

УДК 007.304.659.3

МЕДІАСТИЛІСТИКА: СИМВОЛІЧНІ НОРМИ ТА АПОДИКТИЧНІСТЬ

Марія Яцимирська

Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна
e-mail: yatsymirska@ukr.net

Досліджено актуальні маркери сучасного медійного мовлення; визначено символічні норми в мовленні ЗМІ. У статті проаналізовано сенси аподиктичних текстів на гарячі теми; з'ясовано нові тенденції імпресивної мови, яка є вагомим засобом медіаперсвазії. За публікаціями відомих журналістів описано нові способи переконування та впливу на читачів.

Ключові слова: медіатекст, символічні норми, аподиктичність, імпресивність, персвазія.

Актуальність. Науку про культуру мови в її усному та писемному функціонуванні називають ортологією. Ортологія разом з еристикою дає знання з мистецтва переконування (персвазії) в ЗМІ, аргументації, ведення дискусій. Офіційний «Український правопис» (1993 р.) разом з уточненнями 2007 року не розв'язав проблем імперативних (обов'язкових) та диспозитивних (можливих альтернативних варіантів) норм літературної мови. Нормативність зобов'язує дотримуватися відповідних правил. Це означає, що потрібно правильно наголошувати й вимовляти слова, вміло обирати інтонацію відповідно до мети висловлюваних думок, вживати слова у точному значенні, грамотно будувати речення, творити текст тощо. Норми за своєю природою є динамічні, тому що мова постійно розвивається під впливом екстралінгвістичних чинників. Саме вони впливають на швидке оновлення нової риторики в медійній сфері. Мова ЗМІ чутливо реагує на процеси, що відбуваються в суспільстві та світі. Це мова дискусій, діалогів, коментарів, форумів, інформаційних війн. Мова ЗМІ віддзеркалює проблеми комунікативної культури, труднощі лінгвістичної кодифікації. Важливо, щоб журналісти творили тексти взірцевою мовою.

Мета статті – визначити аподиктичні сенси в медійних текстах; простежити нові форми впливу імпресивної мови в мережових ЗМК; з'ясувати доцільність використання символічних норм у медіастилістиці.

У пошуках джерел української мови багато сучасних мовознавців і медіафахівців звертаються до лексикографічних праць ХІХ – поч. ХХ ст. Вони шукають щось символічне, яке б відповідало сформованому в їхній уяві «ідеалові літературної норми, що уособлює зв'язок із народними традиціями, національним самоусвідомленням, вибором таких мовних засобів, які вирізняють українську мову з-поміж спорід-

нених мов» (Світлана Єрмоленко). Нещодавно стали доступними словники Каленика Шейковського «Опытъ южнорусскаго словаря» (К., 1861, 1884–1886; незакінч. видання), Фортуната Піскунова «Словниця української мови» (Одеса, 1873), Михайла Левченка «Опытъ русско-украинского словаря» (К., 1874), Михайла Комара і Одеської Громади «Словарь російско-украинский» (Львів, 1893–1898; псевд.: М. Уманець і А. Спілка) та ін. В «Огляді української лексикографії» за 1905 рік Борис Грінченко писав про Михайла Левченка так: «Працю свою він зробив, не претендуючи на науковість..., але видно, що складав його знавець української мови і дав матеріал великої вартости...» [1, с. 6].

