

their language dominants and, as a result, indicate an evolutionary resource of literary language.

Keywords: genre, media genrology, medialogic aspectology, functions of language.

Дергач Д.В. Медійная жанрологія в дискурсе сучасного філологічного знання.

В статті проаналізовані традиції і перспективи наукового вивчення медійної жанрології. Виявлені критерії інтерпретації жанрів масової інформації з точки зору журналістики. Визначено медіалінгвістичні аспекти дослідження жанрів СМІ в проекції на функції мови, які реалізуються в комунікативно варіативному мас-медійному контексті.

Ключові слова: жанр, медійная жанрологія, медіалінгвістична аспектиологія, функції мови.

УДК 811.161.2: 81'27

Сизонов Д.Ю., к. філол. н., доц.

МЕДИЧНІ ЛЕКСЕМИ ЯК МАРКЕРИ АКТУАЛЬНИХ ПОДІЙ: МЕДІАЛІНГВІСТИЧНИЙ КОНТЕКСТ

У статті на матеріалі сучасних українських мас-медійних ресурсів проаналізована медична лексика. У функціональному аспекті лексеми медицини в текстах ЗМІ виявляються як певні маркери актуальних соціальних подій, завдяки яким медійна комунікація стає більш експресивною та яскравіше віддзеркалює сучасні процеси в суспільстві.

Ключові слова: медійний текст, ЗМІ, медіалінгвістика, політична лінгвістика, медична лексика.

Медична лексика, що активно вживається в сучасному медійному просторі, може розширювати свою функціональну

сферу, змінюючи семантичні характеристики та виходячи за межі медицини. Це пов'язано, передусім, з функцією ЗМІ оцінки та аналізу суспільно-політичних процесів, що відбуваються в світі, та впливом засобами мови на реципієнта. Саме тому рушійні зміни економічного та політичного життя суспільства знаходять відображення в мові мас-медіа. За допомогою медичної лексики ці зміни можна окреслити якнайкраще, адже медицина – близька для комунікації особистості / соціуму України.

Мова мас-медіа, на слухне переконання російських та українських медіалінгвістів, є метафоризованою, а медичні лексеми (як фоновий шар лексики медіатекстів) відіграють ролі певних соціально-політичних маркерів (А. Баранов навіть наголошує на тому, що "світ – це лікувальний заклад, в якому є лікарі та хворі – виліковні, невиліковні, мертві") [1, с. 17].

Аналізуючи медійну комунікацію, ми виявили активне використання медичної лексики в невластивих для неї контекстах. Так, у політичній лінгвістиці концепт "політика" часто пов'язують з ярликовою медичною лексикою, що вживається бінарно – "хвора (нездорова) – здорова", "жива – мертва", "реанімована – нереканімована" тощо. Напр., "Україні потрібна **здорова** політика – без корупціонерів та мільярдерів" [УП, 17.12.2013], "Ситуація з **нездоровою** українською політикою тягне за собою інфляцію та фінансову кризу" [У, 10.12.2013], "**Хвора** політика не ладна захистити простих українців" [Z, 10.01.2014], "Політика **жива**, поки є здоровий електорат" [К, із інтерв'ю Л. Кравчука, 15.11.2012], "**Нежива** політика – в живій державі. Що далі?" [ТСН, із заголовку, 09.01.2014], "**Реканімована** політика для реканімованої Тимошенко" [ТСН, 22.02.2014], "**Нереканімована** ще політика соціальної сфери, яка потребує невідкладних рішучих дій" [РС, 12.12.2013] та ін.

