

УДК 070 : 82-92 : 316.776.4 + 659.3

**ЕФЕКТИВНІСТЬ КОМУНІКАТИВНО-ОБРАЗНОЇ МОДЕЛІ КОНЦЕПТА
«ГРА СЛІВ» У ЯВИЩІ ІНФОТЕЙНМЕНТИВНОЇ ВПЛИВОВЕНОСТІ**

В. А. Стекольщикова

*Чорноморський національний університет імені Петра Могили,
вул. 68 Десантників, 10, Миколаїв, 54000, Україна*

Комплексно проаналізовано концепт «гра слів» у друкованих медіатекстах крізь призму металогічного вираження явища інфотейнментивної впливовеності, що сприяє підвищенню ефективності впливу журналістського тексту на аудиторію. Запропоновано дефініцію інтенсифікації елокутивного інструментарію, розглянуто природу функціонування його в журналістському тексті у розрізі метакомунікативного явища, розроблено класифікацію впливовенної фігуративної практики залежно від реалізації мети журналістом та способу активізації уваги реципієнта. Виокремленню і системній характеристиці образних засобів медіатексту сприяло застосування контекстуального, елементів компонентного аналізу, прийомів інтертекстуального зіставлення і лінгвістичного моделювання.

Ключові слова: «гра слів», інфотейнментивна впливовенність, елокутивний інструментарій, ефективна рецепція.

Постановка проблеми. На основі спостережень, зібраних із приводу «мовної гри» у лінгвістичній літературі, то сьогодні найбільш актуальним та маловивченим є розгляд «мовної гри» у світлі металінгвістики. Крім того, потребує ґрунтовних розвідок і вивчення впливовенний, сугестивний аспекти тропонімічної практики «мовної гри» у ЗМІ, зокрема завдяки аномінації, антифразису, гіпалагу, амфіболії, епанодосу, антиметаболи, оксиморону, антитези, каламбуру.

«Мовна гра» — явище багатоаспектне, що має одночасно стилістичну, психолінгвістичну, прагматичну, естетичну та сильну сугестивну природу [1; 4]. Багатоплановість цього феномена робить важким несуперечливе і вичерпне визначення «мовної гри».

Термін «мовна гра» вперше вжив Л. Вітгенштейн у праці «Філософські дослідження», йому ж належить широке трактування мовної гри як «однієї з тих ігор, за допомогою якої діти опановують рідну мову» [2, с. 75].

Аналізостанніхдослідженьтапублікацій. Теоретичною основою дослідження є концептуальні положення, сформульовані у працях Т. Булигіної, А. Шмельова Т. Грідіної, Н. Ніколіної, В. Саннікова, І. Горелова, О. Тимчук. Вивчення проблеми спирається на досягнення з теорії комунікації у працях С. Корконосенко, Г. Почепцова, В. Різуна. Комплексний підхід до тексту вимагає залучення досліджень із поетики тексту М. Бахтіна, В. Жірманського, В. Святовця, Е. Проніна, Т. Ленкової, М. Желтухіної, М. Стюфляєвої, А. Данілової, М. Володіної, а також робіт,

присвячених публіцистичному тексту В. Здоровеги, Л. Майданової, О. Тертичного, М. Яцимирської.

Проте невіршеним залишається визначення категорії сугестивності «мовної гри» в мас-медійному дискурсі, виявленні та характеристиці метаспособів її вираження та описі лінгвокогнітивних і лінгвопрагматичних механізмів тропеїчної дії в тексті мас-медіа.

Мета статті — дослідити металогічну складову явища «гра слів», як фактора текстотворчого процесу, вказавши на основні образні засоби інтенсифікації виразності та ефективності сучасного медіатексту.

Реалізація мети передбачає розв'язання таких завдань:

- окреслити основні метааспекти вивчення феномену «мовна гра»;
- проаналізувати функції аномінації, антифразису, гіпалагу, амфіболії, епанодосу, антиметаболи, оксюмору, антитези, каламбуру, евфемізму в сучасному друкованому медіатексті та виявити специфіку і закономірності вживання та впливу цих елементів на аудиторію;
- продемонструвати роль явища «гра слів», як дієвого чинника емоційно-оцінного сприйняття інформації аудиторією.