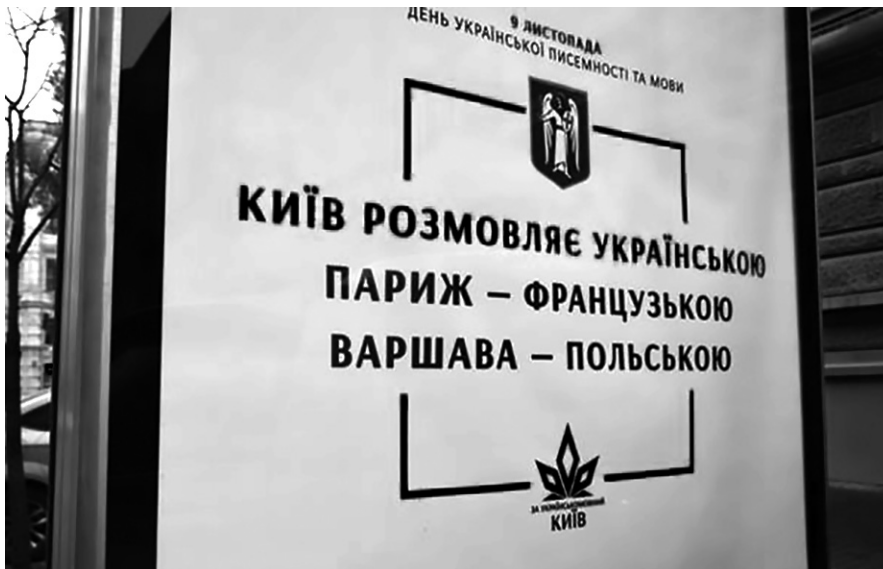
«Словарь української мови» Бориса Грінченка та його значення високо оцінили відомі мовознавці ХХ століття: «Словник цей складався 46 літ (1861–1907) і мав у нас великий вплив на усталення літературної мови й літературного правопису (апостроф, звичайно, є в словнику скрізь, де треба). Це в нас класичний зразок комісійної громадської праці, що звичайно тягнеться без кінця... Правопис цього словника був прийнятий по всіх українських редакціях та виданнях. Ось цей правопис, як вислід збірної праці письменників всього ХІХ століття й усього українського народу, і запанував в Україні, і держиться в нас аж до сьогодні» (Іван Огієнко); «Якщо ...спитати, хто, які індивідуальності особливо вирішально позначили своєю діяльністю дальший розвиток української літературної мови, то не буде перебільшенням назвати троє прізвищ: Тарас Шевченко, Борис Грінченко, Олекса Синявський. Шевченко заклав перші загальнонаціональні основи української мови своєю геніяльною інтуїцією і своїм потужним впливом, зумовленим величиною його генія. Наступником поета став учитель – Борис Грінченко. Своім методичним підходом, своєю впертою працьовитістю й посидючістю дав досі неперевершену словникову, а в межах словника і граматичну, і правописну кодифікацію літературної мови. Третім прийшов Олекса Синявський, науковець і професор Університету, що вніс у проблеми нормалізації глибоке знання, науковий досвід і методу, не тільки відчуття тенденцій, а й розуміння їх» (Юрій Шевельов). Українські вчені зазнали царських і радянських репресій, а їхні праці передані в спецархіви. «Через трагічну долю репресованих мовознавців, які працювали над усталенням літературної норми в ті роки, правопис 1928–1929 рр. став своєрідним символом соборної української мови, власне, символічною нормою, яка мала бути спільною писемно-літературною практикою українців, що живуть у материковій Україні і в діаспорі...» (Світлана Єрмоленко).

Сенси аподиктичного тексту. Для медійного тексту, як і тексту загалом, характерні комунікативна інтенція, логічна завершеність висловлювань та прагматична установка. Відображення в тексті події передбачає наявність у ньому контексту. Затекст (те, що за кадром) – фрагмент події, що описується в тексті, наявно-прихований. Одне з комунікативних завдань медіатексту – описати затекст так, як його бачить журналіст. З цим пов'язаний вибір можливих логічних й необхідних суджень з приводу поточних тем у ЗМІ та сприйняття їх у суспільстві. Поняття аподиктичності знане в науці з античних часів. Дослівно «аподиктичний» у перекладі з грецької мови означає: *безумовний; достовірний; той, що базується на логічній необхідності*. В аподиктичних судженнях відображаються ознаки предмета чи явища, властиві за всіх умов. Отже, журналіст, відгукуючись на гарячу тему, вдається до аргументів необхідності (аподиктичних). Наприклад, у листопаді 2017 року Верховна Рада України проголосувала за законопроект про оголошення вихідним днем – 25 груд-

