

УДК 82-92:811.161.2

## МОВНА ГРА ЯК ПРОЯВ ПОСТМОДЕРНІСТСЬКОЇ ТЕНДЕНЦІЇ У ЖУРНАЛІСТСЬКОМУ ТЕКСТІ

Г. О. Гершун

*Дніпропетровський національний університет імені О. Гончара,  
вул. Наукова, 13, Дніпропетровськ, 49050, Україна*

*У статті досліджено прийоми мовної гри у контексті парадигми постмодернізму на матеріалах електронних версій видань «День», «2000» та «Сьогодні». Виконана 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 (естетична та функція впливу, що включає в себе оцінку й маніпуляцію) та особливості вживання. Зазначені прийоми перетворюють журналістський текст на різновид гіперреальності. Такий матеріал існує незалежно від дійсності, адже він наповнений уже не фактами, а їх трактуваннями, про що повідомляє реципієнту іронічна оцінка або знижений тон. Здійсненим дослідженням підтверджуємо наявність ознак постмодерністської течії в 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 сучасних 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, важливо вивчити механізми постмодернізму, що діють у цій системі, та розглянути практичний аспект їх використання. У статті досліджується явище мовної гри у ЗМІ з точки зору нової парадигми.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Особливості вживання мовної гри вивчають у декількох аспектах: розмовному, художньому, рекламному та мас-медійному. Нас цікавить передусім останній, дослідженню якого присвятили праці С. Ільєсова, Л. Лісоченко та О. Лісоченко. Із активним розвитком інтернет-ЗМІ зростає інтерес 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. Проте мовна гра у мас-медіа досі не розглядалась з точки зору постмодернізму.

**Мета статті.** Визначити, класифікувати та подати характеристику постмодерністських прийомів мовної гри, що використовуються в журналістських матеріалах українських ЗМІ (на прикладі електронних версій видань різного політичного спрямування — «День», «2000» та «Сьогодні»).

**Виклад основного матеріалу дослідження.** На сьогодні існує кілька підходів до визначення поняття мовної гри. Дослідниця Т. Грідіна визначає її ключові

човий аспект як розуміння умовності мовленнєвих прийомів, розрахованих на розпізнання реципієнтом ігрового коду спілкування, який можна виділити, лише базуючись на мовний стереотип, уже руйнування якого й спричиняє парадокс сприйняття відповідної тактики гри. Мовна гра завжди націлена на використання лінгвістичних прийомів, що підкреслюють парадокс між стандартною формою та значенням знаку й новою асоціативною обробкою мовленнєвого знання [1]. В. Санніков стверджує, що мовна гра — це певна «неправильність», усвідомлювана адресантом та використовувана навмисне. Обов'язковою умовою є адекватна реакція з боку реципієнта. «Навмисна неправильність» провокує бажання підтримати гру та дізнатися наміри автора [2, с. 496]. Дослідник В. Шаховський вважає її відхиленням від певних правил, що, водночас, залишається у рамках норми та базується на «креативній компетенції комунікантів у певному емотивному дискурсі» [3, с. 367]. Обов'язковою для реалізації мовної гри є умова адекватного сприйняття з боку реципієнта. Дослідники Л. та О. Лісоченки наголошують на тому, що мовна гра становить оперування фреймами й скриптами — «декларативними та процедурними знаннями» — мовної особистості. У результаті залучення адресата до процесу розуміння мови отримуємо нове знання, що пов'язує одним із видів логічних відносин текст, який бачимо та чуємо, з підтекстом, котрого не бачимо та не чуємо [4].

Якщо спробувати знайти спільне у підходах, можна виявити дві системотворчі ознаки мовної гри: навмисна аномативність та комічний ефект. Головним критерієм є компетенція адресанта. Отже, мовну гру можливо визначити як явище усвідомленого порушення мовних норм та мовленнєво-текстових стандартів, що супроводжується виникненням комічних конотацій та спрямоване на досягнення певного комунікативного ефекту.

Щодо ієрархії функцій мовної гри провідною залишається естетична, яка впливає, на думку дослідниці С. Сметаніної, з установки на новизну форми, зміщення акценту з того, про що говорять, на те, як про це говорять [5, с. 178]. Інколи науковці, наприклад, В. Санніков, визначають означену функцію як розважальну [2, с. 9]. Для мас-медійного аспекту важливими є функції оцінки та маніпуляції, на яких наголошують Л. Амірі, С. Ільєсова [6] та В. Шаховський [3]. Н. Клушина пропонує розуміння мовної гри, найповніше відображаючи специфіку цього явища у ЗМІ. Вона висловлюється про неї як про могутній механізм оцінки, що керує свідомістю суспільства [7]. Іронію дослідниця розглядає як спосіб інтерпретації дійсності, що має інтенціональний характер, таким чином, можемо говорити про функцію впливу. Саме її можна вважати системотворчою для мовної гри в сучасних ЗМІ, адже їх дискурс спрямований на перетворення дійсної інформації під певним кутом зору. Функція впливу в журналістських матеріалах може виражатися, зокрема, створенням комічного ефекту, що розширює смислове наповнення тексту, перетворюючи комічне на специфічний прийом аргументації.

