

Експресивно-комунікативні особливості сучасного мас-медійного дискурсу у контексті естетики Б.Кроче

Проаналізовано експресивні характеристики мас-медійних текстів на основі естетичної спадщини Б.Кроче. Увагу зосереджено на «експресивах» Дж.Серля, «різних емоційних оцінках», «інваріантах ставлень» у мові М.Поповича як яскравому прикладі розвитку ідей італійського мислителя. Зроблено висновок, що експресиви мас-медійних текстів є результатом індивідуального «поетичного мислення» (інтуїції).

Ключові слова: інтуїтивне пізнання, естетична інформація, експресиви, експресія, слово як естетичний феномен, «геній» мови.

Стійкий інтерес фахівців з лінгвофілософії, теорії засобів масової комунікації, філософії, естетики, етики, соціології, лінгвістики, психолінгвістики та представників інших наук до функціонування мас-медійних текстів у ході комунікації зумовлений соціальною значущістю даної проблематики. Преса та періодика виступає вагомим елементом впливу на ціннісні орієнтації, ідеали, переконання, знання тощо широкого загалу. Мас-медійний текст наразі виступає своєрідним інструментом не тільки маніпуляції громадською думкою, а й її формування, а також засобом кореляції інформаційної та ціннісної складових світогляду пересічної людини у розвинутих країнах світу та Україні зокрема.

До того ж, ХХІ століття поставило суспільство перед незаперечним фактом – найадекватніше досягнення дійсності «відкрите» не природничим та точним наукам чи традиційній філософії, а інтуїтивному «поетичному мисленню» з його асоціативною образністю, метафоричністю та миттєвим прозрінням – інсайту. Саме названі риси характерні для багатьох сучасних журналістських текстів.

Звідси актуальності набуває дослідження особливостей лінгвістично-комунікативної специфіки українського мас-медійного дискурсу у контексті естетичних напрацювань італійського мислителя Бенедетто Кроче, адже особливістю останніх є оперття на ідею «мови-мистецтва експресії», у якій провідна роль належить саме «поетичному мисленню», або ж інтуїтивному пізнанню.

Одним із перших, хто звернув увагу на потрактування проблеми природи творчості, творчої діяльності в системі поглядів Б. Кроче, була О.Топурідзе. Нею у праці «Естетика Бенедетто Кроче» відзначено, що

кročеанська теорія художньої творчості найтісніше пов'язана з лінгвістичною концепцією і філософією мови [21].

Згодом Є.Басін, вивчаючи теоретичні проблеми мистецтва, звернувся до теорії тотожності мистецтва та мови (творчих процесів у мистецтві і мові) італійського мислителя. Дослідник витлумачив кročеанську ідею цінності інтуїтивного акту у комунікації як тотожності інтуїції з діяльністю вираження внутрішнього стану митця. Також Є.Басін відзначає, що у концепції мови Кроче відсутня «ідея лінгвістичної структури», яка характерна для В.фон Гумбольдта, та звертає увагу на обмеженість, на його погляд, кročеанського підходу до тотожності мови і мистецтва, яка виявляється в ототожненні актів творчості в процесах продукування мовленнєвих і художніх творів та в процесах їх сприйняття і розуміння [1]. Автор зауважує, що мова та мистецтво ототожнювались у філософії Кроче, власне, з «виражальною діяльністю». Остання ж зводилась до творчого акту естетичного характеру. Таким чином, на думку Є.Басіна, аналіз природи творчості був пов'язаний виключно з розглядом естетичної функції мови та мистецтва.

Як бачимо, названі розвідки не розглядають наразі особливостей «єдиної лінгвістичної реальності – речення», за Б.Кроче, яку варто звести до естетичного аналізу. Крім того, слід підкреслити, що у вітчизняній філософії та естетиці дослідження творчої спадщини італійського мислителя мають дещо маргінальний характер. Деякі її аспекти розглянуто зокрема Л.Левчук при аналізі елітарного та масового мистецтва [11]; В.Москалюк при аналізі філософсько-естетичних аспектів мови як явища буття [12]; Ю.Сабаш при аналізі гуманізму в Італії кінця XIX – початку XX століття та відзначено вплив естетичної концепції Б.Кроче на розвиток гуманістичної, мистецтвознавчої, та критичної думки Італії всієї першої половини XX століття [16].

Метою даного дослідження є виявлення та вивчення, на основі напрацювань естетичної теорії Б. Кроче, експресивних характеристик мас-медійних текстів на прикладі одного з різновидів інформаційного жанру журналістики – замітки.

У Б.Кроче естетика постає наріжною для його концепції «мови-мистецтва». Це пояснюється тим, що з її допомогою можна виявити вплив індивідуальної творчості особистості на розвиток мови як «вмістилище смислів» (М.Гайдеггер), представити процес розвитку мови як індивідуальний творчий акт і, зрештою, звести лінгвістично-філософські питання до компетенції естетики, або ж до естетичних аспектів мови і комунікації.