ня (Різдво Христове за григоріанським календарем). Журналіст газети Сергій Грабовський оперативно відгукнувся на заяви українських експертів «... про те, що, мовляв, зробити «католицьке Різдво» офіційним вихідним – то «суто політичне рішення», а римо-католиків в Україні небагато, то чому їхньому святу слід віддавати пріоритет. І взагалі, «традиційно» у православних і греко-католиків Різдво відзначається 7 січня, а «зайвий вихідний» зашкодить економіці [2]. «Але чи справедливі ці твердження?» – запитує Автор публікації. Щоб відповісти на поставлене запитання, журналіст вдається, власне, до аподиктичних аргументів: «За часів Юлія Цезаря, коли він був запроваджений (отримавши назву «юліанського»), точність вимірювання астрономічного («зоряного») часу не була достатньою. Тож набігло вже понад 13 днів відставання цього календаря від реального часу. У Західній Європі, зрозумівши це, почали шукати вихід. Досягнення науки допомогли знайти його, і новий уточнений календар запровадив Римський Папа Григорій XIII (він і зветься «григоріанським» і перехід на нього християнських країн розпочався 1582 року). Відтак у них Різдво «повернулося на місце». Наразі весь глобальний світ послуговується григоріанським календарем, хоча разом із тим у цілій низці країн і в цілому ряді конфесій паралельно існують свої літочислення. Українська держава перейшла на григоріанський календар з 1 березня 1918 року (рішення про це ухвалила Мала Рада Центральної Ради); втім, Галичина ще з кінця XVI століття жила за ним. А от і православна, і греко-католицька церкви продовжували користуватися юліанським, що врешті-решт призвело до абсурдних речей. Адже 28 листопада у їхніх вірних починається Різдвяний піст («Пилипівка»), який триває аж по 6 січня включно. Піст цей передбачає суворі обмеження в їжі та забороняє вживання алкогольних напоїв... Однак за святковими столами, щедро заставленими напоями і наїдками, в останню декаду грудня збирається ледь не вся Україна, а тим часом віруючими християнами вважає себе понад 2/3 українців... Як на мене, це абсурд – отака релігійно-побутова шизофренія. Тому рішення Верховної Ради видається розумним і доцільним; воно політичне тією ж мірою, що і рішення Ефеського собору. Тим більше, що переважна частина православних патріархатів, включно зі Вселенським, відзначає Різдво не 7 січня, а 25 грудня – за так званим «новоюліанським календарем», який майже повністю збігається з григоріанським, а вони обидва – з астрономічним. Бо ж в іншому випадку «православне Різдво» все більше розходилося б з реальним часом – у добу Богдана Хмельницького воно припадало на 4 січня, у XIX столітті – на 6 січня, а з 2100 року зрушить на 14 січня... У традиційно й переважно православної Болгарії нині офіційними святами є 24 грудня – Святвечір, 25 і 26 грудня – Різдво Христове. Так само переважно православна Румунія Різдво Христове відзначає 25 і 26 грудня. Православна Греція відзначає Різдво також 25 грудня. ...І якби українські Церкви підтримали перехід на новоюліанський календар – не революційним, а еволюційним шляхом, як це зробили у тій же Болгарії, – це посприяло би перетворенню України на нормальну цивілізовану країну» [3]. Тему «війни календарів» медійники дискутують з початку XXI століття. Жоден журналіст не міг обійтися без аподиктичних висловлювань з цього питання. На сторінках аналітичного порталу «Слово і діло» Олександр Радчук написав статтю в день Святого Вечора, яка, за всіма ознаками, є зразком аподиктичного тексту: «Дискусія між християнськими церквами в Україні, які в релігійних обрядах дотримуються т.зв. «старого літочислення» щодо перенесення святкування Різдва на 25 грудня, триває вже не один рік. Річ у тім, що

більшість християнських церков світу, серед яких і православні парафії, вже давно святкують Різдво саме наприкінці року – 25 грудня. Тоді як лише кілька православних Церков, діяльність яких поширюється і в Україні, досі зберігають традицію святкування Різдва Христового 7 січня... Насправді, в останні роки така розбіжність у поглядах набуває рис дедалі більш ідеологічних, окрім суто здорового глузду. Щодо останнього, то і пересічні громадяни, і церковні діячі в світському житті користуються григоріанським календарем, а значить, послуговуючись логікою, дотримуватися недосконалих астрономічних норм юліанського календаря просто немає сенсу» [4].

