

Отже, використання прислівників у рекламних текстах обумовлено тим, що позначаючи ознаку дії, предмета чи іншої ознаки, ця частина мови характеризує рекламований товар різноаспектно, здатний інтенсифікувати ознаку, впливаючи у такий спосіб на позитивний вибір споживача. Активність вживання прислівників свідчить про зростлу потребу якісної диференціації ознаки, особливо – процесуальної.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранник Д. Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації / Д.Х. Баранник. // Мовознавство. – 1983. – № 6. – С. 13–17.
2. Українська мова. Енциклопедія / [ред. В. М. Русанівський]. – К.: «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2000. – 750 с.
3. Вихованець І. Р. Теоретична морфологія української мови / І. Р. Вихованець, К. Г. Городенська. – К.: Пульсари, 2004. – 400с.
4. Ващенко В. С. Стилистична морфологія української мови / В. С. Ващенко. – Дніпропетровськ, 1970. – 87 с.
5. Голуб И. Б. Грамматическая стилистика современного русского языка: учеб. пособие [для студентов вузов] / И. Б. Голуб. – М.: Высшая школа, 1989. – 208с.
6. Кравець Т.В. Український рекламний текст в прагмалінгвістичному аспекті. / Т.В. Кравець. – К.: КДУ, 2011. – 26 с.

УДК 811.111'42

Тхоровська С.В.
(Львів, Україна)

СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ СЛІВ З ДИФУЗНОЮ СЕМАНТИКОЮ В ОРГАНІЗАЦІЇ ІДЕОЛОГІЧНОГО ДИСКУРСУ РЕДАКЦІЙНОЇ СТАТТІ (на матеріалі редакційних статей *The Daily Telegraph*)

Стаття присвячена розгляду функціональних особливостей лексики з дифузною семантикою та її ролі у вербалізації інформації в ідеологічному дискурсі, завдяки чому відбувається нав'язування адресатові ідеологічної позиції адресанта.

Ключові слова: ідеологічний дискурс, ідеологема, редакційна стаття, дифузна семантика.

Статья посвящена рассмотрению функциональных особенностей лексики с диффузной семантикой и ее роли в вербализации информации в идеологическом дискурсе, благодаря чему происходит навязывание адресату идеологической позиции адресанта.

Ключевые слова: идеологический дискурс, идеологема, редакционная статья, диффузная семантика.

The articler effects on functional characteristics of diffuse semantics vocabulary and its role in verbalizing information in ideological discourse, which results in imposing the addresser's ideological position on the addressee.

Keywords: *ideological discourse, ideologeme, editorial, diffuse semantics.*

Дослідження функціональних особливостей мовних одиниць, аналіз їхнього комунікативно-прагматичного потенціалу займає пріоритетне місце у сучасних лінгвістичних розвідках, проведених у руслі когнітивно-дискурсної парадигми, яка має міждисциплінарний характер і часто виходить за межі суто лінгвістичного аналізу, інтегруючи методи суміжних (і не лише) наук. Когнітивно-дискурсна парадигма зорієнтована на розгляд двох фундаментальних функцій мови – комунікативної – мова як засіб передачі інформації – та когнітивної – мова як засіб репрезентації знань, спосіб їхнього декодування та експлікації у дискурсі [1: 55; 2: 11; 3: 94]. Такий ракурс досліджень зумовив особливу актуальність вивчення мовної своєрідності засобів масової інформації, простеження механізму створення впливовості, а відтак – здатності маніпулювати суспільною свідомістю.

Вагоме місце серед жанрового розмаїття ЗМІ належить редакційній статті. Вона слугує матеріальною базою для об'єктивації **ідеологічного дискурсу** [4: 6]. Функція редакційної статті полягає передовсім у інтерпретації подій з метою переконати адресата у певній точці зору. Такий тип статті „поєднує реалізацію функції повідомлення з компонентом впливу за рахунок висловлення думки й оцінки” [5: 32]. Читаючи статтю, автор якої відкрито висловлює погляди, адресат, інтерпретуючи експліцитно виражену інформацію та декодуючи імпліцитні смисли, сприймає ці погляди або відкидає їх, адже міркування одного впливового журналіста не завжди авторитетні. Через специфіку редакційної статті автор тексту відступає на задній план, а на передній план виходить зміст. Проте авторська оцінка однаково імпліцитно присутня. Коли мова йде про події чи явища, які не є безпосередньою частиною життя людей (передовсім міжнародні події, що є предметом розгляду), редакційні статті подають інформацію у такий спосіб, що адресатові не потрібно аналізувати, думати, адже він одержує вже готову інтерпретацію.

