

Т. А. КОЦЬ

Інститут української мови НАН України
м. Київ, Україна
Електронна пошта: tetyana_kots@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0003-4622-9559>

КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНІ ЗАСАДИ СУЧАСНОГО ЖУРНАЛІСТСЬКОГО ДИСКУРСУ У АСПЕКТІ АКСІОЛОГІЇ

У статті з'ясовано сталі і змінні комунікативно-прагматичні ознаки сучасного журналістського дискурсу, який формують тексти, створені з урахуванням відповідних сфер комунікативної діяльності соціуму, комунікативних ситуацій та динаміки екстралінгвальних чинників. Показано, що зміст тексту кодується засобами національної мови, спільним фондом знань автора і реципієнта, який постійно розширюється і змінюється.

Функцію впливу на масову свідомість суспільства сучасних ЗМК реалізують, зокрема, оцінні мовні засоби, у самій природі яких закладено можливість моделювання не лише дійсності, а й потрібних для утвердження в соціумі ідеологічних принципів, що визначають спосіб суспільного мислення.

Публіцистичні тексти засвідчують функціонування логічної (раціональної) й емоційної (ірраціональної) оцінності. Логічну оцінність мотивують раціональні думки, а емоційну — почуття суб'єкта до об'єкта (особи, предмета, явища, події тощо).

Позитивна або негативна змістова шкала оцінності журналістського дискурсу формується відповідно до визначених у суспільстві соціальних, національно-культурних, моральних цінностей.

Показовим для аксіології журналістського дискурсу є формування експресивного словника з соціально-оцінним забарвленням, що позначає явища, факти, події суспільно-політичного життя. Основою його творення є тематично різноманітна загальнолітературна лексика, яка внаслідок переносного вживання трансформується в однорідні експресивні позитивно- або негативнооцінні функціонально-стилістичні слова та вислови.

Негативна оцінність у публіцистичних текстах може набувати ознак мовної агресії — деструктивного використання експресивних мовних засобів з метою вираження зневаги, неприязні, ворожості, погроз до адресата. Її одиницями є стилістично марковані мовні засоби (інвективи, грубі висловлення).

Зміна ціннісної парадигми на зламі XX – XXI ст. позначається на мовній свідомості українців, спричинює активізацію виразно національно маркованих одиниць, внутрішньомовні пошуки прийомів і засобів створення публіцистичного колориту, реалізацію потенційних можливостей мови.

Ключові слова: журналістський дискурс, публіцистичний текст, оцінність, позитивнооцінні засоби, негативнооцінні засоби.

Сучасний професійний дискурс журналістики традиційно зорієнтований на забезпечення комунікації з суспільством, на передавання, поширення в національно-мовному просторі суспільно-політичної, наукової, культурної інформації. Журналісти на загальнодержавному рівні популяризують літературну норму відповідно до внутрішніх законів мови й запитів соціуму. Сталі комунікативно-прагматичні ознаки професійного дискурсу журналістики: доступний, логічний виклад, уживання семантично прозорих, однозначних лексичних номінацій з виразною оцінною конотацією. Публіцистичні тексти кодують різні етапи суспільного досвіду, забезпечуючи передавання інформації від покоління до покоління і зберігаючи її в часі та просторі.

Водночас ця сфера мовного функціонування є відкритою і динамічною, на ній постійно позначаються семантико-аксіологічні механізми часових, ціннісних, ідеологічних, естетичних орієнтирів епохи у зв'язку зі змінами пріоритетів суспільно-політичного життя народу. Французький філософ М. Фуко публіцистику тлумачить як соціальну інформацію, соціально зумовлену систему мови і дій [Фуко : 35].

Журналістський дискурс є найдієвішим і всеохопним інструментом впливу на масову свідомість завдяки сформованій високорозвиненій функціональній системі засобів масової комунікації, яка є незамінним інструментом поширення знань про навколишній світ, швидким засобом передавання інформації, а також невід'ємним елементом сучасного соціуму, який «передбачає живий зворотний зв'язок адресантів та адресатів, учасників соціальної комунікації, стає надійним джерелом для вивчення динаміки мовних змін, активних процесів у мові й мовній свідомості наших сучасників» [Єрмоленко : 123].

Журналістський дискурс формують тексти, створені з урахуванням відповідних сфер комунікативної діяльності соціуму, комунікативних ситуацій та динаміки екстралінгвальних чинників. Зміст будь-якого тексту кодується засобами національної мови, спільним фондом знань автора й реципієнта [Фуко : 17]. У самій природі мовних одиниць публіцистичних текстів закладено можливість моделювання не лише дійсності, а й чітких ідеологічних принципів, що визначають спосіб суспільного мислення.

Соціальна детермінованість сучасних публіцистичних текстів і загальні тенденції демократизації впливають на їхнє змістове наповнення, активізацію внутрішнього мовного потенціалу, зумовлюють не завжди виправдане поширення розмовних одиниць, іншомовних елементів, стимулюють динамічні семантичні процеси, пошуки нових форм мовного вираження тощо. Мова ЗМК стає не лише інструментом пропагування нових цінностей та ідей, а й засобом маніпуляцій мовною свідомістю. Як зауважує І. В. Анненкова, у мові публіцистики традиція оновлюється й модернізується відповідно до історико-соціального буття нації [Анненкова : 99–100].

