

Bardakov Y.V., Tyapkina N.I.
Zaporizhzhya National University

THE TYPOLOGY OF ENTERTAINMENT TV PROGRAMS

Summary

The article describes and analyzes the various typologies of contemporary Ukrainian entertaining TV programs. The features of the functioning of various formats in the Ukrainian television. The structure and content of entertainment programs on Ukrainian television. Presented the typologies of entertainment genre different native and foreign researchers. We highlighted the essence and the main task of entertainment TV.

Keywords: television program, genre, format, entertainment, infotainment, Ukrainian TV, typology.

УДК 82-92:811.161.2

МОВНА ГРА ЯК ПРОЯВ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ ТЕНДЕНЦІЇ У ЖУРНАЛІСТСЬКОМУ ТЕКСТІ

Гершун Г.О.

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

У статті досліджено прийоми мовної гри у контексті парадигми постмодернізму на матеріалах електронних версій видань «День», «2000» та «Сьогодні». Здійснена аналітична робота дозволила виділити та класифікувати основні види мовних ігор у журналістських творах, що притаманні саме постмодерністському напрямку: специфічні метафори, прийоми словотворення, інтертекстуальність, каламбури. Були визначені їх головні функції та особливості вживання. Зазначені прийоми перетворюють журналістський текст на різновид гіперреальності. Такий матеріал існує незалежно від дійсності, адже він наповнений вже не фактами, а їх трактуваннями, про які повідомляє реципієнту іронічна оцінка або знижений тон. Цим дослідженням ми підтверджуємо наявність ознак постмодерністської течії у сфері ЗМІ.

Ключові слова: постмодернізм, мовна гра, інтертекстуальність, іронія, комічний ефект.

Постановка проблеми. Розвиток інформаційного суспільства разом із модернізацією технічної складової, що спровокувала пришвидшення потоків інформації, вимагають від українських ЗМІ організації форми та змістового наповнення матеріалів, пошуку нових засобів впливу на аудиторію. Постмодерністська течія, що поступово розповсюджується з мистецького поля до інших сфер суспільного життя, якнайкраще відповідає сучасним потребам мас-медіа. Оскільки останні несуть у собі функцію формування громадської думки, то важливо дослідити механізми постмодернізму, що діють у цій системі та практичний аспект їх використання. У статті ми досліджуємо явище мовної гри у ЗМІ з точки зору нової парадигми.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Особливості вживання мовної гри вивчають у декількох аспектах: розмовному, художньому, рекламному та мас-медійному. Нас цікавить останній, дослідженню якого присвятили свої праці С. Ільасова, Л. Лісоченко та О. Лісоченко. Із активним розвитком інтернет-ЗМІ зростає цікавість до зазначеного феномену саме в електронному тексті. Розробкою цієї теми займаються науковці І. Горошко, Т. Колокольцева, О. Косенко, Н. Третяк, О. Халіман, Б. Шарифуллін та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Мовна гра у текстах ЗМІ розглядається як прийом, запозичений із художньої

літератури, а не як продукт сучасності та нових тенденцій у мас-медіа. У поданій статті мовна гра вивчається як самостійний феномен – продукт функціонування постмодернізму у сфері масових комунікацій.

Метою статті є визначення, класифікація та характеристика постмодерністських прийомів мовної гри, що використовуються в журналістських матеріалах українських ЗМІ (наприкладі електронних версій видань «День», «2000» та «Сьогодні»).

Виклад основного матеріалу. На сьогодні існує кілька підходів до визначення поняття мовної гри. Дослідниця Т. Грідіна визначає її ключовий аспект як розуміння умовності мовленнєвих прийомів, розрахованих на розпізнання реципієнтом ігрового коду спілкування, який можна виділити лише спираючись на мовний стереотип, а вже руйнування котрого і спричиняє парадокс сприйняття відповідної тактики гри. Вона завжди націлена на використання лінгвістичних прийомів, що підкреслюють парадокс між стандартною формою та значенням знаку і новою асоціативною обробкою мовленнєвого знання [1].

Доволі розповсюдженою є точка зору В. Саннікова: мовна гра – це певна «неправильність», що усвідомлюється адресантом та використовується навмисне. Обов'язковою умовою є адекватна реакція з боку реципієнта [2, с. 496]. В. Шаховський вважає її відхиленням від певних правил, що,

тим не менш, залишається у рамках норми та базується на «креативній компетенції комунікантів у певному емотивному дискурсі» [3, с. 367].