Джерела дослідження. Регіональна преса Миколаївської області періоду 2012–2016 років: «Рідне Прибужжя», «Южная Правда», «Вечірній Миколаїв», «Николаевские новости», «Родной Причал», «Наш город Николаев», «Ваша газета», «Миколаївський бізнес».

Виклад основного матеріалу дослідження. Внаслідок поширення «мовної гри» на газетній шпальті журналіст і читач постійно користуються подвійним мовним кодом, переходячи з експліцитного способу вираження і сприйняття змісту на імпліцитний та навпаки, внаслідок чого той і інший перебуває у відносинах «людини, яка грає» [10, с. 44].

«Мовна гра» — це особливий вид мовотворчої семіотичної діяльності. Як і будь-яка гра, «мовна гра» здійснюється за правилами, до яких належить: 1) наявність учасників гри — виробника та одержувача мови; 2) наявність ігрового матеріалу — у нашому випадку тропонімічних мовних засобів, що використовуються виробником та сприймаються реципієнтом; 3) наявність умов гри; 4) знайомство учасників з умовами гри [3, с. 249].

Наприклад: *Зона Беззаконня, або Як стати інвалідом у робочий час на робочому місці* [8, РП]. *Життя після мерства, або Як Бердніков став мільйонером* [8, ВГ]. *За стіною всесдозволеності чи Комірка папи Карла* [8, РП].

Тепер конкретно зупинимося на метаприйомах ефективного використання різних видів «мовної гри», зокрема звернемо увагу як на добре досліджених тропонімічних способах перетворення мовних одиниць, так і на недостатньо вивчених.

Аномінація — фігура, сенс якої — виявити подібність звучань двох слів і, використовуючи цю подібність, створити третє слово, що частково містить у собі значення двох інших у новому синтезі [6, с. 227]. **Наприклад:** *Семисезонне пальто найстаршої доньки родини Михайликів так як і резинові чобітки вже на черзі носити третя з одинадцяти дітлахів — шестирічна Катруся* [8, НН].

Створені спеціально з конкретною метою, ці слова не лише забарвлюють тексти, а й вносять до них потрібні відомості про форму мови, комунікативне завдання, про автора, його позицію до предмета мови. Такі мовні елементи є засобом вираження експресивної оцінки та цілеспрямовано діють на свідомість адресата: яскраві образи миттєво засвоюються і тиражуються в масовій свідомості [9, с. 36].

Аномінація у словотворі медіатекстів досить важка для виконання і потребує «відчуття мови». А здійснити її вважається «вищим пілотажем». **Наприклад:** *Чи стануть нові інвестиційні надходження криголамом для миколаївських підприємств [8, ВГ]? Що нам чекати від осіннього гривнепаду [8, ВМ]? Пліткоманія серед відпочиваючих набирає все більших обертів, і навіть офіційні спростування головного лікаря району не в змозі її зупинити [8, РП]. Моралізматична критика сучасних анімаційних фільмів авторами брошури «Мультфільми. Загроза для наших дітей» досягла й Національної комісії з питань етики та моралі. Великий завод перетворився на руїну, а корабельні фахівці — на горлодраниців під стінами обласної влади [8, РП].*

Антифразис — троп, що зазвичай розглядається з іронічним переосмисленням значення слова: слово (слова) беруться у значенні, контрастному щодо прямого, яке «приховується» [6, с. 220]. **Наприклад:** *Майстри липових дипломів [8, РП]. Ще один «турботливий» батько був затриманий співробітниками міліції в одному з питних закладів міста [8, ЮП]. У сердечної матері — діти по усьому світі [8, ВН]. Вони, як і сотні інших христофорівців, стали безробітними, бо їх господарство розвалили і розікрали поважні особи, дія закону на яких, як виявилось, не розповсюджується [8, РП].*