Дослідники наголошують, що сучасні публіцистичні тексти вирізняє комунікативно-прагматична спрямованість, яка виявляється в реалізації соціально-психологічного впливу на читацьку аудиторію через переконання, навіювання, емоційне «втягування» [Худолій : 17]. Журналістика впливає на свідомість людей, посідаючи важливе місце у формуванні нової системи цінностей, а мова ЗМК є особливим інструментом, за допомогою якого традицію оновлюють, актуалізують, інтерпретують відповідно до історико-соціального буття нації [Завальнюк : 12].

На сучасному етапі розвитку української публіцистики помітна тенденція до зміни акцентів у компонентах загальноприйнятої тріади мовного акту: адресант — повідомлення — адресат. Показовим для публіцистичного стилю є те, що у стилетвірній категорії автор сприймається переважно як людина приватна, що зумовлено формуванням нових соціальних ідеалів; це творча особистість, яка виступає від власного імені, реалізуючи себе у вільному виборі мовних засобів. Сучасний публіцистичний текст містить авторську рецепцію. У зв'язку з цим у науковий обіг уведено поняття «текстова модальність» [Солганик : 18] — вираження в тексті різнопланового суб'єктивно-об'єктивного ставлення автора до дійсності — прямого, оцінювального, ускладненого аналізом, філософськими, політичними, соціально-ідеологічними теоріями і т. ін. [Завальнюк : 14]. Помітні зміни і в цільових засадах, загальних стратегіях журналістів. Настанови на доступність для широкого загалу викладу інформації, що виявлялося в доборі семантично прозорих, однозначних мовних одиниць, в обмеженні словникового запасу, поширенні штампів тощо, поступаються перед комунікативними намірами автора створити цікавий, креативний текст який не лише інформує, а й максимально переконує читача в правильності тверджень та оцінних суджень.

Вплив тексту на адресата залежить від спільного фонду знань автора і читача. Адресант постійно розширює когнітивну базу, формує світогляд і збагачує інтелект адресата, коригуючи на підсвідомому рівні його мовну свідомість. Читач у кожній статті впізнає особистісні риси автора, робить висновки про його знання, структуру інформації, компонентами якої є переконання, ціннісні орієнтири суспільного життя [Лазуткина : 8].

Комунікативно-прагматична спрямованість тексту реалізується в різноманітних жанрових виявах як формах втілення різних способів інформування, оцінювання та волевиявлення. Будь-який жанр журналістики має чітку прагматичну спрямованість — різними мовними засобами переконати адресата в правильності судження та спонукати його до відповідної реакції. Інформування соціуму відбувається зрозумілою для широкого загалу мовою з уживанням загальноновживаної нейтральної лексики. Посилення читацької уваги до найважливішого в тексті, прагматичного впливу на реципієнтів уможливають уживання стилістично забарвлених, експресивнооцінних слів [Радибурская : 162].

Диференційною ознакою сучасних публіцистичних текстів є оцінність, яка може бути раціональною та експресивною. Інформативно-пізнавальні тексти з чіткими, однозначними і водночас експресивно виразними мовними засобами завдяки насамперед зрозумілому і сприйнятному для широкого загалу змісту поширюють та закріплюють у свідомості суспільства регламентовані соціально-політичною ситуацією мовні парадигми.

Позитивна або негативна змістова шкала оцінності журналістського дискурсу формується відповідно до визначених у суспільстві соціальних, національно-культурних, моральних цінностей.

У публіцистичних текстах поширені логічна (раціональна) й емоційна (ірраціональна) оцінки, які в тексті часто взаємодіють. Логічну оцінність мотивують раціональні думки, а емоційну — почуття суб'єкта до об'єкта (особи, предмета, явища, події тощо). Одиницями логічної оцінності є слова і словосполучення з позитивнооцінною та негативнооцінною семантикою (*мислитель, гуманіст, добродішесний науковець, розвинена інфраструктура, злодій, плагіатор, хабарник*), а одиницями емоційної оцінності — експре-

сивно-конотативні (*негідник, пройдисвіт, зажерлива людина, українолюб, омріяний план*) мовні засоби. Оцінювання відбувається шляхом уживання мовних одиниць, зареєстрованих у словниках або в пам'яті носіїв мови з погляду їхніх ціннісних орієнтирів: добра і зла, правди й неправди, справедливості і несправедливості, користі і шкоди, краси й потворності, дозволеного й забороненого. Оцінна семантика розкривається у відповідних контекстуальних умовах, зокрема в оновленні структури та семантики компонентів, стилістичної маркованості синтаксичних одиниць.

Поєднання логічної та емоційної оцінок уможливорює тісно пов'язану з ситуацією спілкування прагматичну оцінність тексту в цілому, зокрема мовні акти схвалення, заохочення, прихильності (плюс на шкалі оцінок) або, навпаки, осуду, зневаги (мінус на шкалі оцінок), які ґрунтуються на спільному фонді знань і норм автора та реципієнта.