Спільними для цих підходів можна назвати дві основні системоторчі ознаки мовної гри: навмисна анормативність та комічний ефект. Цілеспрямоване порушення мовних норм задля досягнення певного ефекту і відрізняє прийом гри від мовної помилки. Головний критерій – компетенція адресанта. Анормативність може проявлятися як на рівні окремих мовних одиниць, так і мовних кліше та стійких моделей текстотворення. Таким чином, мовну гру можна визначити як явище усвідомленого порушення мовних норм та мовленнєво-текстових стандартів, що супроводжується виникненням комічних конотацій та спрямоване на досягнення певного комунікативного ефекту.

Слід пам'ятати про важливість дискурсивного контексту для функціонування цього прийому, адже саме дискурс встановлює норми і правила творення та сприйняття тексту, визначає ступінь і напрям ігрової інтерпретації дійсності. Текст, що обіграє у межах визначеного дискурсу певний фрагмент фактологічної інформації, сприяє тим самим її комунікативному «підсиленню» [4].

Таким чином, та прийомів гри можна віднести все, що тою чи іншою мірою порушує зазначені стандарти – від окремих замінів нейтрально-офіційних термінів та номінацій їх розмовними відповідниками, до метаморфоз фактологічної інформації. Обов'язковою для реалізації мовної гри є умова адекватного сприйняття з боку реципієнта.

У результаті залучення адресата до процесу розуміння мови ми отримуємо нове знання, що пов'язує одним з видів логічних відносин текст, який бачимо та чуємо, з підтекстом, котрий не бачимо та не чуємо [5].

Щодо ієрархії функцій мовної гри, то переважає підхід, що склався у руслі досліджень художньої літератури. Провідною залишається естетична функція, що витікає, на думку С. Сметаніної, з установки на новизну форми, зміщення акценту з того, про що говорять, на те, як про це говорять [6, с. 178]. Інколи цю функцію визначають як розважальну (В. Санніков) [2, с. 9]. Для мас-медійного аспекту важливими є функції оцінки та маніпуляції, на яких наголошують Л. Амірі, С. Ільєсова [7] та В. Шаховський [3].

Дослідниця Н. Клушина пропонує таке розуміння мовної гри, що найповніше відображає специфіку цього явища у ЗМІ. Вона говорить про неї як про могутній механізм оцінки, що керує свідомістю суспільства [8]. Іронію Н. Клушина розглядає як спосіб інтерпретації дійсності, що має інтенціональний характер, таким чином, ми можемо говорити про функцію впливу у мас-медіа. Саме її можна вважати системоторчою для мовної гри у сучасних ЗМІ, адже їх дискурс спрямований на перетворення дійсної інформації під певним кутом зору. Функція впливу у журналістських матеріалах може виражатися шляхом створення комічного ефекту, адже він розширює смислове наповнення тексту таким чином, що комічне перетворюється на специфічний прийом аргументації.

Інтертекстуальність, що у постмодернізмі виступає самостійним прийомом і є одною з основних

засад існування напряду, у мас-медійному тексті може бути розглянутою як специфічний прийом мовної гри. Р. Барт у своїй праці «Смерть автора» доходить висновку, що текст являє собою не лінійний ланцюг зі слів, а багатовимірний простір, де поєднуються та сперечаються одне з одним різноманітні види текстотворення, жоден з яких не є першоджерелом, адже текст створено з цитат, що відсилають до багатьох культурних джерел. У цьому розумінні текст є інтертекстом, інші тексти присутні у ньому на різних рівнях у формах [9, с. 428]. Ю. Лотман також говорить про обов'язковий зв'язок будь-якого тексту з іншими, про їх діалог, або навіть полілог. Текст не може існувати сам по собі, він має бути включений до певного контексту. Сприйняття тексту, що відірваний від «позатекстового фону», неможливо, адже ми проектуємо текст на фон сучасних уявлень, по відношенню до яких він стає твором [10, с. 184].

Інтертекст породжує двопланність (або навіть багатопланність), що у свою чергу сприяє поетизації тексту, створює натяк, підтекст, посилює іронічність, саркастичність, гротеск або трагічність, створює ієрархію змісту; до повсякденної фрази додає політичні, етичні або філософські конотації.

Мовна гра у постмодерністській парадигмі характеризується іронічністю, приниженням змісту, зверхністю викладу. Її прийоми у ЗМІ поділяються на чотири групи. Першу складають «свіжі» метафори, що використовуються замість стертих, руйнування сталих висловів. Найяскравіше вони представлені у заголовках, характерним для стилю яких є спрямованість на зовнішній ефект: *Ультрарправые клоуны* (гіпербола використовується задля надання нової негативної конотації: асоціації з неонацистськими угрупованнями, іменнику «клоун» викликає контраст); *Ярош головного мозга* (прізвище політичного діяча використовується для позначення хвороби, що викликає у реципієнта негативне сприйняття); *Месседжи для младенцев* – заголовок не містить інформації щодо змісту матеріалу, автор виніс суди яскраву метафору, що у контексті статті має сатиричне забарвлення: *...вот такая демократия в действии, зато с веселыми картинками и понятными даже младенцам месседжами*.