Комунікативно-прагматична настанова редакційної статті визначає вибір інформації та передбачає розгляд актуальних питань „із максимальною широким масштабом проблемно-аналітичного узагальнення й визначення соціальних настанов та директив” [6: 99]. Такі статті носять особливий прагматичний характер, що полягає у вираженні колективної позиції газети з метою вплинути на адресата та підштовхнути його до прийняття певної точки зору.

Задля здійснення відповідного комунікативного ефекту адресант редакційної статті послуговується великим арсеналом лексико-семантичних, стилістичних, синтаксичних тощо засобів. Серед прийомів досягнення впливовості тексту особлива роль належить лексичному наповненню статті, адже лексика – це „барометр” суспільних змін, яка віддзеркалює громадську свідомість з одного боку, та впливає на цінності й переконання мовців, з іншого [7] (див.: К.С. Серажим [8], А.О. Стриженко [9], О.Й. Шейгал [10], Р. Фаулер [11]). Семантично-прагматичний аналіз дозволяє розглянути лексичні одиниці з точки зору впливу на адресата, що є вельми важливим у вивченні функціонування ідеологічного дискурсу. Будь-які мовні особливості розглядаємо як спосіб реалізації адре-

сантом своїх інтенцій, які полягають у донесенні до адресата певної точки зору на ситуацію з метою переконання у правильності саме такої позиції.

Унаслідок аналізу випливає, що текстова фактура редакційної статті насичена лексемами, яким властива дифузна семантика Цей пласт лексики представлений словами, референт яких нечіткий. У таких лексемах екстенціонал (предмет, який позначає лексема, денотат), розмитий, а інтенціонал (смісл лексеми, сигніфікат, ті властивості, які складають внутрішній зміст слова), викликає у адресата певні (позитивні або негативні) конотації [12:91].

Найтипівішим чинником створення дифузності є чинник абстрактності та широти значення слів та словосполучень [10:50–51;8:262–270]. Це стосується передовсім номінацій, референт яких нечітко визначений через свою „глобальність”, що допускає різні інтерпретації, як от лексема *democracy*, її дериватид *democratic, democratically, democrat* та кліше *democracy aid, democratic values / rights / system / reform/ order/process*. Оскільки ці слова та словосполучення мають абстрактне значення, їхня інтерпретація залежить від світогляду, переконань та ціннісних орієнтирів адресанта, а відтак і адресата, який формуватиме власну точку зору, спираючись на інтерпретацію адресанта. Згадані лексеми набувають символічного значення, адже вони функціонують як опори, довкола яких розгортається дискурс. Вони можуть перетворитися на **ідеологеми** – домінантні концепти ідеологічного дискурсу, що втілюють світоглядні норми, фундаментальні ідейні настанови та лаконічно позначають загальнолюдські, політичні, культурні цінності [див.: 4: 7]. Такі лексеми здатні викликати у свідомості адресата багаті асоціації, активізувати певні емоції та відчуття, слугувати засобом мобілізації, сприяти категоризації картини світу. З іншого боку, маючи доволі розмиту семантику, вони спрощують реальність, перешкоджаючи раціональному осмисленню дійсності [10:106–107].

Лексика з дифузною семантикою використовується тоді, коли треба позначити явища, позбавивши адресата їхнього візуального образу, щоб не викликати небажаної реакції. Це передовсім стосується лексем, які здатні виконувати роль „універсальних заміників цілих фрагментів тексту” [8:257], „слів-амеб”, які „почуваються природно” у будь-якому контексті [див.: 13]: *activities, action, issue, matter, operation, process, problem, programme, pressure, thing: military activities; punitive action; diplomatic action; peace process; fundamental issue; to solve the problem* тощо. Г.-Й. Шмід називає такі номінації *conceptual shell nouns* – концептуальні рамкові іменники, „іменники-мушлі”, зазначаючи, що їхньою когнітивною функцією є активація інформації та контроль за її відбором [14: 117]. Для прикладу, словосполучення *military action* позначає військове втручання у Іран, тобто вторгнення, яке евфемістично номінується як *військові дії*: *It is not just that ruling out military action would weaken our bargaining position – it is that if Iran continues its current duplicitous conduct, it might be the only way to prevent a still greater disaster.*