Імпресивна мова ЗМІ. Імпресивна мова (мова, яка справляє велике враження) значною мірою є головним сенсом персвазивного тексту. 9 листопада в Україні щорічно відзначають День української мови та писемності. ЗМІ присвячують публікації на цю тему в різних жанрах. У 2017 році в Києві свято відзначили своєрідно. На головних вулицях столиці рясніли рекламні щити з гаслами на кшталт: «Розмовляти українською – це престижно та елітно!»; «Київ розмовляє українською. Париж – французькою. Варшава – польською».



Імпресивна функція мови обов'язково передбачає адресата висловлювання, тобто читача чи слухача, на якого вона має справити враження. Тексти такого змісту на рекламних щитах реалізують персвазивну (переконувальну) функцію в ЗМК, що архіважливо у процесі дерусифікації значної частини України.

Спільнота *СловОпис* склала добірку наймилозвучніших українських слів у яскравих картинках, які популяризує в соціальних мережах під назвою «Прикрась життя українською». До таких гарних слів віднесено: *заквітчаний, стяг, гарт, незламність, гринджоли, окраєць (хліба), краля, сукня, посиденьки, равлик, віхола (завірюха), поспіх, кухоль, насолода, мереживо* та інші. Сайт «Уроки української мови» використовує імпресивну лексику доволі результативно, про що свідчать численні поширення їхніх публікацій [5]. Радіо *МАКСИМУМ* популяризує «красиві україн-

ські слова, якими варто замінити популярні запозичення в щоденному спілкуванні»; посилюють емоційну силу впливу на читача імперативи: «*Бережімо рідну мову та не засмічуймо її чужизмами, адже ми маємо чудові власні відповідники!*» [6].

Медіастилістика (як і медійна ортологія та риторика) реалізує комунікативну інтенцію журналіста засобами майстерного добору переконливих висловлювань та влучних фраз. Свого часу Марк Тулій Цицерон писав: «Уся міць мистецтва красномовства полягає в тому, щоб або заспокоювати, або збуджувати душі слухачів. До цього всього мають долучитися гумор і дотепність, освіта, достойна вільної людини, швидкість і стислість як у відсічі нападу, так і в нападі, наповненому прихованою вишуканістю й псевдоввічливістю. Промова повинна розцвітати й розгортатися тільки на основі повного знання предмета. Мета оратора – говорити переконливо. Оратор багатий не лише словами, а й думками. Красномовство, тобто мистецтво говорити привально й логічно, не має ніякої конкретної галузі, межі якої його би сковували» [7].

Особистість журналіста тісно пов'язана з поняттям імпресивності. Його духовне обличчя, моральні принципи, емпатичність є важливими прикметами яскравої індивідуальності. Таким довіряють читачі, а культура мови Автора захоплює та вражає. Борис Антоненко-Давидович підкреслював цю тезу особливо: «Що культурнішим є журналіст, то й розвиненішою є його мова, багатшою на лексичний запас, розмаїтішою епітетами, метафорами, влучними порівняннями, барвистішою вживанням прислів'їв, приказок і приповідок».