Це приклад типової для літературного постмодернізму ситуації гри. Під виглядом такого заголовку автор пропонує реципієнту певний код та надає можливість його розшифрувати і знайти ключ у тексті.

Мовна гра з паронімами є також поширеною у заголовках сучасних ЗМІ: *Воспитание муралли*; *Не нано боятся* (підзаголовок статті про нанотехнології в сучасній медицині); *Цыплята гопака* (назва матеріалу про вітчизняний ринок птахівництва).

До прийомів другої групи відносимо творення специфічних оказіоналізмів. Поширеність оказіоналізмів у постмодерністських текстах пов'язана із тим, що використання процесу словотворення надає журналісту можливість влучно, різко та гостро зобразити певне явище, надати йому іронічного, сатиричного, чи просто негативного змісту без використання додаткових та часто обтяжливих синтаксичних конструкцій: *кремленойды* – характеристика має виражене негативне забарвлення. Загальнопо-

ширеними у сучасних ЗМІ стали окаяніалізм, пов'язані із протестами у Києві та АТО на сході України: *ленинопад, Путин-ТВ, тітушки, майданутьє, пуплер*.

Оперування прецедентними текстами, залучення алюзій та порівнянь, що використовуються задля створення у реципієнта додаткових асоціацій, ефекту нашарування змістів, та задля формування у читача іронічного, несерйозного або негативного ставлення до означуваної проблеми, об'єкта чи явища належать до третьої групи. Оскільки постмодернізм сприймає реальність як сукупність текстів, то ми можемо говорити про явище інтертекстуальності у текстах ЗМІ навіть тоді, коли автор апелює не власне до прецедентного тексту, а до резонансних подій чи явищ, що були зафіксовані журналістами та відкриті у свідомості аудиторії. Отже, алюзія може відсилати як до літературних та історичних, так і до фактів сучасності: *работать некоей «коллективной визиткой Яроша»* – посилання на події сучасності, що мали резонанс у суспільстві; *клуб легитимных правителей* – аналогія із спільнотою Анонімних алкоголіків; *загибель богів* – інтертекстуальна відсилка до назви опери Р. Вагнера у заголовку матеріалу про українських олігархів використана для створення іронії та патетичної інтонації, форма прецедентного тексту наповнилася новим змістом.

Розповсюдженим прийомом у ЗМІ є навмисне використання прецедентних текстів та висловів, де переносне значення настільки закріпилося у свідомості носіїв мови, що витіснило пряме. В результаті десемантизації читач переживає так званий ефект невіривного очікування: *Не в тот корень зрив наша Рада* – видозмінене прислів'я, що трактується в іронічному аспекті (бачити «не ту істину») – перший шар змісту; другий стає зрозумілим із тексту статті, де критично розцінений законопроект «Про права корінних народів України». Іменик «корінь» у назві набуває додаткового змісту, іронія перетворюється на багатозначну. *Цену не сложат* – заголовковий матеріал про контроль за формуванням комунальних тарифів, де замість очікуваного переносного – переоцінювати себе – вислів має трактуватися у буквальному значенні.

Інтертекстуальність постмодерністського тексту будується не лише на алюзивності. Розповсюдженим у ЗМІ є цитування. Проте інтертекстуальною грою є не звичайне цитування, що виконує ілюстративну або аргументативну функцію, а таке, що створює діалог між авторським та прецедентним текстом. Реципієнт у процесі сприйняття взаємодіє із текстом, утворюючи полілог.

Четверту групу складають каламбури, що є традиційним прийомом мовної гри, проте відносяться до постмодерністських тому, що саме у парадигмі цього напрямку каламбури з публіцистичних та художніх текстів перейшли до аналітичних та інформаційних. Через це виникають іронічні конотації, які руйнують власне природу зазначених жанрів: *або НАТО, або АТО* – гра вибудовується на співзвучності аббревіатур, що, на думку автора статті, позначають взаємовиключні поняття; *набагато легше боротися з «колорадською» проблемою на картопляних ланах, ніж на вулицях колишнього мирного Луганська* – через каламбур, що побудований на багатозначності прикметника виникає комічний ефект.

Висновки і пропозиції. Журналістський матеріал на рівні змісту та форми повинен відображати динаміку дійсності й відповідати потребам сучасної аудиторії. На сьогодні текст створюється в просторі соціально-політичних, науково-теоретичних, філософських і культурно-естетичних засад постмодерністського світогляду.