Часто такі лексеми не мають конкретних референтів. Вони інформаційно недостатні, оскільки відкривають занадто великий простір для інтерпретатора [15: 14]. Згадані слова дають поверхнєве уявлення про ситуацію, явище, стан справ та, з іншого боку, дозволяють викликати у свідомості адресата певні асоціації [10: 64], що уможливує підведення під визначення слова смислів, які вигідні інтерпретатору. У реченні *Mr Olmert should view the Gaza operation as a chance to restore the reputation of his armed forces after the Lebanon*

debacle лексема *operation* має розмите значення, проте у її семантиці міститься позитивна сема продуманості, розвитку, тому адресат заповнить лакуну і сприйматиме повідомлення у позитивному ракурсі. Відтак використання слова з широкою семантикою слугує певним прикриттям для неприємної сутності.

Семантична невизначеність такої лексики часто компенсується її високим аксіологічним потенціалом. Негативне контекстуальне оточення здатне здійснювати поступовий семантичний вплив на слово, яке обростає певними відтінками значень з негативними конотаціями. Тоді мова йде про „актуалізацію контекстуальних імплікацій у конкретному слові, перехід контекстуальних імплікацій у семантичну експлікацію цього конкретного слова” [9: 81]. Під конотацію підпадають усі прагматично орієнтовані компоненти значення мовної одиниці, які доповнюють її денотативне значення. Наприклад, адресант послуговується лексемою *activity* у реченні *The increased activity at Arak's heavy-water facility, where international inspectors have been denied access for the past 18 months, highlights the difficulty of the negotiating process* для позначення діяльності уряду Ірану у сфері ядерного збагачення урану. Спираючись на ціннісні орієнтири, попередній досвід, переконання, адресант припускає, що Іран займається виготовленням атомної бомби. Використання означального речення, яке несе додаткову інформацію (*non-defining relative clause*), слугує додатковим підтвердженням цьому, адже адресант власноруч вибирає, яку інформацію слід включити у повідомлення, що уможливило спотворення смислу і його маніпуляцію.

Референційна невизначеність часто досягається адресантом завдяки застосуванню прийому генералізації – „розмивання смислового змісту”, в процесі якої відбувається „редукція семи, яка входить у прагматичний фокус” [10: 190–196]: *Just how bad does the tyranny in Zimbabwe have to get before the world takes action?* У цьому випадку слово *world* позначає конкретні країни, проте їхня позиція видається за точку зору усього світу. Унаслідок цього процесу видовий термін замінюється родовим, словом широкої семантики або вводиться квантор невизначеності: *some, any, all, proper, every, most, everywhere, elsewhere in the world, much of the public, always, everybody, nobody, never, nothing, everything, whatever* тощо. Такі „універсальні квантифікатори” зводять „багатовимірність до площинності” [16: 68]. Їхнє застосування дозволяє адресатові припустити, що певний випадок не винятковий, а поширений, загальний, акцентуючи на типовості, а відтак на стереотипності: *No one doubts Mr Tsvangirai's personal courage, but there must be doubts about the wisdom of continuing to campaign after the farce of the first round, which gave notice of the regime's determination to retain power by whatever means*. Такі прономінальні елементи виводять референт за межі „свого” кола, применшують вагомість, виражаючи тіміологічну оцінку – ранжування за параметром „важливо – неважливо”, викликаючи конотацію пейоративного відчуження [10: 121–122].

Ще одним чинником дифузності виступає складність значення, що виникає із ускладненого розуміння самого денотата, який не пов’язаний з безпосереднім досвідом адресата. Зокрема це стосується певних термінів, якими оперує адресант. Термінологічна лексика у мові ЗМІ використовується як для позначення понять науки, виконуючи інформативну функцію, так і з метою внесення додаткових відтінків значення, виконуючи функцію соціальної оцінки. У таких випадках семантична структура термінів знає певних змін, зумовлених їхньою деспеціалізацією [8: 260; 10: 21; 17: 75]. Її вияв простежуємо