Як зазначалося, у італійського мислителя єдиною мовною реальністю виступає речення. Під ним Б. Кроче розумів «неподільне, індивідуальне ціле, щоразу новий і безперервно змінний виразний організм завершеного смислу» [9,с.164]. Загальновідомо, що речення виступає структурною одиницею тексту, зокрема й журналістського. Останній є одним із різновидів «мистецтва вираження», оскільки він створений «генієм» мови – журналістом, та є результатом індивідуальної творчості, відтак, й інтуїтивного пізнання дійсності. Та й при створенні певного тексту журналіст, крім фактичних даних, у своїй творчості для кращого сприйняття реципієнтом повідомлюваної інформації як матеріал використовує наявні у його досвіді враження. Останні відносять до сфери мови, що завжди репрезентує внутрішній досвід людини [9,с.57]. Звідси, цілком доречним, на наш погляд, є аналіз мас-медійного тексту саме на основі естетичних напрацювань

Б.Кроче, здійснених ще на початку XX століття. Зокрема застосування методологічного підходу про необхідність розгляду будь-якого тексту у комунікативному акті з лінгвістично-естетичних позицій, напрацьованого італійським мислителем. Наразі ним виголошувалось, що кожний текст має одночасно вербально-комунікативну інформаційну складову та експресивно-комунікативну складову, при чому остання залежить від естетичного досвіду як комунікатора, так і реципієнта. Тому й має незгасаючу цінність його концепція «лінгвістики як естетики» або, точніше, «естетики як загальної лінгвістики та мистецтва експресії». Відтак потребує осмислення і розвитку його ідея ототожнення слова та інтуїції, аналіз слова як естетичного феномену, оскільки, за Кроче, слово є фактом естетичної природи і предметом естетики або загальної лінгвістики.

Зважаючи на вище сказане, будь-який журналістський текст, який складається з окремих слів, а, отже, утворює певне експресивно-комунікативне полотно (у даному разі журналістський текст), можна розглядати як естетичний твір, який містить неактуалізовану інформацію – естетичного плану. Остання у застосуванні до одного із журналістських інформаційних жанрів – замітки – за своїми характеристиками та специфікою є невимовною, персоніфікованою, не експлікованою, неартикульованою вербальною або ж фоновою і надає комунікативному процесові певні експресивні характеристики. Вони завжди несуть додаткову інформацію як про саму подію, яка лежить в основі повідомлення, так і про особистість журналіста як творця чи «генія» мови цього повідомлення. Подібна додаткова інформація, на думку О.Поліщук, синкретично поєднана з вербальним субстратом повідомлення: постійно його супроводить, але виступає, переважно, неочевидною для учасників комунікативної взаємодії та властива для будь-яких видів діяльності [13,с.138].

У цьому контексті доцільно пригадати гіпотезу Дж. Серля щодо «асертивів»: він припускає можливість існування у процесі комунікації декількох ракурсів її змістового вияву, а, отже, наявність у учасників комунікативної взаємодії оцінок чи констатацій стану перебігу справ. Також безпосередній вербально-мовний акт, на думку філософа, є поштовхом до діяльності об'єкта висловлювання або впливу на нього суб'єкта висловлювання, тобто «директивів»; усвідомлених характеристик мовного статусу суб'єкта висловлювання або «комісивів»; актів, що породжують нову реальність – «декларативів» та виразів конкретного ставлення суб'єкта мовленнєвого акту до чогось – «експресивів» [17]. Найважливішими для нашого дослідження є саме останні, оскільки йдеться про цінність експресивного аспекту комунікації, який притаманний конкретному комунікативному акту.

Вкажемо, що у вітчизняній філософії цю думку розвиває М. Попович. Щоправда він виокремлює не п'ять, а три групи елементів мовних актів – «вимірів комунікації» – констативи, сугестиви та експресиви. Останні, за українським філософом, залежать від ціннісної сфери життя людини і впливають на прийняття нею системи цінностей чи її коригування. Звідси, «метою експресивної комунікації є вираження ставлення суб'єкта до теми. В найпростішому випадку ставлення суб'єкта може бути виражене окремими словечками і вигуками, навіть виразом обличчя чи інтонацією; можлива й цілком безстороння промова в контексті дискурсу, яка по формі буде аргументом, а насправді лише виразом ставлення суб'єкта до події» [14,с.75]. Далі М. Попович підкреслює: «В експресивному вимірі

ототожнення здійснюється за мірками, протилежними практичним міркам сугестивного виміру. «Ти» ототожнюється не в залежності від того, як служить задоволенню певних цілей чи пристрастей, а не залежно від цього: чи приносиш «ти» нещастя, чи радості, «ти» є інваріантом різних емоційних оцінок. Бо в цьому вимірі йдеться про ставлення і відповідно – про інваріанти ставлень [14, с.76].

Видається, що у «експресивах» Дж.Серля, «різних емоційних оцінках», «інваріантах ставлень» у мові М.Поповича простежується відчутний вплив саме крочевських ідей про естетику як загальну лінгвістику та, водночас, естетику як мистецтво експресії, а також цінності інтуїції для мовного акту, оскільки названі явища є проявами індивідуального. (Однак, жоден з названих філософів не згадує цей момент у своїй творчості). Звідси набуває доцільності, на наш погляд, аналіз на основі крочеванського естетичного спадку так званих «експресивів» у мові ЗМІ: способи створення такої експресивності на основі інтуїтивного пізнання дійсності у замітці – найоперативнішому та найлаконічнішому інформаційному жанрі журналістики.