У плані вираження оцінка може бути експліцитною й імпліцитною. Експліцитну оцінку передають мовні засоби з виразною безпосередньою позитивною або негативною конотацією, а імпліцитні потребують складнішого й глибшого опосередкованого процесу сприймання.

Стилістичний потенціал оцінності у публіцистичному тексті розкривається на лексичному, фразеологічному та синтаксичному рівнях.

Оцінність у публіцистичному тексті забезпечує одну з його основних функцій — впливу на масову свідомість суспільства. Журналістський дискурс є сферою обміну інформацією, раціонального й емоційного оцінювання понять, явищ світу, вираження ціннісних орієнтирів певного колективу, політичної, ідеологічної групи людей, суспільства в цілому.

Раціональну оцінність формують відомі для носіїв мови із загальнолюдського або національного досвіду позитивнооцінні та негативнооцінні слова (*справедливість, патріотизм, демократія, національно-свідомий, відповідальний — несправедливість, тоталітаризм, тероризм, агресія, жорстокий*), які будують позитивнооцінну (*держава — незалежна, самостійна, соборна, суверенна, демократична, переможна, європейська, вільна, нова; народ — національно свідомий, непереборний, сильний, цілеспрямований, інтелектуальний, європейський, успішний, єдиний, об'єднаний, нездоланний, культурний, піднесений; влада — відповідальна, державницька, патріотична*) і негативнооцінну (*держава — тоталітарна, антигуманна, залежна; народ — несвідомий, некультурний; влада — безвідповідальна, антидержавницька, розкоординована, корумпована*) парадигми ядерних понять (*держави, народи, влади*) публіцистичних текстів.

Виразною ознакою аксіології журналістського дискурсу є формування експресивного словника з соціально-оцінним забарвленням, що позначає явища, факти, події суспільно-політичного життя. Основою його творення є тематично різномісна загальнолітературна лексика, яка внаслідок переносного вживання трансформується в однорідні експресивні позитивно-, або негативнооцінні функціонально-стилістичні слова, вислови (*прем'єріада, буриштиновий нардеп, лишай на українському тілі, слуга Кремля*).

Соціальна оцінність публіцистичної лексики змінюється відповідно до пріоритетів доби: політики, ідеології, культурного життя і є показником динаміки мови публіцистики.

У сучасних публіцистичних текстах соціальна оцінність виявляється у формуванні нового позитивнооцінного публіцистичного словника ядерних понять: *України, державності, миру (відмолодіння України, державницька*

щирість, омріяний мир) і негативнооцінного публіцистичного словника *влади, Росії, війни (політичні аферисти, кремлівський зашморг, гібридна війна)*.

Велика кількість експресивно забарвленої публіцистичної лексики та словосполучень унаслідок постійного вживання втрачають первісну емоційність і перетворюються на мовні штампи.

Експліцитна оцінка є виразною ознакою полеміки, критичного аналізу суспільно-політичних, економічних, культурних процесів і виразно простежується на лексичному рівні, зокрема в синонімічних рядах, у яких завжди представлені слова більш нейтрального значення, а також одиниці з різними емоційнооцінними відтінками. Кожна доба спричиняється до виникнення нових реалій, пізнання нових явищ, отже, й формування нових понять. Проте не тільки нові явища потребують осмислення і словесного вираження, старі поняття також з плином часу змінюються, їх розуміння прямо пов'язане з динамікою цінностей суспільства — це природна взаємозалежність поняттєвого та словесного світів.

Закономірні процеси розвитку мови потребують оновлення лексичних засобів, вираження різних відтінків значення. Як наслідок — розширюються наявні і виникають нові синонімічні ряди з неоднорідним планом вираження та різними функціями (заміщення, уточнення, поглиблення характеристики предмета) (*знедуховлений — обездуховлений — пустодухий, знеосіблення — деперсоналізація*), напр.: «Російському шовінізму відводиться особлива роль у нівеляції і *знеосібленні* українців» (Літературна Україна, 17 черв. 2012), «“Гранословці” [сучасники письменницького конкурсу “Гранослов”] не зупиняються на констатації екзистенціальної проблематики, не перетворюються на пасивних споглядальників нівеляції самооцінної особистості в зародку, що активно відбувалося в процесі запрограмованої *деперсоналізації* народу» (Культура і життя, 27 квіт. 2013).

Експліцитну функцію виконують синонімічні й антонімічні епітети, які в публіцистичному тексті наголошують на якості, властивості, увиразнюють позитивнооцінні або негативнооцінні характеристики осіб, явищ життя. Часто як синоніми функціонують позитивнооцінні епітети *одухотворений — одуховлений* до слів *народ, нація, суспільство*, напр.: «Наша *нація, одухотворена* вірою в добро і справедливість, здолає всі труднощі і незгоди, досягне єдності і розквіту» (Україна молода, 06 верес. 2012), «Упродовж якого десятик років цікавило мене суспільство епохи Середньовіччя не те темне, як його звичайно уявляють, а *одуховлений* вірою *народ*, душа якого втілилася в камені соборів та романських і готичних скульптур» (Літературна Україна, 04 жовт. 2012). З плином часу коло епітетів, які позначають процеси і явища світу, розширюється, змінюється.