Мовна гра у постмодерністській парадигмі характеризується іронічністю, приниженням змісту, зверхністю викладу. Її прийоми в журналістських текстах можна розділити на чотири групи.

**Першу складають «свіжі» метафори, що використовуються замість стертих, руйнування сталих висловів.** Найяскравіше вони представлені у заголовках журналістських матеріалів, характерним для стилю яких є спрямованість на зовнішній ефект: *Ультраправые клоуны* (автор використовує гіперболу задля надання змісту нової негативної конотації: асоціації з неонацистськими угрупованнями, а завдяки іменнику «клоун» створює контраст); *«Ярош» головного мозга* (прізвище політичного діяча використовується для позначення хвороби, створюючи в реципієнта негативне сприйняття певної особи); *Месседжи для младенцев* — заголовок не містить інформації щодо теми чи змісту матеріалу (передвиборна агітація П. Порошенка), проте в контексті статті він набуває сатиричного 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 заголовка автор пропонує реципієнтові певний код та надає можливість його розшифрувати й знайти ключ у тексті.

Мовна гра з паронімами є також поширеною в заголовках сучасних ЗМІ: *«Воспитание мурал»* — *«мораль — мураль»*; *«Не нано боятся»* — *«нано — надо»* (підзаголовок статті про нанотехнології в сучасній медицині); *«Цыплята гопака»* — *«гопака — табака»* (назва матеріалу про вітчизняний ринок птахівництва). Проте нерідко такі приклади трапляються і в самій статті, вони надають висловлюванню емоційного забарвлення та демонструють іронічне або негативне, зверхнє ставлення автора до означуваного об'єкта, теми, явища та створення комічного ефекту: *их больше устраивает Луценко-штук или даже Луценко-долото. Простое орудие, чтобы долбить дырки в «Беркуте»* — журналіст пропонує реципієнту яскравий образ (Луценко — знаряддя), що створює додаткові іронічні конотації; *особливість усіх цих захоплень будівель у Луганську в тому, що кожне дуло автомата виглядає з-під спідниці жінки* — автор вводить свіжу метафору замість уже традиційного вислову: *«прятаються за спинами женщин»*, і надалі в статті використовує знижений тон.

**До прийомів другої групи відносимо творення специфічних оказіоналізмів.** Поширеність оказіоналізмів у постмодерністських текстах пов'язана з тим, що використання процесу словотворення надає журналісту можливість влучно, різко та гостро зобразити певне явище, надати йому іронічного, сатиричного чи просто негативного змісту без застосування додаткових та часто обтяжливих синтаксичних конструкцій: *кремленоиды* — така характеристика має яскраво виражене негативне забарвлення й сприймається як приниження певних політичних сил. Загальнопоширеними у сучасних ЗМІ стали оказіоналізми, пов'язані з протестами в Києві та АТО на сході України: іронічні — *ленинопад, Путин-ТВ, тітушки*; принизливі — *майданутые, колорады, путлер, расея*. Відбулася десемантизація понять *фашист, бандерівець*, вони наповнилися новим деструктурованим змістом і втратили своє первісне значення.

**Оперування прецедентними текстами, залучення алюзій та порівнянь,** що використовуються задля створення в реципієнта додаткових асоціацій,

ефекту нашарування змістів, а також задля формування в читача іронічного, несерйозного чи негативного ставлення до означуваної проблеми, об'єкта чи явища, належать до третьої групи. Оскільки постмодернізм сприймає реальність як сукупність текстів, можемо казати 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 зі спільнотою анонімних алкоголіків; *загибель богів* — інтертекстуальне відсилання до назви опери Р. Вагнера в заголовку матеріалу про українських олігархів використано для створення іронії та патетичної інтонації, форма прецедентного тексту наповнилася новим змістом — такий прийом є типовим для літературного постмодернізму.