Гіпалаг — троп, він визначається як «рокіровка» слів у складі тієї або іншої структури, найчастіше з досить ясними відносинами між компонентами. У журналістському тексті використання цього засобу сприяє позитивному чи негативному оцінному ставленню [6, с. 195]. **Наприклад:** *Народжений на багатій землі, проживає життя злидарем [8, РП]. Тільки в нашій країні може бути таке, що чим бідніший народ — тим багатша влада, чим бідніший кожен українець — тим багатший президент [8, ВГ]. У сірій сучасності ми згадуємо світле минуле і думаємо про темне майбутнє, але треба вірити у краще, — наголосив Петро Симоненко під час зустрічі з однопартійцями на Миколаївщині [8, ВГ].*

Амфіболія — троп, за допомогою якого завуальовано, нечітко або надто ускладнено висловлена думка, над якою треба трохи замислитись, щоб розгадати та зробити правильний висновок [6, с. 205]. **Наприклад:** *Лицемірство перемагає чесність та порядність (що перемагає що?) [8, РодП].*

Як правило, амфіболія містить еківок, тобто подвійне тлумачення, яке використовують, щоб привернути особливу увагу читача до порушеного питання чи проблеми. **Наприклад:** *Дати не можна забрати. Чи здорові здорові? Чи не вважати це нахабством — обвинувачує обвинувачений? [8, ЮП]*

Амфіболія не передбачає лексичного повтору: обидва значення одного й того ж слова знаходяться, ніби в одній оболонці [9, с. 38]. **Наприклад:** *Постраждала*

родина не витримала уваги влади (уваги було дуже мало чи багато?) [8, НН]. Районні лікарні отримали довгоочікувані «колеса». Внутрішня хвороба органів внутрішніх справ (Про внутрішні проблеми УМВС) [8, ВГ].

Із задуму автора «гіпотетично правильними» виявляються обидва значення. І заради цієї миттєвої розгубленості, що проходить одразу ж часто з комічним ефектом, амфіболію використовують автори сучасних мас-медіа у своїх матеріалах.

Епанодос — це фігура, що являє собою точне дзеркало: повторення слів у реченні у зворотному порядку. Ця фігура фактично ставить поняття в стан конфлікту, незважаючи на те, що спочатку конфлікт і не передбачається [6, с. 246]. **Наприклад:** *Коли нема того, що любиш, то любиш те, що маєш* [8, ВМ]. *Кожен сам повинен власне майбутнє будувати — будувати майбутнє треба починати з самого себе* [8, РП]. *Все ж, деякі голови райдержадміністрацій у своїй роботі щодо поліпшення благоустрою району дотримуються принципу: краще бути останнім серед перших, ніж першим серед останніх* [8, РП].

Очевидно, що епанодос стає сьогодні для журналістів надзвичайно багатим ґрунтом для філософських контроверз і за його допомогою можна продукувати досить несподівані вислови. Влучно вжитий епанодос є найкращим впливовим ресурсом, що формує думку реципієнта. **Наприклад:** *Діти війни чи війна дітей [ВГ]? Умови найму чи найм без умов?* [8, РП].

Антиметабола — мовно-стилістичний засіб, що досягається шляхом використання повторів, інверсій, а часом і парадоксів, коли здебільшого міняються місцями головні члени речення. За допомогою антиметаболи досягається особлива виразність фрази, коли головна думка виділяється, акцентується [6, с. 201]. **Наприклад:** *Особливо гостро це почало відчуватися в останні роки, коли не лише економічна криза, а й криза у головах та душах дістали свого апогею* [8, РП]. *Нікуди діватися, слов'янський менталітет — залишиться слов'янським менталітетом* [8, НГН].

Також неперевершена «гра слів» досягається авторами завдяки використанню антиметаболічних іронічних афоризмів. **Наприклад:** *З жінкою можна не погоджуватись, але з нею не можна не погодитись* [8, ЮП]. *Коли не карають винних — карають винні. Якщо вперто не помічають — значить, помітили* [8, НН].