передовсім у: 1) розширенні та спрощенні смислової структури терміну, переосмисленні терміну та набутті ним неспеціального, нейтрального значення. Це, для прикладу, стосується таких фраз як *marketeconomy, ruleoflaw, lawenforcement* тощо, які вже не сприймаються як терміни. Такі словосполучення перетворились із спеціальної лексики на загальні, універсальні, з точки зору західного адресата, цінності, які повинні бути спільними для усього світу. Подібну тенденцію спостерігаємо у застосуванні слів та словосполучень *sea sefire, target, taskforce, deployment* тощо, які використовуються настільки часто, що не сприймаються як елементи військової термінології; 2) набутті терміном певної експресивної маркованості, соціально оцінного забарвлення. Одним з таких прикладів є словосполучення *uraniumenrichmentactivity*, яке позначає процес збагачення урану і вживається для характеристики дій уряду Ірану, зустрічається настільки часто, що адресат, навіть не розуміючи, що означає цей процес, сприйматиме його як еквівалент ядерної загрози з боку Ірану, а відтак технічний термін набуває імпліцитного пейоративного забарвлення у характеристиці дій країни, перетворившись на свого роду „лякалку” для західного адресата.

З іншого боку, використання технічної, математичної мови додає об’єктивності, сприяє трактуванню інформації як неупередженої та надійної. При цьому простежуємо явище наукової раціоналізації [18: 136], коли адресант ніби намагається обґрунтувати домінуючу точку зору за допомогою „сили фактів”, що сприяє створенню ефекту науковості. У прикладі *A dossier published last year by the International Institute for Strategic Studies estimated that, under perfect conditions, 3,000 centrifuges could turn out 25kg of highly enriched uranium (HEU), enough for a single nuclear weapon, in less than a year* адресант постулює тезу про те, що Іран займається створенням ядерної зброї. Доказами цього, на думку адресанта, мають слугувати дані міжнародної організації. Потенційний адресат сприйматиме такий „доказ”, та ще й у комбінації з цифрами, беззастережно, адже адресант оперує науковими аргументами. До того ж, наявність у тексті технічних слів тривожить, адже незрозуміле завжди вселяє страх, відтак терміни виконують експресивну функцію, збільшуючи вплив на адресата та методично переконуючи його у правильності позиції.

Ще одною особливістю використання лексики з дифузною семантикою в ідеологічному дискурсі є її властивість утворювати евфемізми. Одним з ключових прийомів евфемізації [див.: 10:190–197, 294] є збільшення референційної невизначеності, яке виявляється через розширення об’єму референції при застосуванні слів з дифузною семантикою: *mission, operation, activity* тощо: *mission to rebuild a democratic Iraq* (про вторгнення військ США та союзників у Ірак та подальшу війну); *last year’s successful Libya operation* (про війну в Лівії). Відомо, що чим багатозначніше слово, тим багатший його евфемістичний потенціал [19: 89]. Такі лексеми слугують засобом заміни інших понять та інструментом приховування справжніх намірів. Адресат власноруч домислить те, що імпліцитно міститься у контексті. Відтак широта семантики евфемізму дозволяє завуальовувати негативний аспект явища, скеровуючи інтерпретацію адресата у потрібне русло та справляючи відповідний вплив.

Використання евфемізмів дозволяє прикрити „наші” сумнівні чи неправомірні дії, приховати гостру проблему та контекстуально створити ефект ввічливості, надати можливість зняти відповідальність з себе і перекласти її на іншого. Евфемізми уможливають створення позитивного забарвлення, щоб приховати негативні сторони, нейтрального забарвлення,

щоб ввести адресата в оману неясною семантикою, негативного забарвлення, щоб дискредитувати явище (дисфемізм) [9: 105–106].

При виборі евфемістичної номінації адресант доповнює модель ситуації інтенсіоналом використаної ним лексеми [20: 11, 21]. Відтак позначення, для прикладу, військових дій номінативною групою *миротворча операція (peacekeepingoperation, peacekeepingmission, peacekeepingactivities)* дозволяє замінити модель „війна” моделлю „дії по встановленню миру”. Те ж стосується, наприклад, лексеми *mission* у словосполученні *U.S missioninIraq* та *operationy* словосполученні *Libyaoperation*. Хоч фактично мова йде про вторгнення американських військ у Ірак, використання саме такої лексеми зміщує інтерпретацію у позитивне русло, адже у значенні лексеми міститься сема завдання, функції, яка покладена на когось і яку слід виконати.