Метафоризація ярликових лексем медицини – "це не тільки стилістичний прийом зображення, це спосіб глобального мислення та сприйняття світу" [3, с. 289-290.]. За допомогою метафори, в структурі якої є медична лексика, автор може донести до реципієнта важливу інформацію про актуальні суспільні події та описати її з додатковою експресією та

оцінкою. Пор.: *"Верховна Рада після довгої перерви знову почала працювати"* [У, 14.12.2012] та *"Верховну Раду реанімовано"* [УП, 14.12.2012], або *"Одеса у передчутті головного кінофестивалю (про Міжнародний Одеський кінофестиваль – Авт.)"* [У, із заголовку, 15.06.2013] та *"Одесу кінолихоманить"* [Т, із заголовку, 15.06.2013]. У політичних медійних текстах використання медичної лексики також може диктуватися т. зв. мовною модою та процесом мовної економії. Напр., *"У Верховній Раді знову почали "купувати" депутатів: з фракції "Партії Регіонів" в нову більшість "перебігло" вже з півсотні куплених народних обранців"* [УП, 21.02.2014] та *"Вірус корупції знову в Раді. Куплених перебіжчиків з экс-влади ніби купує "Батьківщина"* [Z, 21.02.2014]. У текстах на фінансову та бізнесову тематику медична лексика використовується часто для спрощеного опису та пояснення складних економічних процесів. Напр., *"Девальвація гривні може позитивно вплинути на українську економіку"* [УП, із заяви народного депутата С. Соболева, 17.12.2013] та *"Девальвацію часто розглядають як післяопераційний період: важко, але позаду найстрашніше"* [G, 18.12.2014].

У текстах ЗМІ явища економіки, політики, культури концептуалізуються шляхом зіставлення їх із війною, революцією, боротьбою, життям та смертю, адже "соціальна спрямованість медіатексту як важливий елемент розвитку медійного дискурсу полегшує його сприйняття реципієнтом, а також закладає необхідні важелі для опису нової інформаційної реальності" [2, с. 70-71]. Відповідно в медійний дискурс включають медичну лексику, що і має коректно надавати оцінку подіям і явищам. Сприйняття світу як здорового чи нездорового фізично та психічно зумовило розповсюдження в медіатекстах лексики медичної сфери. Так, у сучасному медійному дискурсі медичні лексеми виступають як оцінні маркери актуальних суспільних подій:

- економічних (валютні метастази, лікування гривні, банківська панацея та ін.): *"Валютні метастази розростаються українською економікою: корупція, офшори і міжнародні кредити"* [УП, із заяви економіста С. Рахмана,

12.06.2012], *"Необхідно сьогодні запровадити лікування гривні"* [У, 14.07.2013], *"Банківська панацея для экс-вкладників "Надра"* [В, із заголовку, 11.05.2013] та ін.

- культурних (музична лихоманка, кіноамнезія, музична вакцинація та ін.): *"У Латвії почалась музична лихоманка. За тиждень "Нова хвиля"* [Т, 12.07.2013], *"Кіноамнезія по-оскарськи: і Україна, і Європа, і світ"* [УП, із блогу кінокритика А. Вашко, 11.02.2014], *"Далі – без шансону: масова музична вакцинація в маршрутках країни"* [Т, із заголовку, 13.05.2013] та ін.

- спортивних (обстеження об'єктів, "динамівський" карантин, діагностика клубу та ін.): *"Новому міністру доручено провести неупереджене обстеження головних спортивних об'єктів"* [К, 13.03.2014], *"Після "динамівського" карантину піти на відпочинок вирішили і підопічні Луческу"* [К, 13.09.2013], *"Діагностика клубу (ФК "Шахтар" – Авт.) проводиться після сезону"* [В, 12.10.2013] та ін.

- політичних (вірус парламентаризму, передвиборча істерія, хвороба політикуму та ін.): *"Вірус парламентаризму заразив і владну верхівку"* [УП, 15.02.2014], *"Передвиборча істерія в Росії: Путін чи неПутін?"* [ТСН, із заголовку, 15.07.2012], *"Хвороба політикуму – головна проблема нинішньої України"* [УП, із інтерв'ю політолога В. Карасьова, 09.01.2014] та ін.

