образи, побоювання, бажання, які й беруться за основу поп-шоу, кожен по суті є співавтором цих шоу, модифікуючи так суспільство спектаклю в «суспільство інтерактивності». Як зазначає Гі Дебор, «конкретне життя кожної людини деградувало, перетворившись на спекулятивний весвіт» [5, с. 14].

Самі люди навчилися розщеплювати/розбирати людську свідомість на образи/картинки, мотивація яких відбувається за рахунок фабрикування можливості їх реалізації. Здобуті з нашої ж свідомості, витягнуті назовні вмільми маркетологами, вони не просто виставляються на загальні оглядини, а відповідно упаковані висуваються на продаж. Отже, людина, відчуваючи спорідненість з цим образом, як матір з дитиною, через невидиму пуповину купує цю витягнуту з її заповітних надр картинку, навколо якої розігрався весь спектакль.

Сучасна людина характеризується спустошеністю через те, що теми й образи її нутра транслиуються в усіх засобах. Здавалось би демонстрація її проблем, якими переймаються й інші, ставлять її на щабель співрозмовника, спів-учасника, але інший бік медалі в тому, що через подібну інтерактивність, доступність образів і відчуженість від них, людина відчуває втрату своєї унікальності, свою масовість, штампованість, бачить себе роботом з конвеєра.

Наше сьогодні або «електронна епоха «Марконі» [14, с. 215] за М. Маклюеном, чи «галактика Інтернет» за М. Кастельсом має свої перспективи, але разом з тим і загрози. Якщо М. Кастельс, слідом



за М. Маклюеном, визнає за інтернетом виключно позитивні впливи на теперішнє та майбутнє суспільства, зазначаючи, що «інтернет по-кликаний стати головним засобом у перетворенні третього світу» [11, с. 18], то Ж. Бодрійяр, навпаки, з підозрою ставиться до цього явища: «Я вважаю, Інтернет – це не рішення, Інтернет сам входить до числа сьогоднішніх проблем, більше того, якраз він-то, мабуть, і становить головну проблему. Висловлені сьогодні ідеї воцаріння якоїсь позитивної комунікативності і навіть перетворення людства в свого роду громаду, на мій погляд, не можуть не викликати сумнівів» [2, с. 95].

Одним із сучасних мережевих негативних надбань є явище кібербулінгу, або інтернет-тролінгу [17] (віртуальне бікування – прояв віртуальної агресії), що за своєю жорстокістю може дорівнюватися полюванню на лисицю. З появою такого каналу масової інформації, як інтернет, з'явилися й схеми шахрайства, утілення яких на новому обітованому ґрунті посилює «синдром Буратіно» (грошові махінації, жертвами яких переважно стають люди похилого віку), переміщуючи вектор з людей похилого віку на всіх інших незалежно від віку.

Всесвітня комп'ютерна мережа інтернет стає середовищем розповсюдження різних мемів – поняття, введеного Р. Докінзом у книзі «Еґоїстичний ген», який пропонує так називати одиницю передачі культурного спадку, за аналогією з розповсюдженням інформації в генофонді, одиницею передачі якого є ген. Меметичний інформаційний цикл працює за такою ж схемою, як генний. Меми є результатом так званого «сарафанного радіо», сортуючись відповідно до наявної моди. Інтернет-співдружність підхопила ідею мемів, перенісши її в площину інтернет-комунікацій, унаслідок чого з'являється багато інтернет-мемів, що поширюються до колосальних масштабів.

Телебачення, на думку А. Черних, провокує нівелювання вікових відмінностей між людьми, заморожування людини в одному стані: «Телебачення – це вікно, через яке діти дізнаються про світ дорослих, який більше не є для них таємницею. Вплив телебачення полягає в гомогенізації традиційних стадій розвитку людини: діти рано стають схожими на дорослих, тоді як дорослі зберігають багато дитячих рис» [21, с. 104].

Відмова людини від реальності на користь альтернативної реальності засобів масової інформації, зокрема, коли телебачення занурює людину в інший світ за допомогою видовищного чинника, чим і приваблює її раз і назавжди, призводить до інформаційної залежності



від екрана. Стосовно цього Н. Кірілова зазначає: «Глядач підсвідомо переносить вигадані образи в реальне життя і проживає його за заданим сценарієм, тому що йому краще жити у фантастичному світі, ніж у реальному та антагоністичному» [12, с. 118].