Підсумовуючи, зазначимо, що серед розмаїття лексико-семантичних засобів вербалізації інформації в ідеологічному дискурсі особлива роль належить словам з дифузною семантикою, унаслідок чого стає можливою маніпуляція референтами. Інтерпретативний потенціал таких лексем доволі широкий, що сприяє їхньому використанню передовсім для акцентуації вигідних для „своє” групи аспектів та приховування невигідних. Такі лексеми сприяють нав’язуванню адресатові ідеологічної оцінки, яку постулює колективний мовець редакційної статті. Аналіз застосування таких мовних одиниць дозволяє простежити вербальну реалізацію стратегій ідеологічного дискурсу та його ідеологем.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бехта І.А. Дискурс наратора в англomовній прозі / І.А. Бехта. – К.: Грамота, 2004. – 304 с.
2. Кубрякова Є. С. Об установках когнитивной науки и актуальных проблемах когнитивной лингвистики / Е. С. Кубрякова // Известия АН. Серия литературы и языка. – 2004. – Т. 63, № 3. – С. 3–12.
3. Приходько А. Н. Языковое картирование мира в паттерне „концептосфера – концептополе – концептосистема” / А.Н. Приходько // Нова філологія: зб. наук.праць. – Запоріжжя: ЗНУ, 2005. – № 1 (21). – С. 94–104
4. Тхоровська С. В. Ідеологічний дискурс англomовної преси (лінгвокогнітивніаспекти) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.04 „Германські мови” / С. В. Тхоровська. – Львів, 2010. – 17 с.
5. Добросклонская Т.Г. Медиатекст: теория и методы изучения / Т. Г. Добросклонская // Вестник МГУ. Серия 10. Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 28–34.
6. Зильберт Б. А. Социопсихолингвистическое исследование текстов радио, телевидения, газеты / Б. А. Зильберт. – Саратов : Изд-во Саратов.ун-та, 1986. – 211 с.
7. Брейтер М. А. „Киллер” или „убийца”? (попытка системного подхода к описанию современной русской лексики) [Електронний ресурс] / М. А. Брейтер // Вестник ЦМО МГУ, 1998. – №1. – Режим доступу:<http://www.cie.ru/vestnik>.
8. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальнеявище: методологія, архітектоніка, варіативність : [на матеріалахсуч. газет, публіцистики] / К. С. Серажим. – К., 2002. – 392 с.

9. Стриженко А. А. Роль языка в системе средств пропаганды / А. А. Стриженко. – Томск : Изд-во ТГУ, 1980. – 210 с.
10. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса/ Е. И. Шейгал. – М. : „Гнозис”, 2004. – 326 с.
11. Fowler R. Language in the news. Discourse and ideology in the press / R. Fowler. – London and New York:Routledge, 1991. – 254 p.
12. УфимцеваА. А. Лексическое значение : Принцип семиологического описания лексики / А. А. Уфимцева. – М. : Едиториал УРСС, 2002. – 240 с.
13. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием в России сегодня / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2001. – 544с.
14. Schmid H.-J. CognitiveEffectsofShellNouns/ DiscourseStudiesinCognitiveLinguistics :SelectedpapersfromthefifthInternationalCognitiveLinguisticsConference (ed.by K. van Hoek, A. Kibrik, L. Noordman.). –Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 1999. – Vol. 176. – P. 111-132.
15. Кобозева И. М. Интенциональный и когнитивный аспекты смысла высказывания: науч. доклад по опубликованным трудам : 10.02.19 / Ирина Михайловна Кобозева. – М. : МГУ, 2003. – 95с.
16. Різун В. В., Непийвода Н. Ф., Корнеєв В. С. Лінгвістика впливу / В. В. Різун, Н. Ф. Непийвода, В. С. Корнеєв. – К. : Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2005. – 148 с.
17. Солганик Г. Я. Лексика газеты : [учебное пособие] / Г. Я. Солганик. – М. : Высшая школа, 1981. – 112 с.
18. Wodak R. History in the making / The making of history / R. Wodak // Journal of language and politics. – Amsterdam : Benjamins, 2006. – P. 125–154.
19. Функционирование языка как средства идеологического воздействия : сб. науч. тр. – Краснодар, 1988. – 111 с.
20. КотовА. А. МеханизмыречевоговоздействиявпублицистическихтекстахСМИ : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. филолог.наук : спец. 10.02.19 „Теория языка” /А. А. Котов. – М., 2003. –24 с.

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

<http://www.telegraph.co.uk/comment/telegraph-view/>