Іронічність викладу породжує несерйозність сприйняття читачем матеріалу, що, в свою чергу, сприяє формуванню у нього поверхневої або навіть викривленої картини дійсності. Це підсилюється акцентуванням уваги аудиторії на незначних, другорядних деталях, формуванням викривленої ієрархії сприйняття інформації та можливістю так званої випадкової пріоритетності. Постмодерністські прийоми перетворюють журналістський текст на різновид гіперреальності. Такий матеріал існує незалежно від дійсності, адже він наповнений вже не фактами, а їх трактуваннями, про які повідомляє реципієнту іронічна оцінка або знижений тон. Вплив на читача через прийоми мовної гри та інтертекстуальності здійснюється на рівні «підказки»: автор надає матеріалу певне забарвлення, що налаштовує реципієнта на певне передбачуване сприйняття тексту. Завдяки залученню зазначених прийомів збільшується кількість можливих інтерпретацій. Трансформація текстів відбувається за рахунок наповнення форми новим деформованим змістом.

Отже, сам читач, як і автор, стає виробником смислів, залучаючись до гри-інтерпретації. В той же час зазначена «гра» відбувається за правилами автора, адже він спрямовує реципієнта у потрібному напрямку, використовуючи постмодерністські прийоми у якості ненав'язливої підказки. За допомогою зазначених прийомів, що створюють комічність та ефект нашарування змістів, у матеріалах ЗМІ відбувається руйнування структури інформаційних та аналітичних жанрів, своєрідна інтеграція їх із публіцистичними та художніми, що є властивим для постмодернізму.

Список літератури:

1. Гридина Т. А. Художественный текст как поле языковой игры. [Электронный ресурс] / Т. А. Гридина. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennyy-tekst-kak-pole-yazykovoy-igry.html> – Дата доступа: 16.04.2015.
2. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры: монография / В. З. Санников. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 552 с.
3. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций: монография / В. И. Шаховский. – М.: Гнозис, 2008. – 414 с.
4. Дроняева Т. Информационный подстиль. [Электронный ресурс] / Т. Дроняева. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з_24/. – Дата доступа: 04.04.2015.

5. Лисоченко Л. В. Языковая игра на газетной полосе (в свете металингвистики и теории коммуникации). [Электронный ресурс] / Л. В. Лисоченко, О. В. Лисоченко. – Режим доступа: http://teneta.rinet.ru/rus/le/lisochenko_jaee.htm – Дата доступа: 16.04.2015.
6. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века): монография / С. И. Сметанина. – СПб.: Издательство Михайлова В. А., 2002. – 383 с.
7. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы: монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. – М.: Флинта, 2009 – 296 с.
8. Клушина Н. И. Общие особенности публицистического стиля. [Электронный ресурс] / Н. И. Клушина. – Режим доступа: http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з_03 – Дата доступа: 16.04.2015.
9. Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – М.: Прогресс, 1989. – 616 с.
10. Лотман Ю. М. Об искусстве / Ю. М. Лотман. – СПб.: Искусство-СПБ, 1997. – 704 с.
11. Современное зарубежное литературоведение. Энциклопедический справочник: справочник / под ред. И. П. Ильина, Е. А. Цургановой. – М.: Интрада, 1996. – 317 с.

Гершун А.А.

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ПРОЯВЛЕНИЕ ПОСТМОДЕРНИСТСКОЙ ТЕНДЕНЦИИ В ЖУРНАЛИСТСКОМ ТЕКСТЕ

Аннотация

В статье рассмотрены приемы языковой игры в контексте парадигмы постмодернизма на материалах электронных версий изданий «День», «2000» и «Сегодня». Проведенная аналитическая работа позволила выделить и классифицировать основные виды языковых игр в журналистских произведениях, характерные для постмодернистского направления: специфические метафоры, приемы словообразования, интертекстуальность, каламбуры. Были определены их основные функции и особенности употребления. Эти приемы превращают журналистский текст в разновидность гиперреальности. Такой материал существует независимо от реальности, ведь он наполнен уже не фактами, а их трактовками, о которых сообщает реципиенту ироническая оценка или сниженный тон. Этим исследованием мы подтверждаем наличие признаков постмодернизма в сфере СМИ.

Ключевые слова: постмодернизм, языковая игра, интертекстуальность, ирония, комический эффект.

Gershun G.O.

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University

LANGUAGE GAME AS F FEATURE OF POSTMODERNISM IN JOURNALIST'S TEXT

Summary

Language game (in electronic versions of newspapers «Day», «2000» and «Segodnya») as a part of postmodern phenomena is researched in this article. We have analyzed modern texts, separated and classified the main types of language games in journalists' texts and it's general functions. They turn journalists' materials into a kind of hyperreality. Such texts exist independently, because they are full of interpretations, but not facts. These interpretations reveal themselves with help of irony. With this research, we prove the presence of postmodern course in the sphere of mass media.

Keywords: postmodern, language game, intertextuality, irony, comical effect.