

УДК 811.161.1'37'42:316.774(043.5)

М. С. Корпусова

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова,
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри прикладної лінгвістики

МОВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В СУЧАСНОМУ МАС-МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ: ОСОБЛИВОСТІ СПРИЙНЯТТЯ

У статті досліджено мовні трансформації та особливості їхнього сприйняття реципієнтами в текстах сучасного мас-медійного дискурсу. Висвітлено ефективність функціонування та характер сприйняття лексико-граматичних трансформацій потенційними адресатами медіатекстів, які було встановлено за допомогою експериментальних методів.

Ключові слова: мовна трансформація, модель трансформу, мова ЗМІ, медіатекст, мас-медійний дискурс, потенційний адресат, інтенція, інтерпретація.

Розвиток мови як основного засобу комунікації є неперервним процесом, який залежить від історичних подій, культурної середовища, світосприйняття, психології та соціального розвитку суспільства. Поява нових мовних феноменів пов'язана з перехідністю епох, зі змінами у свідомості людини, що зумовлює зміну парадигм наукового пошуку.

Мова ЗМІ одною з перших відображає зміни в національній мові: «старе породжує нове, а нове утримує все позитивне та життєспроможне, що було в старому. В процесі змін мовні форми та механізми вдосконалюються: розширюється словниковий склад мови, більш тонкі розрізнення змісту набуває фонологічна система, вдосконалюється граматична будова, більш гнучким стає синтаксис. Синхронічні трансформації та модифікації в мовній системі залишаються за межами мови» [1, с. 338].

Дослідження питань трансформації як мовного явища розпочалося в середині ХХ століття. Теоретичні засади вивчення цього процесу в аспекті системно-структурної парадигми мовознавства були закладені Ш. Баллі [2], О. Есперсеном [3], Л. Теньєром [6], Є. Куриловичем [5], які розробили концепцію функціональної транспозиції.

Основні теоретичні принципи теорії трансформації сформульовано в працях З. Херріса, а пізніше їх розвинено в трансформаційно-породжувальній граматиці Н. Хомського. Окремі аспекти проблеми трансформації в лінгвістиці висвітлено в розвідках з граматики (С. К. Шаумян, Р. Б. Ліз, Дж. Лайонз, В. Б. Касевич, Ю. Д. Аפרесян, О. С. Кубрякова, В. Г. Гак, О. І. Смирниць-

кий, В. М. Мігірін, П. А. Соболева, В. В. Бабайцева, М. Ф. Алефіренко, В. М. Немченко, І. С. Торопцев та ін.), семантики та стилістики (О. А. Ковтунова, Т. Б. Радбіль, Н. А. Ніколіна, О. М. Ремчукова, М. Ф. Шацька та ін.), теорії перекладу (Л. С. Бархударов, В. Н. Комісаров, О. Д. Швейцер, Я. Й. Рецкер, Р. К. Міньяр-Белоручев, О. О. Селіванова, О. І. Костикова та ін.).

Метою наукової розвідки було виявлення особливостей сприйняття мовних трансформацій мас-медійного дискурсу як знаків сучасної мови, що відображають філософію, культуру та психологію масової свідомості. Дослідження процесів мовної трансформації в цьому аспекті відповідає сучасним лінгвістичним підходам до вивчення нових мовних явищ у світлі антропоцентричної парадигми.

Важливим є те, наскільки успішно мовна особистість (адресант-журналіст) трансформує узуальне, і те, як інша мовна особистість (адресат-читач/слухач/глядач) володіє правилами декодування чи інтерпретації, бо «без співробітництва комічна комунікація не відбудеться» [4, с. 53]. Відповідно, авторські інтенції не збігаються із інтерпретацією адресата та його сприйняттям трансформу. Слід відмітити, що обидва смислових рівня (узуальний та трансформований) мовного знаку-трансформу повинні сприйматися адресатами медіадискурсу миттєво та без додаткових зусиль, тобто вони мають бути доступними та зрозумілими. Цей фактор є обов'язковою умовою успішності сприйняття мовленневої трансформації. Інакше, якщо перший змістовний план не буде достатньо зрозумілим для масової аудиторії, тоді трансформ не виконає свою основну функцію – привертання уваги, а журналіст не досягне своєї мети: діалог чи гра, на які він розраховує, не відбудеться. Якщо в свідомості реципієнта відбудеться актуалізація обох рівнів трансформу, тоді автор може розраховувати на діалогічну гру зі своїм потенційним адресатом. Важливо дослідити, чи відбувається адекватне сприйняття мовних трансформів, чи співпадають авторські інтенції з інтерпретаціями реципієнтів та чи є трансформи актуальними засобами привертання уваги потенційного адресата сучасного медіадискурсу. Цим була обумовлена **актуальність** нашої наукової розвідки.