Імпліцитну оцінність у публіцистичних текстах зумовлює синтаксична будова: зміна порядку слів, парцельовані, приєднувальні конструкції, еліпси. Граматичні засоби створення оцінності вислову, на відміну від лексико-семантичних і фразеологічних, не мають прямого зв'язку з позитивною або негативною оцінкою. Вони виконують функцію наповнення тексту інформативністю, часто суб'єктивною, яка спонукає читача до певних оцінних асоціацій. Оцінними синтаксичними одиницями є розчленовані структури, тобто спеціально вичленовані з одного речення два й більше виразно оформлених висловлення. Найпоширенішою з них у публіцистичних текстах є парцеляція, яка уможливорює привернення уваги читача до певної частини речення, посилює інформативну, оцінну місткість синтаксичної одиниці,

напр.: «Нас мирних гречкосіїв упосліджували. А ми винайшли світове зерно і колесо, конституцію і демократію» (Літературна Україна, 10 квіт. 2014).

Одним з різновидів синтаксичної оцінності є називний уявлення — називний відмінок іменника, який дає позитивну або негативну оцінку предметам, явищам, названим цими іменниками, напр.: «Доленосна зустріч» (Україна молода, 7 трав. 2015), «Гібридна війна» (Сільські вісті, 15 груд. 2016).

Для уточнення, доповнення оцінки предмета або явища, роз'яснення змісту, введення додаткової інформації у публіцистичних текстах функціонують вставні і вставлені конструкції, напр.: «Ті фахівці справді дали старт (*лише старт, але важливий старт*) реформам у міліції — переходу до формату цивілізованої поліції. А далі кавказькі реформатори повтікали, жажнувши масштабів корупції в своєму міністерстві» (Літературна Україна, 09 берез. 2017). Їх функціональне навантаження полягає в додатковій інформації, що розширює й збагачує зміст висловлення.

Імпліцитними засобами оцінювання на стилістичному рівні є метафора, метонімія, які в публіцистичному тексті через асоціативні зв'язки наголошують на новому в оцінці процесів доби, відбивають переосмислення історичного минулого й сучасних реалій життя народу, напр.: «Згущені ріки українських політиків або про приховані складники улюблених ласощів малюків» (Україна молода, 13 груд. 2012), «Революція і Війна ще далеко незавершена... Підступний ворог, використовуючи манкуртів і свою агентуру у владі, наші слабкості та недоліки, продовжує робити все можливе для знищення нас як Нації та нашої Державності. І наше завдання — не здаватися, не впадати у розпач, не підігравати ворогу, *не йти за "болотяними вознями" чужих доктрин та ідеологій...*» (<https://www.umoloda.kiev.ua/number/0/2010/152097/>).

Оцінка явищ духовного життя народу часто знаходить вираження в метафоричній енантіосемії — поляризації значень слів, зокрема чітко вираженої і вже усталеної в свідомості людей негативної семантики поняття «політика» та позитивно окресленої в усі періоди історії літературної мови культурної сфери життя суспільства, напр.: «Сучасні кобзарі з намулу часу, ідеології, політики та імітації вимивають золоті піщинки правдивого кобзарства» (Слово Просвіти, 22–28 верес. 2013). Протиставлення позитивних і негативних оцінок журналісти досягають за допомогою стилістичного засобу — антитези, що полягає в зіставленні порівнюваних понять, явищ, ситуацій через поєднання їх значень в одному контексті для досягнення виразно-зображального ефекту, зокрема увиразнення протилежності, напр.: «В Україні зараз набирає силу процес *очищення*, у Росії — процес *загнивання*» (Україна молода, 24 черв. 2014).

Оцінні функції у журналістському дискурсі виконує також порівняння, що передає позитивне або негативне ставлення до об'єкта через найхарактерніші ознаки, які органічно властиві для інших предметів чи явищ, напр.: «Влада — це підліток, який постійно шукає і розширює межі своєї безвідповідальності. А суспільство, подібно до дорослого, ці межі встановлює і контролює всередині» (Сільські вісті, 12 верес. 2011). Багатовимірність функціонального вживання оцінних засобів мови в публіцистичному тексті унеможливорює їх чітку класифікацію за єдиною ознакою, що особливо помітно в переході оцінної лексики в оцінні синтаксичні структури.

Зміна ціннісної парадигми на зламі XX – XXI ст. позначається на мовній свідомості українців, спричиняє активізацію виразно національно маркованих одиниць, внутрішньомовні пошуки прийомів і засобів створення публі-

цистичного колориту, реалізацію потенційних можливостей мови. Диференційною ознакою сучасних публіцистичних текстів є функціонування оцінних трансформованих прецедентних висловів, які, забезпечуючи тяглість культурного й інтелектуального досвіду народу, відбивають тенденції розвитку семантичної системи мови і є синхронними часовими маркерами суспільних тенденцій відповідного історичного періоду.

