

Євген Габ
Національний університет
«Кієво-Могилянська академія»

ЛІНГВІСТИЧНИЙ ОБРАЗ МЕДІА-РЕСУРСУ «ІСЛАНДІЯ»

Роботу присвячено лінгвістичному портретуванню усього медіа-ресурсу, методологічним засадам створення образу ЗМІ на основі мовних портретів його ведучих. Досліджено основні критерії до формування зазначених мовних паспортів, зв'язок металінгвістичних студій з мовною перцепцією особистості та впливом позалінгвальних факторів на перебіг процесу комунікації.

Ключові слова: лінгвістичне портретування, комунікативні закони, психолінгвістичні характеристики мовця.

The work is devoted to the linguistic portraiture of the entire media resource, the methodological foundations for creating an image of the media based on the language portraits of its speakers. The main criteria for the formation of these language passports, the connection of metalinguistic studies with the linguistic perception of personality and the influence of extra-linguistic factors on the process of communication are also investigated.

Key words: linguistic portraits, communication rules, psycholinguistic traits of a speaker.

На сучасному етапі дослідження лінгвістичних студій особливу увагу дослідників привертає аналіз мовлення учасників політичного, соціального й культурного дискурсів. Така увага до публічних діячів спричинена бажанням науковців проаналізувати письмове й усне мовлення обраних особистостей для того, аби зрозуміти особливості їхніх поведінкових моделей, мотивацій вчинків та дій, основ політичного чи культурного курсу та пошуку мовленнєвих маніпуляцій.

Увесь перелік лінгвістичних досліджень наведених дослідників майже повністю охоплює усі аспекти функціонування окремої мовної особистості. Однак, незважаючи на багаторічні вичерпні дослідження, можна стверджувати, що лінгвістичне портретування не відбувалося одночасно

для групи осіб, об'єднаних певною спільною діяльністю.

Звісно, ми маємо рацію, коли говоримо, що кожен мовець має свої особливості й лінгвістичних образ кожного окремого мовця є унікальним, але якщо говорити про медіа-дискурс, то у кожного ЗМІ є свій образ, який якраз й формується кожним окремим представником цієї медіа-структури.

Окрім загальної мовної компетентності, до якої зараховуємо типові помилки, лінгвостилістику й культуру мовлення, враховуємо також аналіз соціальної ідентифікації за Ван Дейком:

1. Загальні категорії: стать(чоловік, жінка), вік(молодий, юний чи старший, старий), зовнішність (зріст, вага, етнічна приналежність тощо).

2. Національна приналежність: українець, іспанець, білорус.

3. Професія/ Рід діяльності: кухар, лікар, вихователь, програміст.

4. Соціальна позиція: начальник, підлеглий, колега.

5. Ідеологічна ідентифікація: фемініст, пацифіст, соціаліст тощо.

6. Комунікативна роль: мовець, виробник, слухач, читач тощо. [6, с.76]

А також комунікативна складова спілкування, себто той перелік критеріїв за якими відбувається комунікація з глядачами:

7. Особливості простору: час, фізичний простір, фізичні характеристики, реквізит.

8. Мовці: навички спілкування, мотивація, персоналії, зовнішність, соціальні ролі.

9. Соціальна діяльність : правила, норми й табу.

10. Когнітивні концепти: мета, завдання, знання, ставлення тощо.

До цього додамо аналіз обміну інформації та яким саме чином відбувається залучення аудиторії та її частка у ефірному часі.

1. Лінгвістичний образ фейсбук- та ютуб-каналу «Рагулі» становить собою образ, сконструйований із урахуванням специфіки контенту. «Рагулі» – це сатиричний проект для широкої аудиторії, для розуміння контексту якого не варто мати попередніх знань, саме цим й зумовлена популярність цього продукту, яку можна перефразувати одним із законів комунікативної лінгвістики: зі збільшенням кількості людей, що входять до кола обміну інформацією, знижується їхній середній рівень інтелекту. З цього й постає мовний образ Тетяни Микитенко: вживання слів різних регістрів, широке використання обценізмів, запозичень, молодіжного й кримінального жаргону. Мовний вжиток характеризується

