

УДК 070 (05): 621.397.48

МОВНА ГРА У МАС-МЕДІЙНОМУ ТЕКСТІ ЯК РЕПРЕЗЕНТАНТ СОЦІОЛЕКТУ

Васіна О.В.

Донецькій національний університет, м. Донецьк

У статті підіймається та в загальних рисах вирішується проблема мовної гри у мас-медійному тексті як репрезентанту соціолекту.

Ключові слова: мовна гра, соціолект, соціальна комунікація, інформація

Увага до зв'язку мови, ідеології та політики, який активно обговорюється та розвивається дослідниками, філософами, лінгвістами ХХ ст., пояснюється складними соціальними, економічними обставинами, що почали формуватися ще наприкінці ХІХ ст. Різні соціокультурні катаклізми поступово призводять до того, що влада стає однією із головних діючих осіб новітньої історії та культури взагалі. Про це свідчать роботи Р. Барта, Ж. Бодрійяра, М. Фуко та ін. Влада сприймається не як щось відокремлене від людей, а як щось розпорошене, глибоко проникле у ментальну тканину суспільства. Дослідники починають шукати її носіїв і переосмислюють владний потенціал мови – одного з найдавніших засобів комунікації. Уже у 2 половині ХХ ст. назріває потреба осмислення на нових культурних засадах триєдності влада-мова-соціум. Одним з виявів цієї триєдності стає, зокрема, соціолект.

Постановка проблеми. Важливу роль у визначенні нового типу стосунків влада-мова-соціум відіграє мова мас-медіа, яка є одним з основних чинників формування сучасної картини світу людини. Ця мова, з одного боку, іде від самих людей, які у ХХ ст. вже звикли жити у полі журналізму, а з іншого – підтримується та розвивається власне мас-медіа. А з третього боку, вона є репрезентантом багатьох, в тому числі і владних, інтенцій, розпорошених у соціумі. Вивчення механізмів формування і реалізації цих владних інтенцій, що активно реалізуються у мас-медійному просторі, є актуальним дослідницьким завданням. Мета статті: визначити характер зв'язку соціолекту, безпосередньо пов'язаного з владою та з мовною грою у мас-медійному тексті, встановити засоби репрезентації соціолекту, його роль у формуванні інформаційної картини світу, що створюють ЗМК.

Треба наголосити, що ідея соціолекту виникає на ґрунті досліджень мови, зануреної у суспільство, як опозиції до ідіолекту, мови окремого індивіда. Феномен розділення мов можливий тільки на рівні соціолекту, тому що зіштовхуються між собою мовні системи певних груп, а не окремі індивіди. Феномен існування соціальних діалектів стає можливим через те, що знаки мови переважно не піддаються однозначній для кожного члена суспільства інтерпретації. Їм притаманні множинні, мінливі значення, що виникають під час використання цих мовних знаків

у різних контекстах. Ще у 1921 році Л. Вітгенштейн у «Логіко-філософському трактаті» писав про це так: «(3.262.) Те, що не може бути вираженим у знаку, виявляється у його застосуванні (використанні). Те, що приховують знаки, показує їх застосування» [1]. В цьому контексті філософом переосмислюється практика використання мови: мова постає як набір різноманітних практик, або «форм життя». Ці найпростіші форми філософ і називає мовними іграми.

Таким чином, згідно до теорії мовних ігор значення знаку трактується як засіб його використання. Простіші мовні ігри стають основою для більш складних. Коли так, то можна зробити припущення, що певні соціальні групи можуть утворювати свої системи та комплекси мовних знаків, що обслуговуватимуть комунікацію в межах цієї групи. Вони, власне, і є основами соціолекту, який не є тайною мовою, а покликаний допомагати людям орієнтуватися у соціально складному світі. З цієї точки зору, соціолект близький до розуміння мовної гри як форми життя. Як відмічає О. Кутявина, спираючись на роботи М. Бахтіна та Г. Косікова, «якщо загальнообов'язкові норми реалізуються пасивно, автоматично, то серед соціальних сенсів, що населяють знаки, ми орієтуємось напружено й активно. Наявність безкінечно різноманітних соціальних сенсів обумовлює розшарування єдиної національної мови на безліч так званих соціолектів» [2].