На думку О. Селіванової, прецедентні тексти уможливають реалізацію інтертекстуальності — діалогічного зв'язку тексту в семіотичному універсумі з попередніми текстами (рекурсивний) та з подальшим текстотворенням (прокурсивний) як текстотвірної категорії лінгвостилістики [Селіванова : 191].

Прецедентні вислови, функціонуючи в сфері масової комунікації, фіксують попередні інтелектуальні надбання та переносять їх на наступні етапи пізнання, що забезпечує спадкоємність культури, інформативно збагачує та інтелектуалізує мовомислення широкого загалу. О. А. Нахімова зазначає, що прецедентні феномени — це один з інструментів трансляції «культурної пам'яті» народу від одного покоління до іншого та одночасно спосіб об'єднання народу навколо його культурних цінностей та моральних ідеалів [Нахімова : 12]. Такі одиниці, з одного боку, відображають національні стереотипи в сприйнятті та оцінці людей, явищ суспільного життя, а з другого, — мають потужний маніпулятивний потенціал. Сприйняття прецедентних феноменів спирається на фонові знання адресата й залежить від специфіки прецедентного знаку та особливостей його вживання в медійному тексті.

Спираючись на прецедентні феномени, засоби масової інформації засуджують або схвалюють певні зразки поведінки, і таким чином формують певну систему цінностей, регулюють соціальну поведінку всієї лінгвокультурної спільноти.

Основними джерелами прецедентних феноменів у сучасній пресі є національний фразеологічний словник, твори класичної літератури, Біблія, висловлювання видатних політиків чи громадських діячів, кінофільми, популярні пісні тощо. Сутність прецедентного феномену полягає у забезпеченні культурної континуальності як у синхронії (між окремими субкультурами), так і в діахронії (між різними етапами розвитку національної культури) [Гришаева: 30]. Вибір того чи того джерела або прецедентного феномену залежить від прагматичного наміру автора, теми та ідеї статті, перлюкутивного впливу, який автор намагається справити на читача. Завдяки використанню прецедентних феноменів автор, застосовуючи мінімальні мовні засоби, одразу створює для реципієнта мисленнєвий образ, крізь призму якого сприйматиметься зміст статті.

Найпоширенішими прецедентними висловами в сучасних медійних текстах є *трансформовані фразеологізми* — національно-прецедентні, змінені в лексичному складі або синтаксичному оформленні традиційні сталі сполучення слів. Компоненти таких змінених одиниць можуть вільно вживатися в інших словосполученнях, що дозволяє простежити синонімічні, антонімічні зв'язки та надати їм нового актуального змісту.

Оцінну семантику мови преси увиразнюють змінені фразеологізми з семантикою життєствердності, духовності. Такі вислови контрастують у контексті з негативнооцінними словосполученнями на позначення сучасних реалій життя і посилюють позитивну конотацію основної думки газет-

ної статті: «Перспективи невеселі, *але світло в кінці тунелю бачу*» (Молодь України, 11 січ. 1994), «Як любити Україну “до глибини кишені” — Мирослав Івасиків знає, але йшов він до цього чину спочатку через любов до «глибини серця» (За вільну Україну, 10 листоп. 2000).

Диференційною ознакою сучасних публіцистичних текстів є вживання біблійних висловів, які розкривають сучасні українські реалії і передають виразну стверджувальну позитивну оцінку майбутнього України: «Можна погрожувати волхам розірвати дипломатичні відносини. Але не можна загасити зірку над державністю України. Дайте строк. Немовляті виповниться 33 роки. *Він навчиться ходити по воді, перетворювати воду на вино і воскресити мертвих <...>* Чекайте! Він сам знайде навіть без вірчих грамот. Бо гніт Його благо, а тягар Його легкий...» (Час Time, 17 січ. 1997).

Процеси державотворення часто мають негативнооцінене висвітлення у мові сучасної преси. Трансформовані поширені фразеологізми передають критичні суспільні настрої доби й засвідчують очікування необхідності змін у своїй державі: «На Сході України ще є ті самі граблі, що й в Криму, тільки краще заточені» (Україна молода, 15 квіт. 2014), «Кажуть же, що найсерйозніший урок історії (також нашої української — з її невмирущим отаманством і одночасним скиглінням про “єдність”) якраз у тому, що вона *ще нікого нічому не навчила*» (Час Time, 13–19 берез. 1997).

Уточнені фразеологізми привертають увагу до трагічних явищ, негараздів народу сучасної України, напр.: «Мистецтво жити з гранатою. Центр столиці України — *заміноване коло*» (Україна молода, 05 квіт. 2001) — пор. *зачароване коло*.