Розповсюдженим прийомом у ЗМІ є навмисне використання прецедентних текстів та висловів, де переносне значення настільки закріпилося в свідомості носіїв мови, що витіснило пряме. У результаті десемантизації читач переживає так званий ефект невиправданого очікування: *Не в тот корень зрит наша Рада* — видозмінене прислів'я, що трактується в іронічному аспекті (бачити «не ту істину») — це перший шар змісту; другий стає зрозумілим із тексту статті, де критично розцінена спроба групи депутатів внести законопроект «Про права корінних народів України». Таким чином, іменник «*корінь*» у назві набуває додаткового змісту, іронія перетворюється на багатозначову. *Цену не сложат* — заголовок матеріалу 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 журналістських матеріалах є цитування. Проте інтертекстуальну гру формує не звичайне цитування, що виконує ілюстративну або аргументативну функцію, а таке, що створює діалог між авторським та прецедентним текстом. Реципієнт у процесі сприйняття матеріалу також взаємодіє з ним, тим самим утворюючи полілог.

**Четверту групу складають різноманітні каламбури**, що є традиційним прийомом мовної гри, використовуваним у матеріалах ЗМІ вже дуже давно. Нами віднесено його до постмодерністських тому, що саме в 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: *Як то кажуть, або НАТО, або АТО* — гра вибудовується на співзвучності аббревіатур, що, на думку автора статті, позначають взаємовиключні поняття; *і взагалі набагато легше боротися з «колорадською» проблемою на картопляних ланах, ніж на вулицях колись мирного Луганська* — через каламбур, побудований на багатозначності прикметника, виникає комічний ефект.

**Висновки.** Іронічність викладу породжує несерйозність сприйняття читачем матеріалу, що, відповідно, сприяє формуванню в нього поверхової чи 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 уже не фактами, а їх трактуваннями, про які повідомляє реципієнтові іронічна оцінка або знижений тон.

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 ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гридина Т. А. Художественный текст как поле языковой игры [Электронный ресурс] / Т. А. Гридина // Уральский филол. вестник. — 2012. — № 5. — (Серия: Психолінгвістика в образовании). — Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennyy-tekst-kak-pole-yazykovoy-igry/> — Заглавие с экрана.
2. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры : моногр. / В. З. Санников. — М. : Языки славянской культуры, 2002. — 552 с.
3. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций : моногр. / В. И. Шаховский. — М. : Гнозис, 2008. — 414 с.
4. Лисоченко Л. В. Языковая игра на газетной полосе (в свете металингвистики и теории коммуникации) [Электронный ресурс] / Л. В. Лисоченко, О. В. Лисоченко // Проект [Русский язык]. — 2000. — Режим доступа : [http://teneta.rinet.ru/rus/le/lisochenko\\_jaee.htm](http://teneta.rinet.ru/rus/le/lisochenko_jaee.htm) — Заглавие с экрана.
5. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) : моногр. / С. И. Сметанина. — СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. — 383 с.
6. Ильясова С. В. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы : моногр. / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. — М. : Флинта, 2009. — 296 с.
7. Клушина Н. И. Общие особенности публицистического стиля [Электронный ресурс] / Н. И. Клушина // Язык печати. — М., 2012. — Режим доступа : [http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з\\_03](http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з_03) — Заглавие с экрана.

#### REFERENCES

1. Gridina T. (2012), A literary text as a field for language game, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/hudozhestvennyy-tekst-kak-pole-yazykovoy-igry.html> (accessed 16 April 2015).
2. Sannikov V. (2002), Russian language in the mirror of language game, Languages of Slavic culture, Moscow.
3. Shahovskij V. (2008), Linguistic theory of emotions, Gnozis, Moscow.
4. Lisochenko L. and Lisochenko O. (2000), Language game in newspaper, available at: [http://teneta.rinet.ru/rus/le/lisochenko\\_jaee.htm](http://teneta.rinet.ru/rus/le/lisochenko_jaee.htm) (accessed 16 April 2015).
5. Smetanina S. (2002), Media-text in the cultural system (dynamic processes in language and style of journalism), Publishing House of Mikhaylov V., St Petersburg.

6. Il'jasova S. and Amiri L. (2009), Language game in communicative space of media and advertisement, Flinta, Moscow.
7. Klushina N. (2003), General features of publicist style, available at: [http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з\\_03](http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#з_03) (accessed 16 April 2015).

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

G. O. Gershun

*Dnipropetrovsk National University Oles Honchar,  
13, Naykova St., Dnipropetrovsk, 49050, Ukraine  
favnann@gmail.com*

*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, which are specific metaphor, derivation, intertextuality, wordplay. General functions of language games are aesthetic and influent (including rating and manipulation). They turn journalists' materials into a kind of hyper reality. Such texts exist independently, because they are full of interpretations, but not facts. These interpretations reveal themselves by means of irony. With this research, we prove the presence of postmodern course in the field of mass media.*

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

*Стаття надійшла до редакції 11.12.2014.  
Received 11.12.2014.*