Вкажемо, що стосовно сучасного українського мас–медійного дискурсу останнім часом точиться досить жвава дискусія між лінгвістами про ознаки і жанрову диференціацію у засобах масової інформації (ЗМІ). Аналізуючи жанрове розмежування матеріалів періодики, варто зазначити, що дослідники виділяють різну кількість жанрів, по–різному називаючи їх. При виявленні газетних жанрів існують і об'єктивні труднощі, зокрема в журналістській практиці спостерігається постійна видозміна, взаємодія жанрів один з одним: на межах традиційних жанрів створюються нові типи мас–медійних текстів. Тому в класифікаціях й з'являються «жанри–гібриди» типу «інформаційне інтерв'ю», «кореспонденція–роздум» і т.п. Так, Б.Стрельцов, В.Різун, М.Вуароль виділяють новий інформаційний газетний жанр «замальовку», виділяючи її підвиди – портретну, подієву, замальовку природи і навіть інтерв'ю–замальовку [5;15]. Останнім часом тенденція до розмивання жанрових меж у журналістиці помітно посилилася. На наш погляд, саме тому й набуває актуальності теза італійського мислителя про абсурдність виділення літературних стилів, оскільки кожна людина створює свій власний стиль [9, с.39].

Однак, серед відомих у журналістиці класифікацій газетних текстів, заслуговує передусім на увагу та, де береться, як підстава для класифікації, тип комунікативного наміру і цільової установки (настанови) тексту, оскільки окреслення мети (точніше ієрархії комунікативних цілей) завжди передує вибиранню оптимальних засобів і самому здійсненню комунікативного акту. Оскільки мета вислову чи повідомлення визначається комунікативним наміром адресанта, то тип комунікативного наміру повинен визначити й вибір функціональних форм, мовних засобів тощо, визначити смислову завершеність, композицію тексту.

На нашу думку, систему журналістських газетно–журнальних жанрів можна представити таким чином, як це пропонує М. Василенко. Він виділяє інформаційні жанри (замітка, репортаж, інтерв'ю, звіт), аналітичні (кореспонденція, стаття, коментар, рецензія, огляд), художньо–публіцистичні жанри (нарис, фейлетон, памфлет, етюд, есе) [2]. М.Василенко зазначає, що за сучасних умов в Україні інтенсивно розвиваються саме інформаційні жанри. Їх популярність має глибинні причини – розвиток технологічної цивілізації і фізичне зменшення особистого часу конкрет-

ного індивіда у цивілізованому суспільстві. Його номінують по–різному: ера Третьої хвилі, епоха «зруйнованої сім'ї» (Е.Тоффлер), епоха «завершення людського прометеїзму» (Ф.Фукуяма), «суспільство шостої раси» (О.Стишов).

Спільним у всіх наведених визначеннях є те, що визначальним фактором розвитку суспільства є інформація. Наразі варто вказати, що ще А.Швейцер свого часу зафіксував тенденцію до напруженого робочого часу і «спустошеного вільного часу», українські ж учені нині фіксують незаперечну тенденцію – факт скорочення вільного часу у своїх співвітчизників, щоб зупинитися, проаналізувати подію, тому надзвичайна зайнятість сучасного українця в усіх верствах суспільства призводить до домінування у системі ЗМІ лаконічних коротких і простих інформаційних жанрів [2].

Зважаючи на вище сказане, робимо висновок, що серед інформаційних жанрів журналістських текстів особіно і виразно виділяється замітка – найоперативніший і найлаконічніший жанр, з допомогою якого повідомляється про об'єктивно існуючі факти, події, явища соціального розвитку суспільства для пізнавального, політико–виховного впливу на аудиторію. У замітці більш–менш детально вистовлюється факт і найбільш важливі його складові (місце дії, особи, що беруть участь).

Зміст замітки організовується шляхом контамінації стилів – в основному аналітичного й репродуктивного, або описового. Журналістикознавець В.Різун звертає увагу на можливе їх поєднання з експресивним стилем [15, с.127]. Тобто, у замітці можуть уживатися засоби для вираження певного ставлення автора до фактів, що повідомляються. Навіть сам повідомлюваний факт може викликати певні емоції, згідно з соціальним емоційним досвідом, закріпленим за цим фактом. Замітка як оперативно–новинний різновид інформаційного повідомлення має свою структуру та є «чистим» видом інформування. Серцевиною замітки, її основою є подія, факт.

В.Здоровега поділяє замітки на такі різновиди: хронікальна замітка, або просто хроніка, відповідає на запитання «Що відбулося?», «Де?», «Коли?». У ній немає жодних подробиць, подія не деталізується. Хронікальні повідомлення друкуються у газетах, зазвичай, без заголовків, під певними рубриками, в інформаційних повідомленнях радіо, телебачення вони теж не виділяються, можуть бути частиною тематичних добірок [6, с.166]. Сьогодні, на думку дослідника, найтипівішими є розширені замітки: вони структуровані, складаються переважно з трьох частин – ліду, субліду, додаткової інформації. Виділяє вчений і коментоване повідомлення – це повідомлення, яке супроводжується роз'ясненням і коментарем. У коментованому повідомленні подають думки учасників події, короткі пояснення фахівця тощо [6, с.166]. У критичній і полемичній замітці наявний уже елемент оцінки, навіть заперечення або викриття саме у експресивному прояві. Отже, наразі набувають ваги елементи публіцистики, або, точніше, публіцистичності стилю. А це вже вихід за межі «чистоти жанру». У західній журналістиці з цього приводу навіть існує такий термін, як замітка–«суміш» (М.Вуароль). Усі перераховані види заміток можуть формувати тематичні і політематичні хронікальні підбірки, які диференціюються за проблемно–тематичною ознакою: економічні, політичні, культурні, екологічні, спортивні, соціально–побутові, естетичні, кримінальні і т.д.