Поширені традиційні фразеологізми актуалізують семантичний потенціал контексту. Значення залишається тим самим, змінюється тільки частина інформації, яка потрібна авторові для відтворення образу чи характеру українських реалій, напр.: «Тож ходаки з Херсона *оббивають урядові пороги*: виділіть гроші для лізингового викупу шести десятків комбайнів, дайте змогу розвинути сільське господарство в Україні» (Сільські вісті, 18 верес. 2001) — пор. *оббивати пороги*, «Це значить, що *латають чергові бюджетні діри* за рахунок наших сімейних бюджетів» (Перець, 2000, № 6) — пор. *латати дірки*. Уведені компоненти допомагають уточнити, розширити інформацію про процеси державотворення: «Зараз біжимо в Європу. *Мчимо на всіх парах*» (Сільські вісті, 06 груд. 2002) — на *всіх парах*.

Метафоризовані поширені вислови в негативнооцінних заголовкових структурах загострюють увагу читача і спонукають прочитати статтю, зміст якої розкриває сам об'єкт аналізу й оцінки: «*Між солом'яних вогнів ідей і швидкого попелу забуття*. Українська зовнішня політика. Погляд з-за кордону» (Час Time, 17 січ. 1997) — пор. *між двох вогнів*.

Оцінюючи становище України на міжнародній арені, журналісти залучають контекстуально зумовлені, упізнавані для багатьох слов'янські моделі фразеологізмів, зокрема польські: «*Чи буває НАТО занадто?* Леонід Кучма вважає, що буває. І те, що добре для Польщі, для Угорщини, для України, на його думку, погано» (Час Time, 06–12 берез. 1997).

Семантику висловів зі світової літератури, Біблії, кінофільмів конкретизують контексти, зміст яких привертає увагу суспільства до негативних процесів в українській політиці, економіці, освіті, екології тощо: «Політична гра “*приборкання України*” триває. Олександра Лукашенка ігнорує демократична Європа, але в Києві білоруського диктатора приймали краще,

ніж Білла Клінтона» (Час Time, 22–28 трав. 1997), «Іронія долі лише в тому, що ординарні стукачі нарядилися в професорські мантиї і прогулюються під столичними каштанами. А твої блудні сини, Україно, ковтають радіонукліди в чорнобильській зоні, мріючи про остаточне поновлення втрачених прав» (Молодь України, 21 черв. 1994).

Негативно оцінюються глибоко вкорінені у свідомість народу недооцінка власного потенціалу, приниження, апатія, зневіра тощо. Відомі для широкого загалу вислови зі світової літератури, винесені у заголовок та оформлені як риторичні питання, не так наголошують на негативі, як спонукають читача до роздумів про необхідність щось змінювати, прагнути оновлення, напр.: «По кому б'є дзвін? [заголовок] Чи можна бодай уявити, що французи благоговійно відзначають вимушену угоду з англійцями (1360 р.), за якої велика частина їхньої території відійшла до агресора? Чи можна повірити в те, що вірмени святкують дати, коли їхню землю шматували перси і турки? Чи є на цій грішній землі хоч один народ, який урочисто стрічає день свого колоніального уярмлення? День залежності? Виявляється є. Це ті ж таки чухраїнці, які бравенько рихтуються 18 січня відзначати його в своєму українському місті Переяславі» (Молодь України, 15 квіт. 1998).

Семантика оцінних прецедентних висловів журналістського дискурсу відображає суспільне осмислення історії і сучасності, що активується одиницями національної мови та фіксує новий етап розвитку її функціонально-стильової парадигми.

Негативна оцінність може набувати ознак мовної агресії — деструктивного використання експресивних мовних засобів з метою вираження зневаги, неприязні, ворожості, погроз до адресата. Її одиницями є стилістично марковані мовні засоби (інвективи, грубі висловлення). На думку Д. Сизонова, «в умовах світових інформаційних агресій сьогодні особлива увага звертається на проблему медіаграмотності соціуму, адже когнітивне оброблення інформації, що надходить з органів чуття, відбувається на основі сформованих у індивіда ментальних репрезентацій» [Сизонов : 83].

Деструкція агресивної мовної поведінки полягає у свідомому виборі адресантом суб'єктно-об'єктної форми спілкування. Розрізняють пряму і непряму мовну агресію. Пряма мовна агресія як культурний феномен соціальної дискредитації суб'єкта через адресований йому текст, а також усталений вислів, що сприймають у тій чи в тій культурній традиції як образливий для адресата, містить погрози, образи, звинувачення, створення негативного образу об'єкта. Непряма мовна агресія обмежується насмішками, іронією, докорами, обуренням тощо.

Вибір об'єктів агресії адресанта залежить від екстралінгвальних чинників: ідеології, політики, економіки, культурної ситуації в суспільстві.