Як відомо, поняття соціолекту виникло відносно недавно – у 2 половині ХХ ст. Воно було введено Р. Бартом на позначення колективної або групової мови. Теорія соціолекту розроблялася Р. Бартом у логіці позасвідомого розподілу суспільства, що, зокрема, позначалося філософом як «війна мов». У якості головної особливості соціолекту виокремлюється те, що жодна мова не може лишатися поза його межами: мовлення будь-якого суб'єкту неминуче входить в той або інший соціолект [3, с. 527]. При цьому філософ пропонує розмежовувати два провідних види дискурсу, дві групи соціолектів: осінені владою, які називає енкратичними, та безвладні, або осяянні своєю невластивістю, акратичні. За оцінкою Р. Барта: „у загальнонаціональному масштабі ми всі розуміємо один одного, але комунікації між нами немає” [3, с.536]. Проте Р. Барт наголошує, що війна мов не передбачає війни їх носіїв.

Таким чином керуючись ідеями Р. Барта, можна припустити, що найбільш яскраво це виявляється у просторі мас-медійної мови, яка є зрозумілою для будь-кого, проте майже невловимо, але досить чітко, розділяє аудиторію на певні сегменти за інтересами та уподобаннями, соціальними характеристиками. В цьому сила мас-медійної мови, яка переносить конфлікт у масовий віртуальний простір, активно створюючи нові соціолекти та соціоментальні групи відповідно.

Розмірковуючи про види мов, розділені за принципом відношення до влади, Р. Барт відмічає, що мова мас-медіа відноситься до енкратичних видів дискурсу. Владна мова розмита, всюди прониклива. Енкратичний вид дискурсу знаходиться у постійній опозиції до будь-якої системності. Ця розпливчастість ускладнює внутрішню типологію енкратичних соціолектів [3, с.530]. На нашу думку, така приглушеність, розпливчастість та дієвість, зокрема, мас-медійної мови досягається через використання особливих мовних ігор, що й актуалізуються за допомогою соціолекту. При цьому, за Р. Бартом, «у всякому соціолекті є «обов'язкові категорії», узагальнені стереотипні форми, поза якими носії соціолекту не можуть мислити» [3, с.532-533]. Таким чином, можна провести певну паралель і сказати, що ці бартовські «обов'язкові категорії» співвідносяться з традиційними уявленнями про

правила мовної гри, введені ще Л. Вітгенштейном. Порушуючи ці доволі умовні, віртуальні правила, мовець виходить за межі мовної гри.

Попри всю різницю між концепціями Р. Барта та Л. Вітгенштейна їх об'єднує споріднене трактування правил мовної гри, коли, обмеження у грі мовець бере на себе добровільно. Однак соціолект, за Р. Бартом, є примусовим по відношенню до тих, хто його поділяє. Проте ця примусовість має парадоксальний характер: з одного боку, людина може сама обирати певне комунікативне середовище (професійне коло, коло друзів за інтересами, релігійні вірування, субкультура й т.д.), з іншого боку – потрапивши до сформованого комунікативного середовища, що функціонує за певними правилами і використовує вже вироблені, укорінені стійкі формули, людина має їх прийняти. Це результат того, що «мовна система соціолекту не змінюється через індивідуальні відхилення, але лише під впливом історичної мутації дискурсивного строю» [3, с.533].

На наш погляд, паралель між поняттями соціолекту та мовної гри наочно демонструє парадоксальну природу примусовості і меж соціолекту не лише як заборони, а як того, що відокремлює один соціокомунікативний простір від іншого. Призначення «стійких формул» не розмежовувати, а позначати кордони певного соціо-семантичного простору, давати можливість реципієнту самоідентифікувати себе з певною соціальною групою. Ці функції соціолекту реалізуються через використання мовних ігор, а сам соціолект стає репрезентантом мовної гри.