Відтак, незважаючи на відсутність повної класифікації журналістських жанрів, орієнтуватимемося на систему жанрів, яку запропонував В. Шкляр: інформаційні жанри (замітка, репортаж, інтерв'ю, звіт), аналітичні (кореспонденція, стаття, коментар, рецензія, огляд), художньо-публіцистичні жанри (нарис, фейлетон, памфлет, етюд, есе).

Варто вказати, що свого часу В. Костомаров звернув увагу саме на те, що у різних жанрах публіцистичного стилю логічні та емоційно-експресивні елементи мають неоднакове співвідношення, але коли говорити про публіцистичний стиль в цілому, то треба підкреслити, наголошував дослідник, що в ньому логіка викладу та емоційно-експресивне забарвлення повинні бути взаємно зрівноваженими. Вадою газети є не стандарт, а «погана» експресія [8, с. 166]. (Тобто, експресія як результат інтуїтивного пізнання, набуває відтінку непрямого інформування: іронія, двозначність, недомовленість, натяк і т.д.).

Г. Солганик, досліджуючи суть поняття «мова газети», зазначав, що газета гостро потребує експресивних засобів, але ця експресія має соціальний характер, вона цілеспрямована, оцінна [18, с. 21]. Враховуючи сказане, можемо констатувати, що сучасний газетний словотвір взяв багато від словотвору насамперед розмовного мовлення, тому в газетному тексті, особливо в заголовках, широко використовуються такі граматичні системи, побудовані на основі «вільного» словотворення, властивого цій формі мовлення – інверсія, неповні речення, парцеляція, обірвані синтаксичні конструкції. Знову ж таки бачимо підтвердження думки Б. Кроче, що людина звертається до мови з тим, щоб дати конкретне вираження своїй інтуїції, або ж інтуїтивному пізнанню фактів, явищ, речей і т.д. реальної дійсності. З метою підтвердження думок Б. Кроче, розглянемо, відтак, особливості зазначених вище синтаксичних конструкцій у текстах заміток на прикладах із видань сучасних українських ЗМІ.

«Інверсія – це порушення чи зміна звичного, прямого порядку слів для посилення виразності» [7, с. 190], – стверджує І. Черниченко. Крім того, автор порушуючи (свідомо чи несвідомо) об'єктивно-комунікативний (звичайний, природний) порядок слів у реченні, міняючи місцями тему і рему, групу детермінанта і предикативну групу, групу підмета і присудка, «суб'єктивно переінакшує стилістично нейтральний ритміко-інтонаційний малюнок фрази, надає певним синтаксичним одиницям емпатичного забарвлення, збільшує їх смислове навантаження, і таким чином досягає бажаного емоційно-експресивного ефекту» [23, с. 177]. Наприклад, «Загалом потерпіли 19 осіб»; «Заарештувати його прибуло близько 100 поліцейських». На думку ж С.Я. Ермоленко, інверсія виконує передусім афективну функцію, тобто спричиняє емоційний вплив [22, с. 541–542].

Вкажемо, що існує, на наш погляд, декілька прийомів посилення експресивних характеристик тексту, наприклад, зі стилістичних потреб виділення й увиразнення присудка чи головного члена, вираженого присудком, журналісти переміщують його на початок речення для певного змістового акценту: «*Жертвою двох шахрайок стала дев'ятирічна мешканка Тернопілля*»; «*Обпало юному експериментатору і слизову оболонку ока*». Як бачимо, така позиція присудка виражає логічну підкресленість і впливає на виникнення в реченні різних відтінків – емоційного акценту і змісту висловлювання. Слід зазначити, що структурні компоненти інверсованих головних членів можуть знаходитись у дистантній позиції. Найбільше це стосується речень, у яких присудок виражено допоміжним

дієсловом та інфінітивом або сталим словосполученням: «*Зоду на розроблення документації із землеустрою надав особисто мер Києва 11 квітня 2007 року*»; «*Реалізувати його мають до Євро-2012*». Проведений аналіз засвідчив, другорядні члени речення у досліджуваних конструкціях також можуть інверсуватися. Так, у розглянутих побудовах завдяки інверсії прямий додаток переноситься на початок речення, щоб сильно наголосити його значення: «*Голодування припинено*»; «*Співаці (Бритні Спірз – О.С.) також запропонували скористатися з послуг фахівця з догляду дітей*». Інверсія узгоджених означень створює піднесено-урочистий стиль висловлення (варто зауважити, що такі конструкції позначені більшою маркованістю у називних реченнях-заголовках): «*Краса вогню*»; «*Ціна реклами*», а неузгоджених – привертає більше уваги до суті означення: «*Бандерівці на мотоогонях*»; «*Супутник проти хабарів*». Змінений порядок слів властивий також обставинам. Найчастіше газетні повідомлення починаються з обставин місця або часу, які стосуються також змісту всього речення, будучи в прямій залежності від дієслова: «*З українського музею викрали статуетку вартістю 1 мільйон гривень*»; «*Від початку року на Вінниччині дайвинги зупинили вісім тисяч нетверезих водіїв*».