Висновки. 1. У сучасній медійній стилістиці помітне прагнення до використання символічних норм, пов'язаних із народними традиціями, історією, культурою, які вирізняють українську мову з-поміж споріднених мов. Лексику ЗМІ поповнили словами з лексикографічних джерел ХІХ століття: *словниця, словар, словник* (синоніми); *мовниця* (трибуна); *хідник* (тротуар, алея) та ін. 2. Аподиктичний текст у ЗМІ будується на основі логічних суджень, достовірних аргументів, не потребує дискусій. В аподиктичних судженнях відображаються ознаки предмета чи явища, властиві за всіх умов. Журналісти переконують читачів та опонентів безумовними фактами. Такі публікації, як правило, є відгуками на чутливі для суспільства теми: Голодомор, історична пам'ять, реформи, боротьба з корупцією. 3. Імпресивна мова (мова, яка справляє велике враження) є ефективним засобом впливу на читача з особливу значущих питань. Одним із них є дерусифікація значної частини України та заохочення громадян розмовляти українською мовою. Сайти в соціальних мережах популяризують милозвучні слова, правильні наголоси, несподівані емоційні вислови та красиві відповідники до іншомовних запозичень. Щоденно на цю тему подають матеріали спільнота *СловОпис*, сайт «*Уроки української мови*», *Українське радіо*, радіо *МАКСИМУМ* та інші ЗМІ. 4. Мовна особистість журналіста – ключовий чинник у мереживі медійних публікацій. Його слово справляє враження тоді, коли читач відчуває знання Автора, обізнаність з темою, талант писати зрозуміло й імпресивно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. ЗНТШ. – Львів, 1905. – Т. 66. – Кн. IV. – С. 6.
2. Сергій Грабовський. Чи мала рацію Верховна Рада, зробивши 25 грудня святковим днем? // *День*. – 2017. – 17 листопада. – Доступно з: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/polityka/chy-mala-racyu-verhovna-rada-zrobyvshy-25-grudnya-svyatkovym-dnem>

3. Там же.
4. Олександр Радчук. Війна календарів: що потрібно знати про перенесення святкування Різдва? // Аналітичний портал «Слово і діло». – 2017. – 6 січня // Доступно з: <https://www.slovoidilo.ua/2017/01/06/infografika/suspilstvo/vijna-kalendariv-shho-potribno-znaty-pro-perenesennya-svyatkuvannya-rizdva>
5. Уроки української мови // Доступно з: https://www.facebook.com/uamova/?hc_ref=ARSVYMEYLTgDFrR_R3nOat87T7QkImT0f3dZc7lyLRxJSWVIp7bhh-xYUtQSz-TEuXw&fref=nf
6. Радіо МАКСИМУМ // Доступно з: https://maximum.fm/20-garnih-ukrayinskih-sliv-yaki-zaminyat-populyarni-zapozichennya_n129334
7. Цит. за кн. : М. Г. Яцимирська. Культура мови журналіста. – Львів : ПАІС, 2017. – С. 98.

MEDIA STYLISTICS: SYMBOLIC NORMS AND APODICTICITY

Mariya Yatsymirska

*Ivan Franko National University of Lviv,
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine
e-mail: yatsymirska@ukr.net*

Actual markers of modern media speech are investigated; symbolic norms in mass media are defined. The meaning of apodictic texts on hot topics is analyzed in the article; new tendencies of the impressive language, which is a significant means of media persuasion, are clarified. Based on the publications of famous journalists, the new ways of persuading and influencing readers are described. In contemporary media stylistics there are marked tendencies to use symbolic norms related to folk traditions, history, and culture, which distinguish the Ukrainian language from relatives. The apodictic text in the media is based on logical judgments, reliable arguments, and does not require debate. In apodictic judgments signs of an object or phenomenon that are characteristic of all conditions are reflected. As a rule, journalists persuade readers and opponents with unconditional facts. Mostly, such publications respond to topics which are sensitive to society: Holodomor, historical memory, reforms, and the fight against corruption. Impressive language is an effective means of influencing on the reader from particularly important issues. One of them is derussification of a large part of Ukraine and the encouragement of citizens to speak Ukrainian. Social networks promote euphonic words, right accents, unexpected emotional expressions and beautiful Ukrainian analogues of borrowing from foreign languages. The personality of the journalist is a key factor in the media network. The word of a journalist produces an impression when the reader feels the erudition of the author, his knowledge of the topic, and his talent to write understandably and impressive.

Key words: media text, media stylistics, symbolic norms, apodictic text, impressive language, persuasion.