Проте ці стереотипні формули часто недооцінюються дослідниками. Наприклад, М. Лабашук відмічає: «нетворче, непродуктивно мисляча людина не сама створює висловлювання, а користується готовими у свідомості, чужими та нав'язаними їй судженнями, які при цьому вже давно сприймаються нею як власні. Ці судження існують у вигляді фреймів, тобто номінативних моделей ситуацій, у вигляді більш чи менш синтаксично свобідних дискурсів у різних стилях мови, кліше...» [4, с.146]. Проте ці банальні, на перший погляд, «фігури системності», номінативні моделі ситуації в текстах ЗМК виконують важливу функцію: вони підкоряють інформацію певній медіалогіці, що пов'язана зі становленням та розвитком соціолекту і його різновидів. А це стає можливим лише на ґрунті мовних ігор, до яких долучені «гравці»-реципієнти. ЗМК напрацьовані універсальні моделі компонування та викладу інформації у певних сталих «життєвих формах», що й слугують різноманітному розвитку триєдності влада-мова-соціум через створення та розвиток соціолектів.

Дійсно, не можна вважати новинні тексти інформаційних видань негативно стереотипними, клішованими лише через те, що вони підкоряються певній структурі, яка продиктована різними суб'єктивними та об'єктивними причинами (національний контекст, принципи відбору інформації, формат видання, загальна пам'ять журналістських текстів, фонові знання, культурні коди та ін.). Ці клішовані форми, незважаючи на жорсткі рамки, дозволяють значну варіативність подачі інформації. Інакше новини втратили б здатність привертати увагу, інтерпелювати реципієнта. Більш того, в одному, навіть невеликому інформаційному полі завжди працюють одночасно декілька видань: сенсаційні події висвітлюються одразу декількома ЗМК, і якщо б вони були одноманітно-банальними, то втратили б не лише те, що позначається як індивідуальність, а навіть сенс свого існування.

Наведемо приклад, щоб пояснити ці положення. Так, з приводу вибуху на шахті ім. К. Маркса у донбаських Інтернет-виданнях одночасно з'явилося три новинних матеріала, які чітко та наочно показали дію соціолектів, війну мов. 1. «Взорвавшуюся шахту закрывают не будут. Уголь нынче дорог» («Ура-Информ Донбасс») <http://ura.dn.ua/12.06.2008/55946.html>; 2. «Министр Полтавец не исключает, что шахту им. К. Маркса восстановят» («Остров») http://ostro.org/shownews_ks.php?id=49557&lang=ru; 3. «Глава Минуглепрома считает, что шахту им. Карла Маркса закрывают не стоит» («КИД») <http://zadonbass.org/allnews/message.html?id=80507>

В цих матеріалах інформація вибудована за однією схемою, доволі традиційною для будь-якого мас-медійного новинного тексту. Його структура майже однакова: перше речення – інформаційний привід «що?». Далі автори відповідають на питання – «де?» і «хто?» сказав. Наступний абзац – цитата з промови авторитетної особи (міністра вугільної промисловості України), після – необхідні пояснення і наприкінці довідка або гіперпосилання на попередні матеріали. В текстах наведено одні й ті ж самі дані, журналісти різних видань обрали і винесли в заголовок для публікації один і той самий інформаційний привід: відповідь на питання – закриють шахту імені Карла Маркса після аварії або ні?