Крім того, з відомих видів (контекстно-, ситуативно-неповні, еліптичні неповні, видільні неповні, обірвані неповні) у досліджуваних матеріалах представлені еліптичні неповні речення – такі побудови, в яких звично пропускається дієслівний присудок або головний член одночленного речення, бо їх значення цілком зрозуміле завдяки іншим членам цього самого речення. Зміст пропущеного члена сприймається пересічною людиною без допомоги аналізу тексту й обставин мовлення, причому зміст ширший, ніж значення одного дієслова, наразі зміст – з відтінками кількох дієслів. Це й надає образності й наснаги реченням конструкціям, як-то: «*До Борисполя – поїздом*». Пропуск дієслова (на місці пропуску стоїть тире) «дозволяє виразити найважливіше, нове в поданій інформації, причину дій, спосіб дії» [22, с. 207]. Ці синтаксичні конструкції містять необхідний структурний мінімум, підпорядкований компонент (компоненти) дієслів, що виражають просторові, об'єктні і об'єктно-цільові відношення. Варто зауважити, що залежні від відсутнього дієслова форми, «відірвані» від підмета розділовим знаком (тире), виконують функцію реми (нового) у повідомленні. Як бачимо з наведених прикладів, перша частина заголовка є темою повідомлення, а друга частина (після тире) повідомляє дещо нове про неї. Побудову, структуру таких речень (заголовка) можна зрозуміти наразі, тільки прочитавши замітку. Звідси можна зробити висновок, що такі речення у замітках виконують не стільки номінативно-інформативну, а рекламно-експресивну функції.

Серед експресивних засобів, уживаних у тексті заміток, значне місце посідає парцеляція – «спосіб мовленнєвого оформлення єдиної синтаксичної одиниці – речення кількома комунікативними одиницями – фразами» [22, с. 426]. Щодо функціональних особливостей цього явища акцентується, що воно дає змогу, виділяючи певну частину речення у відносно самостійну комунікативну одиницю, підкреслювати її змістову значущість, активізувати й посилювати її інформативну місткість, експресивну виразність, а також розвантажувати смислово і граматичну структуру вихідного речення. Серед досліджуваних нами реченневих конструкцій заміток виявлено одиничний випадок парцелювання другорядних поширювачів обставинного типу (часу): «*Кличко вибув. Інадовго...*». Як бачимо,

парцельована (актуалізована) частина конструкції зберігає своєрідний певний натяк на зв'язок з основною частиною повідомлення. У ролі показника фразового членування, сигналу парцеляції є сполучник *і*. На початку конструкції він означає, що заголовок, незважаючи на відносну граматичну незалежність, є ланкою загальної стрічки повідомлення. Він є додатковим судженням, уточнює певний факт, явище, яке ще невідоме адресату.

Тобто, парцеляція виконує кілька функцій: описову, при якій здійснюється художньо-образна конкретизація зображуваного; емотивну, в її емоційно-оцінному варіанті, при якому парцеляція акцентує увагу на негативній оцінці повідомлення; і функцію повідомлення (сміслоутворюючу), яка виражена шляхом поділу висловлення на змістові частини для актуалізації окремих смислових центрів: основну думку, денотативне значення, виражає базове речення, а вторинне, сигніфікативне значення доповнення (у наведеному прикладі – на часі вибуття зі спортивного життя) виражає парцеляція.

Частотніше у досліджуваному матеріалі репрезентовані приєднувальні конструкції, які реалізують один із типів логіко-граматичних, смислових відношень: додавання, уточнення, характеристики попереднього компонента: «*Першим з 26 травня перестав приймати породіль Центр матері і дитини. Його закриють на місяць. Стільки ж часу по чергово не працюватимуть усі пологові будинки міста*»; «*Через зниження курсу долара ціни на житло в Україні можуть підвищитися на 15–20%. Такий прогноз експертів ринку нерухомості*». Ці конструкції позбавлені структурної залежності від семантично головного базового речення і відзначаються почасовістю, тобто виникають пізніше, як додаткова інформація до уже повідомленого: «*У Києві відкрили дорогу під Повітрянофлотським мостом. Тож відтепер водії зможуть одразу виїхати з центру міста на Борщагівку*»; «*У Чернівцях зареєстровано байкерський клуб «Banderas». Його створення приурочено до проголошеного Року Степана Бандери*». Варто відзначити, що приєднання збільшує емоційно-виразний план оповіді: «*Станцію кийвського метро Червоний Хутір залило водою на другий день після відкриття. За день до того вона була готова відсотків на 85*»; «*У Вінниці в салоні помер 67-річний чоловік. Він їхав із роботи додому. Через цей випадок рух громадського транспорту в місті зупинили майже на годину*».

Особливу роль у створенні експресивного акценту в замітці відіграє заголовок. Якщо газетний текст розглядати як структуру, що відповідає відомій загальній формулі «увага-інтерес-бажання-дія», то з першим елементом формули збігається заголовок. Він перебуває поза текстом і є засобом передачі інформації. Проте часто заголовок не просто привертає увагу, а й викликає інтерес, реалізуючи два, а подекуди й три елементи згаданої формули. У зв'язку з цим саме заголовок, виступаючи ядром повідомлення, безпосередньо чи опосередковано передає зміст ширшої інформації. Як влучно зауважує Г.Васильєва, щоб читач перейшов з сфери непоінформованості, у сферу поінформованості, його треба зацікавити [3, с.22]. Ця функція і покладається на заголовок.