Прагнення знизити соціальний статус адресата та його рівень самооцінки, нанести моральну шкоду або досягнути змін у поведінці формують негативний образ «влади», засобами вираження якого є експресивні синонімічні ряди інвективів з прямим вираженням мовної агресії (*українофоби, антинародники, політичні аферисти*), публіцистичні перифрази з непрямим вираженням мовної агресії (*перебіжчики, зрадники, тушки, кровопивці, доларові опозиціонери, підстаркуваті демократи, п'ята колона, політикани-словоблуди*). Пряму мовну агресію посилюють публіцистичні епітети «влади»: *олігархічна, кланово-олігархічна, бандитська, антиукраїнська, корумпована, деструктивна, зденаціоналізована*, напр.: «Я за віком мав би вже сиді-

ти на пенсії, але нині державою керують *антиукраїнські сили, кланово-олігархічна влада*, яка дбає лише про власні інтереси» (Літературна Україна, 07 лют. 2013). Лінгвісти наголошують: якщо в мові як засобі спілкування панує агресія, то людина сучасного світу згодом втратить будь-які цінності й перестане бути людиною [Cvetanovich : 7].

Як засоби непрямой мовної агресії в сучасних публіцистичних текстах функціонують іронічні трансформовані народнорозмовні фразеологізми, пор.: «Ач, як нас гаряче закликають до відкритості й прозорості! *Ті що сховалися за високими парканами і броньованими дверима!* Тут відізвалася Швайчиха: “Добре, що заклики не стосуються громадських нужників!”; — Пошастило партії *влади!* / — А як саме? / — А так. Перед виборами гарно вродили і хліба, і городина! / Тут відізвалася Швайчиха: “Логічно. *Чим більший урожай пшениці, тим більше локишини на вуха*”» (Перець, 2018, № 1, с. 2).

Причиною явища мовної агресії у світових масштабах є війни. Щоб запобігти розпалюванню ворожнечі, у багатьох країнах Європи існують редакційні інструкції щодо вживання тих або інших номінацій (які є одним з різновидів внутрішньокорпоративної політики), зокрема у світових медіа, які прагнуть дотримуватися відповідних стандартів та цінностей. Мовні засоби ворожнечі та вияви вербальної агресії (грубі вислови, агресивний тон, дискримінаційні терміни тощо), як правило, не допускають, або обмежують у вживанні. В останньому Editorial Guidelines BBC перелічені лексеми, можливість появи яких має бути узгоджена з редактором випуску й головним радником з редакційної політики. Принцип свободи слова залишається незмінним, проте заборона на вживання засобів мовної агресії діє відповідно до прийнятих редакцією рамочних цінностей і стандартів.

Журналістський дискурс в аспекті аксіології — це сукупність апеляцій до колективних культурних, ментальних одиниць, які об’єднують ціннісний, поняттєвий і образний елементи. ЗМК, змінюючи в текстах формат різноманітних актуальних тем, наповнюючи зміст позитивною або негативною оцінкою, формують загальну, масову й мовну культуру суспільства.

Оцінність у мові преси виявляється в оновленій структурі та семантиці лексичних компонентів, стилістичній маркованості синтаксичних одиниць.

Виразною ознакою сучасного журналістського дискурсу є вживання трансформованих фразеологізмів, афоризмів, які відбивають нові реалії доби, політичні, культурні, соціальні настрої суспільства, пропагують нову парадигму цінностей, реалізують потенційні можливості мови, забезпечують розвиток її лексичної та фразеологічної системи.

ЛІТЕРАТУРА

- Анненкова И. В. Язык современных СМИ как система интерпретации в контексте русской культуры (попытка риторического осмысления). *Язык современной публицистики* : сб. статей. Москва : Флинта : Наука, 2005. С. 99 – 114.
- Гришаева Л. И. Прецедентные феномены как культурные скрепы (к типологии прецедентных феноменов). *Феномен прецедентности и преэминентность культур*. Воронеж, 2004. С. 15 – 46.
- Єрмоленко С. Я. Засоби масової комунікації і мовна свідомість сучасного українця. *Культура слова*. 2013. Вип. 79. С. 123 – 125
- Завальнюк І. Я. Синтаксичні одиниці в мові української преси початку ХХІ ст.: функціональний і прагмалінгвістичний аспекти. Вінниця : Нова книга, 2009. 400 с.

- Лазуткина Е. М. Публицистический стиль: новые черты. Москва : ООО «Изд-во "Элпис"», 2008. 79 с.
- Нахимова Е. А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург, 2007. 207 с.
- Селіванова О. Сучасна лінгвістика : термінол. енциклопедія. Полтава ; Київ : Довкілля, 2006. 716 с.
- Сизонов Д. Ю. Психолінгвістичні основи медіаграмотності: до проблеми інтерпретації медіатексту. *Наука і освіта*. 2017. № 7. С. 82 – 88.
- Солганик Г. Я. О языке и стиле газеты. *Язык средств массовой информации* : учеб. пособие для вузов / под. ред. М. Н. Володиной. Москва : Академ. проект; Альма Матер, 2008. С. 471 – 477.
- Рацибурская Л. В. Изучение языковой специфики медийных текстов при подготовке филологов и журналистов. *Рос. гуманитар. журн.* 2015. Т. 4. №2. С. 160 – 164.
- Фуко М. Археология знания. Киев : Ника-Центр, 1996. 208 с.
- Худолій А. О. Динаміка функціональних змін у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ ст. : автореф. дис. ... канд. філол. наук. Київ, 2004. 23 с.
- Cvetanovich I., Radovich V. Language and style in the time of global mass media. *Home*. 2017. N 4 (12) P. 3 – 7.

