

Т. В. Хоменко

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Науковий керівник: кандидат філологічних наук, доцент

М. В. Полховська

Лексичні засоби імплікації іронічної модальності в американському мас-медійному дискурсі

Для сучасного суспільства характерним є розвиток іронічного світовідчуття в цілому та іронічної публіцистики зокрема, адже в умовах глобалізації посилюється роль засобів масової інформації. У мас-медіа простежується тенденція до розширення потенціалу мовних одиниць, які слугують ефективним засобом вираження іронічності.

Питання про сутність іронії, її лінгвістичну природу, засоби створення іронічного змісту досі залишаються недостатньо вивченими та дискусійними. Якщо раніше іронію трактували або як допоміжний засіб сатири, або як один з різновидів комічного, то в сучасних дослідженнях автори (А.Ф.Артемова, Т.Ф. Лимарева, О.П. Єрмакова, Л.І. Тимофеев, Н.Ю. Тяпугіна, Г.М. Чугунекова) підкреслюють особливу роль та статус іронії, а також відмінні від сатири пізнавальні та естетичні можливості [1: 143].

Іронія – висловлення, що має прихований зміст, протилежний вираженому безпосередньо. Особливістю іронічного смислу є наявність двох смислових планів – висловленого та прихованого [3: 88].

Оскільки іронія виступає як форма оцінного, критичного, емоційного сприйняття дійсності, існує тісний зв'язок іронії з мовною категорією суб'єктивно-оцінної модальності.

Як свідчать результати опрацювання теоретичних джерел засоби вираження іронічного смислу різноманітні і багатозначні. Основним принципом створення іронічної авторської модальності виступає невідповідність значення, яка є наслідком асиметричного використання мовної одиниці. У результаті виникає протиріччя між прямим змістом висловлювання і контекстуальним, що зумовлює появу підтекстової авторської суб'єктивно-оцінної модальності.

З метою виявлення іронічної модальності були проаналізовані статті американських інформаційних видань *The New Yorker*, *The New York Times*, *National Review*. Одним з найпоширеніших засобів вираження іронічної модальності на лексичному рівні є реалізація іронії окремим самотійним словом:

1) *The greater problem here is the premise behind the change: that students read so they can learn how to process information and eventually get jobs as information processors. If that's why kids go to school, then we should have stopped wasting time on **pishposh** like "The Catcher in the Rye" decades ago* [5].

У статті Бетсі Вудраф *"Goodbye, Liberal Arts?"* йдеться про наміри влади змінити американський державний навчальний план, зменшивши кількість літературних творів, та ввести вивчення інформаційних текстів. Поза контекстом лексема *pishposh* виражає негативну оцінку – *nonsense; something absurd* [5] – у наведеному висловленні це слово вживається у відношенні до одного з найкращих романів ХХ ст. американського письменника Дж. Селінджера. Таке навмисне вживання основного значення слова стосовно шедевра світової літератури сприяє створенню іронічного смислу.

У текстах американського мас-медійного дискурсу для створення іронії використовуються також порівняння, гіперболи та літоти:

2) *Over the years, circulation has waxed and waned – it now is about 85,000 – but the readership remains fully engaged. Mr. Spessard often receives calls about sweet recollections of a grandmother's reliance on the almanac, as well as angry complaints about a **typographical error that might disrupt the spin of the earth*** [4].

У прикладі (2) ілюструється випадок вживання іронічного перебільшення, суть якого полягає в тому, що одна типографічна помилка може повністю зруйнувати планету. М-р Спесард, один із співвласників альманаху з порадами на майбутнє, часто отримує листи про те, що зроблені передбачення не виявилися правдою. За допомогою іронічного смислу автор ставить під сумнів необхідність написання подібних збірників з порадами на кожен день.

Отже, іронія – складний мовний та ментальний феномен, форма оцінного, критичного та емоційного освоєння дійсності, яка пов'язана з позицією самого автора, його світобаченням. У текстах американського мас-медійного дискурсу для створення іронічної модальності на лексичному рівні використовуються окремі слова у протилежному до буквального значенні, полісемічні слова, а також засоби порівняння, іронічного применшення та перебільшення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Иванова И.Н. Сатира и ирония в творчестве позднего Г.В.Иванова// Феноменология власти в сатире. Коллективная монография под ред.. В.В. Прозорова, И.В. Кабановой. – Саратов: Изд. центр "Наука", 2008. – 258 с.
2. Орлова Г.В. Средства формирования иронической модальности в современном публицистическом дискурсе: Жанр обозрения: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – Санкт-Петербург, 2005
3. Федоренко О.М. Фразеологічна презентація іронії в сучасному медіатексті/ О.М. Федоренко// Стиль і текст: науковий збірник. – Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка. – К., 2011. – Вип. 12. – С.87-94
4. Barry D. Divining the Weather, With Methods Old and New – Режим доступу: http://www.nytimes.com/2012/12/10/us/for-40-years-predicting-weather-for-grubers-almanack.html?ref=science&_r=1&
5. Merriam-Webster Online Dictionary – Режим доступу: <http://www.merriam-webster.com>
6. Woodruff B. Goodbye, Liberal Arts? – Режим доступу: <http://www.nationalreview.com/articles/335520/goodbye-liberal-arts-betsy-woodruff>