Зазвичай, винесене в заголовок слово «пронизує» весь текст. Саме слово обов'язково семантично змінюється, утворюється індивідуально-художнє значення. Усвідомлення цього значення читачем проходить ретроспективно, коли читач повертається до заголовку після закінчення

ознайомлення з текстом: заголовок ніби вимагає повернення, адже він ще раз пов'язує початок і кінець інформаційного повідомлення. Аналізуючи досліджуваний матеріал, визначимо газетний заголовок як особливий вид медіатексту, який характеризується, з одного боку, певним ступенем самостійності, з іншого, синсемантичності, що виявляється в здатності функціонувати як рівноправний компонент матеріалу, призначення якої реалізується в комплексі шести основних функцій: номінативної (має безпосередній стосунок до тексту публікації), референційної (відбиває зв'язок тексту з реальною дійсністю), а також прагматичної, орієнтаційної та інформативної (вони звернені до читача) [10, с.298]. Тобто, формально заголовок може бути представлений будь-якими мовними одиницями, в тому числі реченням, словосполученням і навіть словом; заголовок при цьому не втрачає статусу особливого номінативно-комунікативного блоку тексту.

Дібраний ілюстративний матеріал засвідчив, що заголовки можуть бути побудовані: за зразком простого непоширеного двоскладного речення: «*Пирати розбушувалися*»; «*Вік – не перешкода*»; за зразком простого непоширеного односкладного речення: «*Авіакатастрофа*»; «*Піратство*»; за зразком поширеного двоскладного речення: «*Лабрадори розпізнають хворобу*»; за зразком простого поширеного односкладного номінативного речення (продуктивність таких заголовків пояснюється їх потенційною можливістю бути емоційно-виразними й оцінними засобами; варто зауважити, що в таких реченнях оцінка дається як через означення до іменника, основного слова конструкції, так і через семантику самого іменника; поширювачами виступають узгоджені та неузгоджені означення, виражені відповідно числівниками, прикметниками та іменниками у родовому відмінку): «*Крадіжка на мільйон*»; «*Скромний ліцеїст*»; «*Смерть за квартиру*»; «*Символи Євро-2012*»; за зразком поширеного односкладного безособового речення: «*Квоти на експорт зерна відмінено*»; «*Конституцією затверджено*»; за зразком неповного двоскладного речення: «*Улюблену справу не покине*»; «*Загинув під потягом*»; за зразком односкладного поширеного неозначено-особового речення: «*У Пугачової вкрали машину*», «*Обікрали рабина*»; за зразком спонукального окличного / неокличного речення: «*Подайте кредит*»; «*Зустрічайте сніг!*»; за зразком односкладного поширеного інфінітивного речення (в окличних конструкціях цього виду спонукування інтенсивніше, категоричніше, більш безапеляційне): «*Очистити все!*»; «*А візи скасувати!*»; за зразком двоскладного поширеного питального речення: «*Європа нам допоможе?*»; «*А чим дівчата гірші?*»; за зразком двоскладного поширеного питального контекстуально-неповного стверджувального речення: «*Радар таки встановлять?*»; за зразком питання-відповіді: «*Куди ти? Краще вколись!*».

Як бачимо, у принципах побудови заголовків з метою посилення їх емотивно-сугестивного впливу простежується тенденція до економії мовних засобів і збільшення експресивності, що зумовлено необхідністю виразити максимум змісту, затративши мінімум мовного матеріалу. А звідси – точність, влучність і лаконізм газетних назв. Можемо зробити висновок, що невичерпним джерелом заголовків є передусім усно-розмовне мовлення, з його рухливими композиціями, різними інтонаціями, багатого і мінливою експресією та ін. (Так ми знову приходимо до цінності у словотворенні індивідуальної інтуїції, перевагу якій надавав Б.Кроче).

У досліджуваних реченневих конструкціях зустрічаються заголовки, представлені конструкцією прийменника з іменником. Такі заголовки сприймаються як експресивно-закличні, експресія в них виникає як наслідок ефекту «розкутого» усномовного синтаксису (це стосується насамперед окличних конструкцій): «*До суду!*»; «*На звіра!*». Як бачимо, ці побудови – змістовні, вони конкретизують інформаційно насичене тло й видозмінюють структуру тексту, посилюючи його окремі частини, логічно виділяють обставини, за яких відбувається дія.

Надзвичайно увиразнює мову газетного тексту використання конструкцій з розривом на початку, у середині чи в кінці речення. Ці структури сприймаються як актуалізатори уваги чи айстопери, оскільки трикрапка виконує в них, з одного боку, функцію інтонаційну, а з другого – смислову: фіксує увагу на певних аспектах теми: «*Хтось задушив бідолошину...*»; «*Йшов солдат вулицею...*»; «*Як карта ляже...*»; «*Поки бабуся спала ...*»; «*Пливла собі контрабанда...*»; «*А покрівлі течуть...*».

Експресивність таких побудов може увиразнюватися підсилювальною часткою *і*: «*І знову міліціонер...*»; «*І лігости грабують...*»; «*І нехай вона крутиться...*» або перенесенням трьох крапок на початок речення. Цим створюється враження інформації, суть якої відома лише автору повідомлення, а реципієнту запропоновано продовження: «*...І в школу не підемо*»; «*...І тітка з Канади*». Звичайно такі речення найбільш функціонально доцільні у заголовках заміток.

Значну кількість таких структур становлять розірвані посередині речення. У них фраза ніби ламається посередині, що зумовлює збій між темою і ремою, дає змогу виділити рему: «*Продаються... недоїдки*»; «*До храму... за плящиною*». Як бачимо, поява розриву зумовлена обуренням автора певними реаліями життя. Трапляються речення, які передають схвильованість автора через незвичайність подій: «*Україна з...писанок!*»; «*Вкрали... сад!*». Наразі такі речення виділяються ще й окличною інтонацією.