Стрімкий розвиток ІТ-технологій, впровадження нових технічних новинок актуалізує потребу в постійній «перепідготовці» як «однієї з характерних рис нашого суспільства в галузі професійного знання, суспільної кваліфікації, індивідуального шляху» [1, с. 133]. Це ж призводить до закачування сучасної людини, або, за виразом П. Вірільо, до «кінетозу» від занадто швидкого розвитку комунікацій [3]: «Найбільш юні, з початкової школи приклеєні до монітора, уже уражені гіперкінестезією, пов'язаною з порушеннями діяльності мозку, що веде до серйозного послаблення уваги й раптовим неконтрольованим розрядкам моторної енергії» [3]. Американський футуролог Е. Тоффлер фактично таку саму проблему швидких темпів розвитку технологій суспільства називає «прогерією»: «у метафоричному сенсі всі технологічно розвинені суспільства страждають від цієї дивної хвороби. Вони не старіють і не дряхліють. Але вони відчувають над-нормальну швидкість змін. Багато хто з нас має неясне «почуття», що все відбувається швидше» [18, с. 32].

Катастрофічність світу сучасної людини зумовлена ще одним фактором – зняттям таємниці з Іншого, спровоковане мас-медійною комунікаційною інфраструктурою. Усі покрови скинуті, немає більше таємниць, а тому немає й зацікавленості, ми втрачаємо інтерес до інших, вони не є для нас дивними й незнайомими – «атопос», як називав Сократ будь-якого співрозмовника через невідомість його намірів. І втратою незнайомого Іншого ми зобов'язані соціальним мережам з їх доступною анкетною системою, що являє нам всеозорість і розширеність горизонтів світу Іншого. Якщо в сартрівській «Нудоті» герой прогулюється й зазирає у вікна інших, то ми зазираємо на сторінку Іншого, у його статус, сімейне становище, зацікавленість і водночас кожен хвилину підготовуємо Іншого доданням інформації.

Служби інтернет-знайомств знецінюють важливість зустрічі з іншою особою, оскільки усвідомлення неунікальності зустрічі, можливість за потреби обрати іншу/іншого з листа очікування знецінює особу, яка зустрічається на шляху. Це призводить до формування конвеєрного ставлення до вибору партнера: якщо щось не подобається, не влаштовує в образі іншого, то він як забракована картинка кидається в кошик, а з листа очікування виймається наступний образ, який, ймовірно, так само не знайде застосування. Проблема



«суспільства спектаклю» – це перенасиченість образами: людину вже нічим здивувати, її вабить і відштовхує доступність і чисельність комп'ютерної бази людей, розтиражованість товару, яким у цьому випадку постає людина. Відбувається те, що є, на жаль, характерною рисою/специфікою суспільства споживання – «предмет, настільки розрекламований спектаклем, стає вульгарним і непотрібним, щойно покупець принесе його додому з магазину й розгорне упаковку» [5, с. 36].

Відсутність прямого контакту між людьми відсилає їх до інтернет-технологій, зокрема до соціальних мереж згадуваних уже сайтів знайомств: «Недоліки жіночого буття в реальному житті переносяться у віртуальне середовище, а гендерні проблеми отримують нове наповнення в кіберпросторі» [21, с. 138]. «Позвони мне, позвони» має багато опцій сьогодні. Взаємодія між я та іншим відбувається в очікуванні знаків уваги від іншого, але тепер не на рівні безпосереднього контакту (зустрічі), а опосередкованого (через соцмережі, телефон, скайп тощо).