У більшості контекстів медична лексика вживається з негативною семантикою: *"Випадок із захопленням будівлі Святошинської райради – клінічний"* [К, із інтерв'ю Народного депутата М. Чечетова, 11.01.2014], *"Депутати просять спікера не підписувати нічний маразм (про пенсійну реформу. – Д.С.)"* [УП, 07.08.2011], *"Паралізована та хвора Верховна Рада має шанс запрацювати вже наступного тижня"* [У, із інтерв'ю політолога Д. Видріна, 17.10.2011] та ін. У медійному дискурсі вживається медична лексика також і з позитивною семантикою (таких прикладів дуже мало): *"Ліки від нового політичного колапсу знайдено!"* [К, із заголовку, 22.02.2014], *"Фінансовий донор (Росія. – Авт.) починає рятувати нашу країну від кризи"* [К, 10.02.2014], *"Світ лихоманить від підготовки до новорічно-різдвяних свят"* [ТСН, із заголовку, 29.12.2013] та ін. Частотне використання

медичної лексики з негативною семантикою пояснюється, на нашу думку, напруженою ситуацією в суспільно-політичному житті України, а тому цей шар лексики для опису нагальних проблем використовують медійники найчастіше.

У сучасній медіакомунікації громадські діячі, спортсмени, музиканти використовують у своєму мовленні медичну лексику для опису певних мистецько-суспільних реалій: *"Сучасне мистецтво – суцільна **"пипсова" інфекція**. Скільки можна?"* [Т, із інтерв'ю музиканта А. Кузьменка, 13.05.2013] *"В Україні – інформаційний **приступ**"* [Е, із заяви С. Єгорової, 11.03.2014], *"В Росії та світі починається олімпійська **лихоманка**, в якій Україна бере активну участь"* [В, із інтерв'ю Л. Подкопаєвої, 07.02.2014] та ін.

У політичному дискурсі медична лексика може слугувати засобом донесення до електорату політичних позицій, медична лексика може включатись у публічні промови та виступи українських політиків: *"**Хребет** української нації зламано, але його ще можна відновити"* [із інтерв'ю Ю. Тимошенко в програмі "Шустер LIVE" (Перший національний), 29.03.2014], *"У українства ще є сила подолати цю страшну **хворобу** – корупція"* [із інтерв'ю О. Тягнибока в програмі "Майдан: Точка відліку" (телеканал "Україна"), 03.04.2014], *"Обіцянками не можна **вилікувати** український народ, що потерпала і продовжує потерпати від дій влади"* [із заяви А.Гриценка у програмі "События" (телеканал "Україна"), 05.04.2014], *"Хіба європейський **шлунок** сьогодні спроможний **перетравити** Україну?"* [із заяви І. Богословської у програмі "Подробности" (телеканал "Інтер"), 03.04.2014] та ін.

Також медична лексика в політичній комунікації може бути інструментом маніпуляції громадською думкою. Так, Ю. Тимошенко у своєму публічному виступі на Майдані Незалежності використала медичну лексику для опису суспільно-політичної ситуації в країні (всі приклади зі стенографічного запису "Еспресо tv"): *"Коли снайпери пускали кулі в наших хлопців, то ці кулі були пущені в **серця** кожного з нас", "Те, що в країні сталося і те, як розрослась **ракова пухлина** цього олігархічного клану є неприпустимим в*

сьогоднішній політиці", *Наших людей – героїв Майдану – витягували **напівживих** з лав цієї злочинної влади", "Ці хірурги-політики **ріжуть по-живому** нас із вами, але ми не скоримося", "Наші **рани відкриті** і їх ще треба **вилікувати**. А на це треба час", "Ця небесна сотня чекає від вас **невідкладної медичної допомоги**. Політичної допомоги. Ми не залишимо їх!"*.