відносною недбалістю, що можна проілюструвати значною кількістю кальок з російської мови, порушенням утворення форм найвищого рівня порівняння прикметників й частотним ужитком активних дієприслівників. Однак, за вирахуванням мовних вад, комунікація між ведучою та глядачами відбувається на належному рівні. Люди заохочені брати участь не тільки в обговоренні запропонованих уривків, але й самостійно створювати проект: надсилають відеоматеріали для обговорення, організовують культурних подій тощо. Важливим також є той факт, що навіть за такої бурлескної тематики стріму, на матеріалі 50 випусків послідовно простежується ціннісний рівень, який є в усіх проаналізованих проектах: цінністю є критичне мислення, саморозвиток, права людей тощо.

2. Лінгвістичний образ «Часу класики» з Олею Дібровою характеризується високим рівнем мовної компетенції ведучою у поєднанні з порушенням кількох максим й постулатів Г. Грайса (1) казати тільки релевантну інформацію, (2) виявляти повагу до співбесідника тощо [4; pp. 42-46]:. Симптоматичним є відсутність надання мінімальної для розуміння контексту інформації, коли представлення запрошеного гостя починається з оповіді про те, скільки років знайомі ведуча й гість, замість презентації основних досягнень гостя-музики та надання вичерпної інформації про його захоплення чи, наприклад, спеціалізацію. Невідповідним є ставлення приватних питань до гостей, що не передбачено форматом «Часу класики». Комунікація між ведучою та глядачами формується на основі матриці: дорослий – дитина, тобто відчутним є напучування глядача й ставлення до нього як до вихованця. Попри

такі недоліки, ведуча здатна організувати якісну інформацію й презентувати її таким чином, що глядачам буде цікаво дивитися й слухати.

3. Лінгвістичний портрет останнього з ведучих, Владлена Мураєва, характеризується високим рівнем науковості у мовленні, що не є релевантним у спілкуванні людей, які не перебувають у наукових колах. Ця невідповідність стилістики полягає у накопиченні термінів у реченнях, вживанні безособових конструкцій та кліше й організації розмовного тексту за прикладом письмового: питання ставляться у межах 5 речень, що призводить до нерозуміння суті глядачем. Однак, Владлен Мараєв є хорошим фасилітатором у спілкуванні з експертами з історії. Варто відзначити залучення додаткових платформ, на яких глядачі можуть взяти участь в обговоренні,

окрім як у полі для коментарів онлайн трансляції.

4. Лінгвістичний портрет медіа-ресурсу «Ісландія» – це підпорядкування способу мовлення темі, часткова недоречність проведення трансляції з погляду комунікативної лінгвістики, що полягає у порушенні правил спілкування, які можуть знизити рівень поваги до ведучих. Однак варто відзначити ефективні методики заохочення цільової аудиторії: рубрика «Детокс» у «Рагулях», цінні поради у «Час класики» й можливість отримати відповідь на злободенні питання й подискутувати з експертами. Спільними для усіх проаналізованих проектів також є орієнтація на перелік цінностей: превалювання критичного мислення, заохочення до розвитку, цінність знань та правди, висвітлення подій з різних поглядів тощо.

Література:

1. Бацевич Ф. С. Природність спілкування як лінгвопрагматична категорія. *Мовознавство*. 2011. № 1. С. 3–12.
2. Берн Е. Ігри, у які грають люди. КСД.: Харків, 2017. 256 р.
3. Куранова С. Дискурсивно-прагматичні особливості інтерв'ю публічної мовної особистості (на матеріалі англійської та української мов). *Мандрівець*. 2012. № 6. С. 50–54.
4. Grice H. *Paul Logic and conversation*. New York: Academic Press, 1975. P.41–58.
5. Saville-Troike M. *The Ethnography of Communication: An Introduction*. Chicago, Blackwell Publishing, 2003. 325p.
6. van Dijk T. *Society and Discourse: How social Contexts Influence Text and Talk*. New York: Cambridge University Press, 2009. 287p.