Оксиморон — троп, в якому поєднуються поняття, що їх, на перший погляд, можна вважати діаметрально протилежними, логічно несумісними. Проте за їхньою допомогою утворюється нова, складна, якоюсь мірою суперечлива, проте несприйнятливо-сприйнятна яскрава думка, створюється нова смислова якість, несподіваний експресивний ефект [6, с. 199]. **Наприклад:** *Сучасна молодь не перебірлива у коханні, тому і має букет дивовижних хвороб* [8, РП]. *Ще п'ять років такого упорядкованого хаосу та активної бездіяльності країна не витримає* [8, РП]. *Така важка легка промисловість Вознесеницини* [8, ВМ]. *Експозиція музичних картин на відкритті закриття виставки брала у полон усіх присутніх* [8, НН]. *Ряд прямих питань — і круглий стіл вийшов з гострими кутами* [8, НГН].

Яскравим є приклад використання журналістом «РП» Андрієм Тюрніним ігрового оксюмору антиметаболічного характеру та інтарсичного складу: «*Всміхнеться плач, коли заплаче сміх*» (слова із «Гамлета» В. Шекспіра).

Антитеза — стилістична фігура, за допомогою якої зіставляються діаметрально протилежні, контрастні поняття, предмети, явища, думки тощо [6, с. 200]. За допомогою цієї стилістичної фігури автори домагаються особливої виразності та експресивності думки. **Наприклад:** *Грошей багато, ідей мало. Талант не купиш і навряд чи продаси* [8, ВГ].

Антитеза здійснюється для того, аби поставити поняття у відносини контрасту, це буває необхідно, щоб зробити протиставлення за семантикою найбільш очевидним. **Наприклад:** *Незамінних працівників можливо й немає, проте є ті, що багато чого варті* [8, РП]. *Наслідки хвороби закордонної, а можливості медицини нашої* [8, ВГ]. *Запити величезні, та фінансування мізерне* [8, НН]. *Краще малі інвестиції, ніж великі амбіції* [8, НГН].

Каламбур (від франц. — гра слів) — мовна фігура, створена на основі використання омонімів, омографів, повторів слів та їхніх комбінацій і модифікацій із трохи подібним звучанням, багатозначністю. За допомогою каламбурів автор здебільшого досягає жартівливого, комічного ефекту [6, с. 207].

Ефект каламбуру зумовлений проекцією «нового» значення слова на його «старе» значення і що виникає внаслідок цього — іноді дійсно цікава комбінація семантики, що ефективно привертає увагу читача. **Наприклад:** *Без рад місто безпорадне* [8, РП]. *Азарт Азарова, або І машини, й парки, і завод* [8, НН]. *Гола зарплата — це еротика чи порнографія* [8, НГН]. *Позиція опозиції* [8, ВГ]. *Брати краще гроші, ніж ініціативу. Одна голова добре, а з тілом — краще* [8, ВМ]. *Кожна партія грає свою партію* [8, ВГ].

Висновки. Журналісти грають зі словами і у слова у пошуках оригінальних, інноваційних, незвичайних номінацій для осіб і фактів, ламаючи традиційні моделі словотворення, граматики, знімаючи табу на сполучуваність слів. Особливої важливості набуває пошук такої металогічної мовної номінації, яка дасть змогу розіграти ситуацію, специфікуючи її, привертаючи увагу до повідомлення. Ефект раптовості і несподіванки у здійснюваних металогічних мовних відкриттях посилює їхній вплив на адресата, а оцінне, гумористичне, експресивне забарвлення, прагнення до гри роблять їх зрозумілими і доступними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бульгина Т. В., Шмелев А. Д. Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики). Москва : Языки русской культуры, 1997. 576 с.
2. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат. Москва : Изд-во иностранной лит., 1958. 133 с.
3. Горелов И. Н., Седов К. Ф. Основы психолингвистики. Москва : Лабиринт, 2001. 304 с.
4. Гридина Т. А. Языковая игра: стереотип и творчество. Екатеринбург : Урал. ГПИ, 1996. 215 с.

5. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ : моногр. Москва : Ин-т языкознания РАН; Волгоград : Изд-во ВФ МУПК, 2003. 656 с.
6. Клюев Е. В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция) : уч. пос. для вузов. Москва : ПРИОР, 2001. 272 с.
7. Ленкова Т. А. Медиа́текст в свете текстообразующих стратегий. Москва : Книжный дом, «Либроком», 2011. 136 с.
8. Миколаївські обласні газети періоду 2008–2012 років : «Рідне Прибужжя» (РП), «Южная Правда» (ЮП), «Вечірній Миколаїв» (ВН), «Николаевские новости» (НН), «Родной Причал» (РодП), «Наш город» (НГ), «Ваша газета» (ВГ).
9. Святовец В. Ф. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури (Методичні рекомендації до курсу з теорії літератури) : навч. посіб. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. 178 с.
10. Hintikka J. Logic, Language — Games and Information : [kantian themes in the philosophy of logic]. Oxford : At the Clarendon press, 1973. 291 p.

REFERENCES

1. Bulygina, T. V. & Shmelev, A. D. (1997). Yazykovaya kontseptualizatsiya mira (na materiale russkoy grammatiki). Moskva: Yazyki russkoy kultury (in Russian).
2. Vitgenshteyn, L. (1958). Logiko-filosofskiy traktat. Moskva: Izd-vo inostrannoy lit., (in Russian).
3. Gorelov, I. N. & Sedov, K. F. (2001). Osnovy psiholingvistiki. Moskva: Labirint, (in Russian).
4. Gridina, T. A. (1996). Yazyikovaya igra: stereotip i tvorchestvo. Ekaterinburg: Ural. GPI (in Russian).
5. Zheltuhina, M. R. (2003). Tropologicheskaya suggestivnost mass-medialnogo diskursa: o probleme rechevogo vozdeystviya tropov v yazyike SMI. Moskva — Volgograd: In-t yazykoznaniiya RAN—Izd-vo VF MUPK (in Russian).
6. Klyuev, E. V. (2001). Ritorika (Inventsia. Dispozitsiya. Elokutsiya). Moskva: PRIOR, (in Russian).
7. Lenkova, T. A. (2011). Mediatekst v svete tekstoobrazuyuschih strategiy. Moskva: Knizhnyiy dom, «Librokom» (in Russian).
8. Mikolayivski oblasni gazety periodu 20012–2016 rokiv : «Ridne Prybuzhzhya», «Yuzhnaya Pravda», «Vechirniy Mykolayiv», «Nikolaevskie novosti», «Rodnoy Prichal», «Nash gorod», «Vasha gazeta» (in Ukrainian).
9. Svyatovets, V. F. (2003). Slovnyk obrazotvorchih zasobiv. Tropy ta stylistychni figury (Metodychni rekomendatsiy do kursu z teorii literatury). Kyiv: In-t zhurnalistyky KNU im. Tarasa Shevchenka (in Ukrainian).
10. Hintikka, J. (1973). Logic, Language — Games and Information : [kantian themes in the philosophy of logic]. Oxford: At the Clarendon press (in English).

**EFFICIENCY OF COMMUNICATIVE AND FIGURATIVE MODEL OF «PUN»
CONCEPT IN THE PHENOMENON OF INFOTAINING INFLUENCENESS**

V. A. Stiekolshchikova

*Petro Mohyla Black Sea National University
10, 68 Desantnykiv St., Mykolaiv, Ukraine, 54000
vagantsva@gmail.com*

The paper is devoted to the complex analysis of the «pun» concept in printed media texts in the light of metalogic expression of infotaining influenceness phenomenon, which favours the improving the influence of journalistic text efficiency upon the audience. The definition of elocutional means intensification has been proposed; the nature of their functioning in the journalistic text in the context of metacommunicative phenomenon has been examined; the classification of figurative effective practice depending on the implementation of journalist's goals and on the methods of the recipient' attention activation, has been worked out.

The use of contextual analysis, elements of component analysis, techniques of intertextual comparison and conceptual analysis, linguistic modeling has contributed the disarticulation and system characterization of media text imaginative means.

Keywords: «pun», infotaining influenceness, elocutional means, efficient reception.

Стаття надійшла до редакції 04.05.2017.

Received 04.05.2017.