У політичних текстах часто міститься суб'єктивний виклад фактів і думок на певну політичну реалію, але "така інформація повинна бути ще одним аргументом для переконання адресата і в кінцевому рахунку впливати на його політичну позицію" [4, с. 163]. Саме тому медична лексика як периферійна в медійному тексті підсилює роль ядерної та часто стосується політичних концептів "Президент", "Прем'єр-міністр", "Верховна Рада", "Конституція України" та ін.: *"Президент новим бюджетом намагається **реанімувати країну** від затяжної кризи" [У, 11.12.2012], "Економічну дістур прописав українцям Прем'єр-міністр Яценюк" [РС, 06.03.2014], Зробити **внутрішню політичну ін'єкцію** від корупції пропонують депутати Верховної Ради" [В, 11.09.2013], "**Паралізовану Конституцію** треба привести до тями вже цієї осені – представник Президента" [У, 12.08.2013] та ін.*

Організація, зокрема, політичного тексту повністю залежить від адресата. За словами А. Чудінова [5, с. 75], в політичній лінгвістиці існує три основні адресати політичного тексту – політичні однодумці, політичні опоненти й електорат. Автором, відповідно, використовуються різні мовні засоби щодо кожного адресата (медична лексика як маркер політичного тексту буде з позитивною конотацією для першого типу адресатів, з негативною – для другого та з нейтральною – для третього). Пор., *"Батьківщина" зупинила **метастази** у владному організмі. **Видужування** населення (та самої влади) буде складним процесом, але партія до цього готова"* [із офіційного сайту ВО "Батьківщина", 22.02.2014], *"Батьківщина" з їхніми чварами – це вже **напівмертва** політична сила, яка не здатна підняти з інвалідного візка Україну" [К, із інтерв'ю народного депутата М. Чечетова, 11.07.2013], *"Нинішня ситуація – це **відкрита рана** для всіх політиків: і для владних, і для опозиційних" [ТСН, із інтерв'ю**

політолога В. Карасьова, 28.02.2014]. У текстах на фінансову тематику адресат різнитиметься характеристиками фаховості / нефаховості. Медична лексика буде в таких текстах використана відповідно. Пор., *"Дозування товарів без мита в європейській економічній організації – не переешкода для самої економіки ЄС"* [В, із інтерв'ю економіста А. Маркова, 11.09.2013], *"Дати "вітамінку" у вигляді підвищення зарплат та пенсій – перший шлях до інфляції"* [РС, із інтерв'ю економіста Т. Мелхової, 10.06.2013].

У медійному тексті важливу роль відіграють ідеологеми – "слова, у значення яких входить ідеологічний компонент" [5, с. 92]. Ідеологеми, як універсалії медійного тексту, "формують основу номінації та закріплюється в масовій свідомості як вербально-ментальний стереотип" [4, с. 56]. У контексти на позначення українських суспільно-політичних реалій можуть входити також номінації з інших сфер (зокрема, медицини), що часто увиразнюють смисл сказаного, посилюють вплив на реципієнта, його мовну свідомість у медійному дискурсі. Напр., *"Занести гроші в парламент [про корупцію – Авт.] – все одно, що стафілокок у пологовий будинок"* [ДТ, із заяви народного депутата Н. Шуфрича, 12.04.2012], *"Епідемію грипу організували БЮТ, бо їм вигідно керувати "хворим натовпом"* [ТСН, із заяви народного депутата Г. Герман, 07.06.2010], *"Грип прийшов і в Раду, але йому не дуже раді..."* [В, із заголовку, 11.12.2012], *"Свинячий грип, як дзеркало, в якому видні всі помилки влади"* [Д, 16.01.2012] та ін. Як бачимо, традиційні суспільно-політичні ідеологеми "парламент", "Рада", "влада", "корупція", "гроші" підсилюються використанням медичної лексики, що актуалізує проблеми в суспільно-політичному контексті.

Таким чином, медіакommунікація – оптимальний контекст для функціонування медичної лексики, що передбачає досягнення ефекту непередбачуваності, впливу на реципієнта та моделювання емоційно-експресивної оцінки повідомлюваного. Комунікативний фон є певним дзеркалом актуальних процесів, де медична лексика функціонує за принципом специфічного механізму досягнення основних завдань медіаіндустрії.