Образ породжує «суспільство споживання» (Ж. Бодрійяр), «суспільство спектаклю» (Г. Дебор), але й «пустелю реального» (С. Жижек), «еру порожнечі» (Ж. Ліповецький), «шок майбутнього» (Е. Тоффлер), «кінець історії» (Ф. Фукуяма), до чого можна додати більше визначень, зокрема сучасну особистість характеризує прагнення підглянути. Вона підглядає через веб-камери, у реаліті-шоу, на сайтах інтернету, відтворюючи таким чином «реер-show суспільство». Сучасна особистість складає й основу «суспільства інтерактивності», враховуючи її прагнення бути причетним як до важливої, так і незначні події. Інформаційна залежність та прикутість до ЗМІ кожного члена суспільства надає сучасникам визначення як «суспільства маріонеток». Зрештою та сама залежність від отримання постійних новин від мас-медіа робить з нас «суспільство тамагочі», яке в зазначені години отримує провіант, підгодовування у вигляді видовищ, інформації та нових відчуттів.

Висновки. Основу сучасного світу становить образ, з яким і працюють засоби масової інформації, представляючи образи в чисельних актах споживання. Проте образи напоказ мають подвійну природу: приваблюючи й відповідаючи вподобанням людини, вони водночас можуть і спустошувати особистість, нівелюючи таємниці її інтро. Засоби масової інформації, зокрема телебачення, інтернет, кіноіндустрія продукують як позитивні зрушення й далекоглядні перспективи, так і появу певних негативних явищ, серед яких снафф-фільми, кібербулінг, кінетоз тощо. Сучасній людині прита-

манне як ствердження себе в реальності, так і відмова від реальності на користь уявного бутафорського світу, створеного ЗМІ.

1. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры / Жан Бодрийяр ; [пер. с франц.]. – М. : Республика ; Культурная революция, 2006. – 269 с. – (Мыслители XX века).
2. *Бодрийяр Ж.* Пароли. От фрагмента к фрагменту / Жан Бодрийяр ; [пер. с франц. Н. Сулова]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2006. – 199 с. – (Серия «Академический бестселлер»).
3. *Вирилио П.* Информационная бомба. Стратегия обмана [Электронный ресурс] / Поль Вирилио. – URL: <http://lib.guru.ua/POLITOLOG/virilio.txt>.
4. *Володина М. Н.* Язык массовой коммуникации – особый язык социального взаимодействия / М.Н. Володина // Язык средств массовой информации : учеб. пособ. для вузов / [под. ред. М.Н. Володиной]. – М. : Академический проект ; Альма матер, 2008. – С.27–47.
5. *Дебор Г.* Общество спектакля / Ги Дебор ; [пер. с франц.]. – М. : Опустошитель, 2011. – 175 с.
6. *Деррида Ж.* О грамматологии / Жак Деррида ; [пер. с франц.]. – М. : "Ad Marginem", 2000 – 511 с.
7. *Эпштейн М.* Реалогия / Михаил Эпштейн // Проективный философский словарь : Новые термины и понятия / [под ред. Г. Л. Тульчинского, М. Н. Эпштейна]. – С.Пб : Алетейя, 2003. – С. 346–350.
8. *Жижек С.* Добро пожаловать в пустыню Реального / Славой Жижек ; [пер. с англ. А. Смирного]. – М. : Фонд «Прагматика культуры», 2002. – 160 с.
9. *Зиммель Г.* Избранное : в 2 т. / Георг Зиммель. – М. : Юрист, 1996. – Т. 2 : Совершение жизни. – 596 с. – (Лики культуры).
10. *Ильин В. И.* Потребление как дискурс : учеб.-метод. пособ. / В. И. Ильин. – С.Пб : Интерсоцис, 2008. – 446 с. – (Серия «Библиотека современного гуманитарного знания»).
11. *Кастельс М.* Галактика Интернет: размышления об Интернете, бизнесе и обществе / Мануэль Кастельс ; [пер. с англ. А. Матвеева]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2004. – 328 с. – (Серия «Академический бестселлер»).
12. *Кириллова Н. Б.* Медиакультура : от модерна к постмодерну / Н. Б. Кириллова. – [2-е изд. ; перераб. и доп.]. – М. : Академический проект, 2006. – 448 с. – («Технологии»).
13. *Липовецки Ж.* Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме / Жиль Липовецки. – С.Пб : Владимир Даль, 2001. – 329 с.
14. *Мак-Люэн М.* Галактика Гутенберга : сотворение человека печатной культуры / Маршалл Мак-Люэн. – К. : Ника-Центр, Эльга, 2004. – 432 с. – (Серия «Сдвиг парадигмы. Вып.1»).
15. *Маклюэн М.* Понимание медиа : внешние расширения человека / Маршалл Маклюэн ; [пер. с англ. В. Николаева]. – М. : Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц» ; «Кучково поле», 2003. – 464 с. – (Центр Фундаментальной Социологии).
16. *Махлина С.* Семиотика культуры повседневности / Светлана Махлина. – С.Пб : Алетейя, 2009. – 232 с.
17. *Найденова Л.* Кибер-буллинг : опасное виртуальное «быкование» [Электронный ресурс] / Любовь Найденова. – URL: <http://psyfactor.org/lib/cyber-bullying.htm>.