Хоча всі видання оперують одними й тими ж самими даними, на рівні сенсу вони відповідають на це питання по-різному. Навіть у першому наближенні бачимо різні авторські настанови, відмінності у стилі та форматах видань. Найбільш показовими в цьому плані є перші фрази, які несуть на собі найбільше інформаційне та емоційне навантаження і задають загальний настрій сприйняття усього матеріалу. Особливо важливу роль в цьому відіграє дієслово, яке є неодмінним елементом ліду інформаційного матеріалу: Минист р угольной промышленности и Виктор Полтавец настаивает, что работы на шахте им. Карла Маркса в Енакиеве необходимо возобновить («Ура-информ Донбасс»); Минист р угольной промышленности Украины Виктор Полтавец не исключает, что шахта им. Карла Маркса в Енакиеве может быть восстановлена после крупной аварии 8 июня («Остров»); Минист р угольной промышленности и Виктор Полтавец считает, что шахту им. Карла Маркса ГП "Орджоникидзеуголь" в городе Енакиеве Донецкой области, где 8 июня произошел взрыв, закрывают не стоит («КИД»).

Як ми вже відмічали вище, на рівні фактажу зміст інформацій збігається. Це відбиває навіть синтаксична будова речень, що відображає принципово різний, як правило, прихований сенс тексту. Якщо застосовувати методику, запропоновану Б. Успенським, для аналізу подібних мовних ігор, то можна побачити, що підмет Минист р угольной промышленности и Украины Виктор Полтавец в усіх реченнях однаковий, проте присудок у першому випадку настаивает – виражає чітку, рішучу позицію, у другому не исключает – тобто особа лише розглядає можливість і в третьому – считает, тобто вважає за потрібне – це суб'єктивна думка. В усіх трьох випадках слова міністра інтерпретовані по-різному. Перші два варіанти майже суперечать один одному. При першому наближенні ці нюанси не помітні, вловити різницю може тільки читач, який ознайомився з інформацією декількох видань, але в усіх трьох випадках створено різний образ самого міністра. В першому випадку – це рішуча, прагматична людина, в другому – розважлива, дипломатична посадова особа, у третьому – не впевнений у собі індивід. В наведених прикладах

використовується тонка мовна гра, що м'яко проявляє владні інтенції, підштовхуючи реципієнта до певної думки. Цю тезу засвідчує й подальший аналіз.

Додаток у першому реченні підтримує закладену у головному реченні інтонацію: 1. Необходимо возобновит ь – постановка фрази формує образ рішучої, впевненої особистості, лідера; 2. Мож ет быт ь восст ановлена – вказує на один з можливих варіантів, поміркованість, виваженість адміністратора; 3. Закрывает не ст оит – коливання, вагання, імпліцитне звернення до співрозмовника, намагання знайти у нього підтримку вказує на прихильність до певних дій, що не може, в принципі, дозволити собі керівник, особливо вищого рангу.

Також у наведених текстах можна побачити три зовсім різних свідомо закладених сенси, що актуалізуються соціолектом і виражають ідеологічну позицію видання з приводу події. Це все дозволяє певним чином визначити образ реципієнта, на якого розрахована ця інформація, та ті правила мовної гри, які для цього залучаються. При цьому в даному випадку недоречно пояснювати відмінності певним ідіолектом кожного із журналістів, оскільки інформація як така не містить у собі ознак індивідуально-авторського стилю. Тут діють стандартні формули, те, що Р. Барт називав «обов'язкові категорії». Але для кожного окремого видання вони мають різний діапазон змістовно-емоційного забарвлення, що й реалізує різні типи соціолекту. В самому тексті активно використані ті ж самі прийоми.

Найбільш яскраво це виявляється під час передачі слів самого міністра: 1. «Я склоняюсь к т ому, чт о мы ее долж ны восст ановит ь. Эт о единст венная шахт а в объединении «Ордж оникидзеуголь», кот орая добывает коксующиеся угли. А вы же сами знает е, какая сейчас цена на коксующиеся угли», – от мет ил Полт авець», – акцент зроблено на економічній необхідності відновлення роботи шахти. 2. «Я склонен к т ому... чт о мы ее долж ны восст анавливат ь. Эт а шахт а одна для поселка и одна во всем объединении, где уголь коксующийся. А вы знает е цену коксующегося угля», – сказав министр», – дано дві причини – необхідні робочі місця для жителів селища та економічні причини. 3. «По его словам, шахт а долж на быт ь восст ановлена, пот ому чт о она одна для поселка и эт о единст венная коксующаяся шахт а», – слова міністра передані непрямо, й акцент – на проблемах жителів селища.