1. Баранов А. Русская политическая метафора / А. Баранов, Караулов Ю. – М., 1995. 2. Драганова А.К. Социокультурные и прагматические основы организации медиатекста / А.К. Драганова. – С.-Пб, 2001. 3. Ермакова О. Пространственные метафоры в русском языке / О. Ермакова // Логический анализ языка : Языки пространств : Сборник статей / отв. ред. Н.Д. Арутюнова, И.Б. Левонтина ; РАН, Ин-т языкознания. – М. : Языки русской культуры, 2000. – С. 289-298. 4. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л. Шевченко, Д. Дергач, Д. Сизонов / за ред. Л. Шевченко. – К., 2013. 5. Чудинов А.П. Политическая лингвистика : [Учебное пособие] / А.П. Чудинов. – М. : Флинта-Наука, 2012.

1. Baranov A. Russkaja politicheskaja metafora / A. Baranov, Karaulov Ju. – M., 1995. 2. Draganova A.K. Sociokul'turnye i pragmaticheskie osnovy organizacii mediateksta / A.K. Draganova. – S.-Pb, 2001. 3. Ermakova O. Prostranstvennye metaforы v russkom jazyke / O. Ermakova // Logicheskij analiz jazyka: Jazyki prostranstv : Sbornik statej / otv. red. N.D. Arutjunova, I.B. Levontina ; RAN, In-t jazykoznanija. – M. : Jazyki russkoj kul'tury, 2000. – S. 289-298. 4. Medialingvistika : slovník terminiv i ponjat' / L. Shevchenko, D. Dergach, D. Sizonov / za red. L. Shevchenko. – K., 2013. 5. Chudinov A.P. Politicheskaja lingvistika : [Uchebnoe posobie] / A.P. Chudinov. – M. : Flinta-Nauka, 2012.

Умовні скорочення:

G – "Gazeta.ua"	РС – Радіо "Свобода"
Z – телекомпанія "Zik"	T – "ТаблоID"
B – "Вікна-новини"	TCH – "Телевізійна служба новин"
D – "День"	У – "Уніан"
DT – "Дзеркало тижня"	K – ТРК "Київ"
E – Espreso.tv	УП – "Українська правда"

Syzonov D.Y. Medical lexemes as markers of actual events: the mediallynguistic context.

In the article on material of the modern Ukrainian mass-media resources a medical vocabulary is analysed. In the functional aspect the lexemes of medicine in the texts of mass-media appear as certain markers of actual social events, due to that media communication becomes more expressive and brighter reflects modern processes in society. In media text medical lexemes-labels can metaphorize, by means of what an author can describe an important event with additional expression and stylistic estimation.

The concepts of "politician", "opposition", "president", "prime minister" and others in the media discourse are connected with medical lexemes-labels. It is possible to make to the conclusion, that in most contexts a medical vocabulary is used with negative or neutral semantics. The frequency usage of medical vocabulary with negative / positive semantics is explained, to our opinion, by the real situation in social and political life of Ukraine and world. Media communication, thus, is an optimal context for functioning of medical vocabulary, that envisages the achievement of effect of unforeseeableness, direct influence on a recipient and design of emotionally-expressive estimation of presented information.

Keywords: media text, mass-media, mediallynguistics, political linguistics, medical vocabulary.

Сизонов Д.Ю. Медицинские лексемы как маркеры актуальных событий: медиалингвистический контекст.

В статье на материале современных украинских масс-медийных ресурсов проанализирована медицинская лексика. В функциональном аспекте лексемы медицины в текстах СМИ оказываются как определенные маркеры актуальных социальных событий, благодаря которым медийная коммуникация становится более экспрессивной и ярче отражает современные процессы в обществе.

Ключевые слова: медиатекст, СМИ, медиалингвистика, политическая лингвистика, медицинская лексика.