Розглянуті структури роблять текст замітки динамічним. Поява трикрапки пояснюється уникненням автора прямого висловлювання з приводу певних явищ. Своєрідна інтонація недомовленості сприяє активізації уваги: «*Україна... ріпакова*»; «*На півночі країни злодій змусив касирів віддати йому гроші з допомогою...погляду*».

Стилістичне забарвлення досліджуваних словотвірних конструкцій інформаційного жанру зумовлюють і такі нетипові форми вираження головних і другорядних членів речення як власні та загальні назви – варваризми, а також абrevіатури. Варваризми – іншомовні або створені за іншомовним зразком слова чи звороти, що зберігають структурні ознаки чужих мов, по-різному пристосовуючись до фонетики, морфології української мови. Залежно від того, якого походження слово (зворт), розрізняють *латинізм* (з лат.), *галіцизм* (з франц.), *германізм* (з нім.), *грецизм* (з грец.), *полонізм* (з польськ.) та ін. Варваризм уживається переважно в описах життя і побуту інших народів для відтворення місцевого колориту, назв чужих реалій, звичаїв, запозичених понять (мадам, шериф, консьерж, імпічмент, салон, характері); використовуються також при передачі мовлення персонажа-іноземця; часто служать засобом створення комічного ефекту, висміювання зловживань іншомовними словами. Іноді, як зазначає К.Ленець, варваризмом називають лише ті слова, що трапляються у писемному мовленні в чужомовній графічній передачі і як вкраплення в їхні

тексти [22,с.62]. Серед варваризмів – слів англійського походження – у простих неускладнених реченневих конструкціях, незалежно від їх місця у тексті замітки, у ролі головних (підмет) і другорядних членів (обставина, додаток) синтаксичного ряду часто вжито лексичні одиниці як у чужомовному, так і в кириличному графічному оформленні: «*У столиці з 6 по 8 червня триватиме II фестиваль вогню «Kiev FIRE Festival*»; «*За кілька днів до чемпіонату Європи на провідних телеканалах континенту з'явиться кліп на пісню Енріке Іглесіаса*»; «*У «Форді» було восьмеро пасажирів*». Як бачимо, запозичення виступають допоміжним засобом привабливості уваги читачів, а їх неперекладність (наразі знову набуває актуальності думка Кроче про «неможливість дійсного перекладу одного слова за допомогою іншого, – перекладу з так званого діалекту на так звану літературну мову або з так званої рідної мови на так звану чужу» [9, с. 165]) створює додаткове поле для асоціацій.

Іншим видом нетипового вираження одиниць синтаксичного ряду у замітках є ініціальні абrevіатури – лексеми, що постали на основі початкових звуків чи літер слів складної номінації. Серед них в українській мові виділяють такі різновиди, як літерні, звукові, літерно-звукові, літерні та звукові з числовим складником [19,с.37]. У досліджуваних текстах найширше представлені літерні абrevіатури, що виникли за назвами букв. Ці лексичні скорочення використовуються у функції підмета як у реченнях-заголовках (зазвичай це односкладні номінативні поширені речення), так і в реченнях основного тексту (двоскладні поширені конструкції): «*Штучна ДНК*»; «*ДАІ впроваджує нову систему відеоспостереження «Дрозд*». Варто зазначити, що значну стилістичну маркованість мають речення-заголовки з двома абrevіатурами та опущеним присудком; основне їх призначення – привернути увагу читача: «*СБУ про УПА*».

Філософсько-естетична спадщина італійського мислителя – філософа, естетика, лінгвіста – Б.Кроче є унікальною. Вона започаткувала розгляд «лінгвістики як естетики» або ж «естетики як загальної лінгвістики та мистецтва експресії», заклала методологічний підхід у лінгвістиці та літературознавстві про необхідність розгляду будь-якого тексту у комунікативному акті з лінгвістично-естетичних позицій. І мала значний вплив на розвиток як філософії мови, так і лінгвістики. Однак, у естетичній царині його ідеї ще потребують поглибленого аналізу та розвитку.

На наш погляд, «експресиви» Дж.Серля, «різні емоційні оцінки», «інваріанти ставлень» М.Поповича – яскравий розвиток ідеї Кроче щодо ототожнення слова та інтуїції, аналізу слова як естетичного феномена, оскільки, за Кроче, слово є фактом естетичної природи і предметом естетики або загальної лінгвістики.

Важливим, наразі, для вітчизняної естетики та філософії є аналіз так званих «експресивів» у мові ЗМІ, способи створення такої експресивності на основі інтуїтивного пізнання дійсності у замітці на основі використання естетичних ідей Б.Кроче. Нагальність такого аналізу посилюється й тенденцією до розмивання жанрових меж у журналістиці, що зумовлена проявами індивідуально-інтуїтивного начала у текстах; домінування у системі ЗМІ лаконічних коротких і простих інформаційних жанрів, які дедалі частіше відзначаються помітною експресивністю. Замітка як різновид «мистецтва вираження», створений «генієм» мови, відображає особливості індивідуального інтуїтивного пізнання дійсності особистістю. Виражаючи засобами мови певні думки, вона завжди несе певну

експресію. Остання залежить від того, яким матеріалом (синтаксичними конструкціями) користується «геній» мови – журналіст як творець тексту. Так, експресивність заміток сучасного українського мас–медійного дискурсу забезпечується використанням в заголовках граматичних систем, побудованих на основі «вільного» синтаксису – інверсія, неповні речення, парцеляція тощо. Такі граматичні системи або експресиви є результатом індивідуальної творчості або індивідуального «поетичного мислення» (інтуїції).