REFERENCES

- Annenkova I. V. (2005). Yazyk sovremennyh SMI kak sistema interpretacii v kontekste russkoj kul'tury (popytka ritoricheskogo osmysleniya). *Yazyk sovremennoj publicistiki: sbornik statej*. Moscow: Flinta: Nauka, 99–114. [In Russian].
- Cvetanovich I., Radovich V. (2017). Language and style in the time of global mass media. *Home*. P. 3 – 7. [In Russian].
- Grishaeva L. I. (2004). Precedentnye fenomeny kak kulturnye skrepy (k tipologii precedentnyh fenomenov). *Fenomen precedentnosti i preemstvennost' kul'tur*. Voronezh, 15–46. [In Russian].
- Khudolii A. O. (2004). Dynamika funkcionalnykh zmin u movi amerykanskoj publitsystyky kintsya XX – pochatku XXI st.: abstract of Cand. Of Philol. Sc. diss. Kyiv. [In Ukrainian].
- Lazutkina E. M. (2008). Publicisticheskij stil': novye cherty. Moscow: ООО «Izdatel'stvo «Elpis». [In Russian].
- Nahimova E. A. (2007). Precedentnye imena v massovoj kommunikacii. Ekaterinburg. [In Russian].
- Selivanova O. (2006). Suchasna linhvistyka: terminolohichna entsyklopediya. Poltava – Kyiv: Dovkillia. [In Ukrainian].
- Syzonov D. Yu. (2017). Psykholinhvistychni osnovy mediahramotnosti: do problemy interpretatsii mediatekstu. *Nauka i osvita*. № 7. S. 82–88. [In Ukrainian].
- Solganik G. Ya. (2008). O yazyke i stile gazety. *Yazyk sredstv massovoy informacii: uchebnoe posobie dlya vuzov*. M. N. Volodina (Ed.). Moscow: Akademicheskij proekt, Alma Mater, 471–477. [In Russian].
- Raciburskaya L. V. (2015). Izuchenie yazykovoj specifiki mediynyh tekstov pri podgotovke filologov i zhurnalistov. *Rossiyskij gumanitarnyj zhurnal*. Vol. 4 (2), 160 –164. [In Russian].
- Fuko M. (1996). Arheologiya znaniya. Kyiv: Nika-Tsentr [In Russian].
- Yermolenko S. (2013). Ya. Zasoby masovoi komunikacii i movna svidomist suchasnoho ukrainsia. *Kultura slova*. Vol. 79, 123–125. [In Ukrainian].
- Zavalnyuk I. Ya. (2009). Syntaksyschni odynytsi v movi ukrainskoj presy pochatku XXI st.: funktsionalnyi i prahmalinhvistychnyi aspekt. Vinnytsya: Nova knyha. [In Ukrainian].

T. A. KOTS

Institute of the Ukrainian Language of National Academy of Sciences of Ukraine

Kyiv, Ukraine

E-mail: tetyana_kots@ukr.net

<https://orcid.org/0000-0003-4622-9559>

**COMMUNICATIVE-PRAGMATIC FOUNDATIONS OF MODERN
JOURNALISTIC DISCOURSE: AXIOLOGICAL APPROACH**

The article clarifies the constant and variable communicative-pragmatic features of modern journalistic discourse, which is formed by texts created taking into account the relevant areas of communicative activity of society, communicative situations and the dynamics of extralingual factors. It is shown that the content of the text is encoded by means of the national language, a common fund of knowledge of the author and the recipient, which is constantly expanding and changing.

The function of influencing the mass consciousness of the society of modern WMCs is made possible by evaluative linguistic means, in the very nature of which the possibility of modeling not only reality but also the ideological principles necessary for the establishment of social thinking in society is inherent.

Journalistic texts testify to the functioning of logical (rational) and emotional (irrational) evaluation. Logical objective thoughts, and emotional — the feelings of the subject to the object (person, object, phenomenon, event, etc.).

Positive or negative semantic scale of evaluation of journalistic discourse is formed in accordance with certain social, national-cultural, moral values in society.

The defining feature of the language of mass media is the functioning of evaluative transformed precedent expressions, which, ensuring the longevity of cultural and intellectual experience of the people, reflect trends in the semantic system of language and are synchronous time markers of social trends of the day.

Negative evaluation in journalistic texts can acquire signs of language aggression — destructive use of expressive language means to express contempt, hostility, hostility, threats to the addressee. Its units are stylistically marked language means (invectives, crude expressions).

Changing the value paradigm at the turn of the XX – XXI centuries affects the language consciousness of Ukrainians, causes the activation of clearly nationally marked units, intralinguistic search for techniques and means of creating journalistic flavor, the realization of the potential of the language.

Keywords: journalistic discourse, journalistic text, evaluation, positive evaluation means, negative evaluation means.

Дата надходження до редакції — 28.02.2021

Дата затвердження редакцією — 11.03.2021