18. *Тоффлер Э.* Шок будущего / Элвин Тоффлер ; [пер. с англ.]. – М. : «Издательство АСТ», 2002. – 557 с. – (Philosophy).

19. *Фромм Э.* Здоровое общество // Фромм Э. Здоровое общество. Догмат о Христе / Эрих Фромм ; [пер. с нем.]. – М. : Аст «Транзиткнига», 2005. – 571 с. – (Philosophy).

20. *Фукуяма Ф.* Конец истории и последний человек / Фрэнсис Фукуяма ; [пер. с англ. М. Левина]. – М. : «Ермак», 2004. – 588 с. – (Philosophy).

21. *Черных А.* Мир современных медиа / Алла Черных. – М. : Изд. дом «Территория будущего», 2007. – 312 с. – (Серия «Университетская библиотека Александра Погорельского»).

22. *Brunvand J.-H.* Snuff films // Brunvand Jan Harold. URL: <http://www.google.com.ua/search?hl=ru&tbo=p&tbm=bks&q=inauthor:%22Jan+Harold+Brunvand%22Encyclopedia+of+Urban+Legends> / Jan Harold Brunvand. – Updated and expanded edition. – Santa Barbara : ABC-CLIO, 2012. – 782 p.

Подано до редакції 23. 10. 2014 р.

Tsykhovska Elina

«Society of the performance»: prospects and threats of the modern media

The article deals with the various conceptions and visions at the perspectives and threats of media's functioning and their influence on the contemporary society and the person's reality in this society.

Keywords: media, image, visual, consumption, performance, snuff movie, alienation, peep-show, live cameras, meme, interactivity, internet galaxy, progeria.

Циховская Элина

«Общество спектакля»: перспективы и угрозы современных СМИ

В статье рассмотрены разные концепции и взгляды на перспективы и угрозы функционирования средств массовой информации и их влияния на современное общество и реальность человека в этом обществе.

Ключевые слова: медиа, образ, визуальное, потребление, спектакль, снафф-фильмы, отчужденность, рэер-шоу, онлайн-камеры, мэм, интерактивность, галлактика интернет, прогерия.

СТИЛЬ І ТЕКСТ

Щорічний науковий збірник

Випуск 15

2014 рік

Електронна версія видання:

<http://www.nbuv.gov.ua> (Наукова періодика України) – НБУ ім. В. І. Вернадського;

<http://www.library.univ.kiev.ua> – НБУ ім. М. Максимовича;

<http://www.journlib.univ.kiev.ua> – Бібліотека Інституту журналістики;

<http://www.journ.univ.kiev.ua> – електронна бібліотека Інституту журналістики.

Над випуском працювали:

Редактор **Марина Слов'янова**

Редактор англійських текстів **Наталія Ващенко**

Коректор **Наталія Бабійчук**

Технічний дизайн **Олени Задорожної**

Комп'ютерне редагування та верстка **Олени Задорожної**

Технічний редактор **Вікторія Шевченко**

Художній редактор **Олена Поліщук**



Підписано до друку 30. 12. 2014 р.
Формат 60x84/16. Друк трафаретний.
Обл.-вид. арк. 15,0.
Ум. друк. арк. 13,95.
Наклад 500 прим.

Адреса редакції:
04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1,
Інститут журналістики,
кімн. 103-А.
Тел.: 481-45-48;
факс 483-09-81,
e-mail: vydav_grup@ukr.net

Надруковано в друкарні ФОП ПАЛИВОДА А. В.
03061, м. Київ, пр-т Відродний, 95/Е;
тел./факс (044) 351-21-90. Зам. № .