Таким чином, за допомогою мовної гри, актуалізованої соціолектом, в тексті відбувається подальша реалізація стратегії автора і видання в межах однакової для обраних нами видань моделі побудови тексту. В першому випадку підтримується прагматичний підхід до проблеми, навмисне виокремлюється, що влада керується у прийнятті рішень лише економічними засадами, і в такий спосіб відбувається дискредитація дії уряду. В другому випадку позиція нейтральна, мовна гра скеровує увагу і до соціальних, і до економічних аргументів на користь відновлення роботи шахти. Проте цей, на перший погляд, нейтральний текст супроводжується врізкою: «интересные факты», що містить гіперпосилання на тексти футбольної тематики, які не мають нічого спільного з проблемами шахти. Внаслідок цього відбувається зіткнення двох різних соціолектів, що призводить до децентрації тексту. Між двома мовами виникає конфлікт, кожна з них прагне включити реципієнта до свого дискурсу, розпорошуючи його увагу. У третьому тексті акцент зроблено на соціальних моментах, проте слова міністра передані некоректно. Автор припускається помилки, коли пише, що «это единственная коксующаяся шахта», і не

вказує, що це єдина шахта, що добуває коксівне вугілля для підприємства «Орджонікідзевугілля», виходить, що вона єдина взагалі у світі чи Україні. Це логічна помилка, проте вона дає можливість зробити висновок, що економічний чи навіть соціальний аспект проблеми є для видання неважливими.

У підсумках зазначимо, що використання однієї моделі побудови тексту свідчить про наявність певного усталеного соціолекту, характерного для Інтернет-видань, які працюють з новинною інформацією. Проте, як видно з наведених прикладів, стереотипність побудови тексту, кліше (как от мет ил, по словам, рассказал сегодня на пресс-конференции, сообщает корреспондент т ощо), одна тема, одна й та ж сама інформація, тобто бартовські «обов'язкові категорії», зовсім не передбачають однакового змісту. Виходячи з цього, по-перше, не можна зводити соціолект до порожньої форми; по-друге, вважати його певною єдністю та не бачити в ньому значущість розпорошеної тонкої, м'якої реалізації триєдності влада-мова-соціум. Поняття соціолекту ближче до мовної гри, яка передбачає парадоксальне добровільне дотримання реципієнтом правил і значну варіативність ходів у межах однієї гри у просторі соціальної комунікації.

Список літератури

1. Витгенштейн Л. Логико-философский трактат.
– <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000272/st000.shtml>
2. Кулявина Е. Язык и власть. – Режим доступу: [http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/9999-0201_West_soc_2002_1\(2\)/18.pdf](http://www.unn.ru/pages/vestniki_journals/9999-0201_West_soc_2002_1(2)/18.pdf),
3. Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Изд. групп. «Прогресс», 1993.
4. Лабашук М. Співвідношення категорій ідіолекту, суржику та полігосії //STUDIA METHODOLOGICA. – Випук 23, Тернопіль. – 2008 рік.

Васина Е.В. Языковая игра в масс-медийном тексте как репрезентант социолекта

В статье поднимается и в общих чертах решается проблема языковой игры в масс-медийном тексте как репрезентанте социолекта.

Ключевые слова: языковая игра, социолект, социальная коммуникация, информация

Vasina O.V. Language game in mass-media text, as a representative of a sociolect

In the article rises and in general features is solved the problem of a language game in mass-media text, as a representative of a sociolect

Key words: language game, sociolect, social communication, information

Пост упила до редакції 12.09.2008 р.