Список використаних джерел

1. Басин Е.Я. Теоретические проблемы искусства: Логика, психология, эстетика, социология / Басин Евгений Яковлевич. – М. : КойКнига, 2010. – 328 с.
2. Василенко М.К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально–економічних умовах [Електронний ресурс] / М.К.Василенко. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1038>
3. Васильева А.Н. Газетно–публицистический стиль речи / А.И.Васильева. – М.: Русский язык, 1982. – 198 с.
4. Ворошилов В.В. Журналистика. Базовый курс : учебник. [5–е издание] / В.В.Ворошилов. – СПб.: Изд–во Михайлова В.А., 2004. – 704 с.
5. Вуароль М. Гід газетяра / Мішель Вуароль ; [пер. з франц.]. – К., 2003. – 64 с.
6. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник. [2–ге вид., перероб. і допов.] / В.Й.Здоровега– Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
7. Коваль А. П. Практична стилістика сучасної української мови / А. П. Коваль. – К. : Вища школа, 1987. – 350 с.
8. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе / В.Г.Костомаров. – М.: Изд–во Моск. ун–та, 1971. – 268 с.
9. Кроче Б. Эстетика как наука о выражении и как общая лингвистика / Бенедетто Кроче. – М. : Издательство Сабашниковых, 1920. – Ч. 1. – 170 с.
10. Кульбабська О. Стилістичні характеристики заголовка як прагматичного знака журналістського тексту / Кульбабська О., Остафійчук І. // Актуальні проблеми синтаксису: Матеріали міжнародної наукової конференції / [Укл. : Ніна Гуйванюк (наук.ред) та ін.]. – Чернівці : Рута, 2006. – С. 298–303.
11. Левчук Л.Т. Мистецтво в боротьбі ідеологій / Л.Т.Левчук. – К. : Політвидав України, 1985. – 149 с.
12. Москалюк В.М. Мова як естетичний простір української культури : [монографія] / Москалюк Валентина Михайлівна. – Луганськ: вид–во СНУ ім. В. Даля, 2008. – 260 с.
13. Поліщук О.П. Інтуїція. Природа, сутність, евристичний потенціал: [монографія] / Олена Поліщук. – К.: Вид. ПАРАПАН, 2010. – 228 с.
14. Попович М.. Рациональність і виміри людського буття / М.В.Попович. – К.: Сфера, 1997. – 290 с.
15. Різун В.В. Літературне редагування: [підручник] / В.В.Різун. – К.: Либідь, 1996. – 240 с.
16. Сабадаш Ю.С. Гуманізм та антигуманізм в Італії кінця ХІХ–початку ХХ століття / Сабадаш Ю.С. // Гуманітарний часопис : [збірник наукових праць]. – Харків: ХАІ. – 2007. – №1. – С. 25–32.
17. Серль Дж. Р. Что такое речевой акт // Новое в зарубежной лингвистике. – Вып.17. – М., 1986. – С. 151–169.
18. Солганик Г. Я. Що таке «мова газети»? / Г. Я. Солганик // Особливості мови і стилю засобів масової інформації. – К. : Вища школа, 1983. – С. 18–23.

19. Стишов О. А. Нові аббревіатури в мові мас–медіа кінця ХХ століття / О. А. Стишов // Мовознавство. – 2001. – №1. – С. 33–40.
20. Титаренко М. Світоглядна публіцистика: спроба полемічного дискурсу / М.Титаренко // Вісник Львівського університету. Серія журналістика. – 2006. – Вип. 28. – С. 118–134.
21. Топурідзе Е. И. Эстетика Бенедетто Кроче / Е.И.Топурідзе. – Тбилиси : Мецниереба, 1967. – 210 с.
22. Українська мова. Енциклопедія. – К.: Українська енциклопедія імені М.П.Бажана, 2000. – 752 с.
23. Чередниченко І.Г. Нариси з загальної стилістики української мови. – К.: Радянська школа, 1962. – 496 с.

Свинцицкая Е.И. Экспрессивно–коммуникативные особенности современного масс–медийного дискурса в контексте эстетики Б. Кроче

Проанализированы экспрессивные характеристики масс–медийных текстов на основе эстетического наследия Б. Кроче. Внимание сосредоточено на «экспрессивах» Дж. Серля, «различных эмоциональных оценках», «инвариантах отношений» в речи М. Поповича как ярком примере развития идей итальянского мыслителя. Сделан вывод, что экспрессивы масс–медийных текстов являются результатом индивидуального «поэтического мышления» (интуиции).

Ключевые слова: интуитивное познание, эстетическая информация, экспрессивы, экспрессия, слово как эстетический феномен, «гений» языка.

Svintsitska, H.I. Expressive and communicative features of modern mass–media discourse in the context of the B. Croce aesthetics

The article is devoted to analyses of the expressive characteristics of mass media texts on the basis B. Croce's aesthetic heritage. The attention is focused on the «expressives» J. Serl's, «different emotional evaluations», «invariants of attitudes» in the language of M. Popovic's as a shining example of the Croce's ideas. The conclusion is that mass media expressives texts are the result of individual «poetic thinking» (intuition).

Key words: intuitive knowledge, aesthetic information expressives, expression, word as an aesthetic phenomenon, «genius» of language.