Створення сучасних медіатекстів є прагматично скерованою дією, у якій автор тексту виступає в ролі продуцента, а адресат – в ролі реципієнта. Враховуючи те, що мова є системою з набором закріплених узуальних одиниць і моделей їх комбінування, розглядаємо трансформацію в дискурсі сучасних ЗМІ як феномен мовлення, що ґрунтується на узуальних одиницях мови та відбувається за основними мовними моделями.

Пропонуємо таке визначення **мовної трансформації**: це свідомо зміна узуальної (нормативної) мовної одиниці з певною прагматичною метою, заданою автором (наприклад, залучення уваги реципієнта, іронічно-комічний ефект, вираження авторського «я» тощо). Виокремлюємо три складники мовної трансформації: вихідна узуальна форма (трансформоване), модель трансформації, за якою відбувається трансформаційний процес, і результат трансформації

(трансформ). Мовна трансформація є моделлю породження мовної гри, у якій беруть участь автор медіатексту та адресати медіадискурсу та в якій є особливі правила кодування й інтерпретації, що передбачають наявність фонових знань або/та різного роду компетенцій. Результатом процесу трансформації є мовна гра, успіх або неуспіх якої залежить від того, наскільки інтенції автора збіглися із сприйняттям і правильністю інтерпретації реципієнта. Модель створення мовної трансформації, що знаходить свою реалізацію в сучасному мас-медійному дискурсі, подаємо у вигляді формули:

$$MT = TFM \rightarrow MDT \rightarrow TF,$$

де MT – мовна трансформація, TFM – трансформована мовна одиниця, MDT – модель трансформації, TF – трансформ.

Трансформації в дискурсі преси, реклами, PR- та інтернет-текстах представлені на графічному і лексичному рівнях. Графічні трансформації передбачають виділення компонентів лексем за допомогою: заголовних літер (*Украинское образование розКВИТне?* (ЗН, №7, 2014); шрифту (*ОБЪЕКТИВНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ* (GZT, № 26, 2009). фрагментації (*О-ТОПЛЕНИЕ* (ЗН, № 36, 2013); латинської графіки (*НаСЛИСКаЙ удачу* (Інтернет-текст, 2014).

Лексико-семантичні трансформації (наприклад, *Голодильник* (Інтернет-текст, 2013); *Пейс-контроль* (БГ, 2012)) передбачають стилістичне навантаження заголовних комплексів і підпорядковані створенню мовної гри. Основними цілями використання різних моделей графічної та лексико-семантичної моделей трансформації є підтримка діалогу з потенційним реципієнтом, а також залучення його уваги, створення емоційно-експресивного, комічного ефекту, дія на читача за допомогою візуальних прийомів оформлення тексту, а також за допомогою створення полікодовості узуальних одиниць і конструкцій.

Найбільш популярним прикладом структурної трансформації є трансформування прецедентних текстів (наприклад, *Сети все возрасты покорны* (БГ, № 22, 2013), *Пицца высокого полета* (Esquire, октябрь 2013); *Пусто не бывает* (Огонёк, № 44, 2012); *Зачем слону грабли в посудной лавке?* (ЗН, № 16, 2013).

Для встановлення ефективності функціонування та особливостей сприйняття лексико-граматичних трансформацій потенційними адресатами сучасного мас-медійного дискурсу було проведено два експерименти, в яких взяли участь понад 300 осіб різних соціально-вікових груп від 17 до 61 року.

Під час опрацювання отриманих результатів було встановлено, що характер та адекватність сприйняття мовних трансформів залежить від комунікативної компетенції реципієнта, а також його філологічної підготовки. Адресат медіадискурсу без філологічної підготовки переважно не здатний інтерпретувати трансформовану одиницю згідно з авторською творчою інтенцією, оскільки він повинен асоціювати мовні трансформи відразу з декількома змістовими кодами. Адекватність сприйняття трансформів залежить як від психологічних рис адресата, так і від його фонових знань, що являють собою сукупність тих знань, які мають усі представники певного соціокультурного та мовного спів-

товариства.

Результати проведення асоціативної частини експерименту засвідчили, що ідентифікація мовних трансформів поза контекстом медіатексту є дуже складним процесом. Низький відсоток відтворюваності узуального варіанта трансформованого прецедентного тексту може свідчити про падіння культури сучасного суспільства, зокрема молоді. Незнання культурно-значущих одиниць мови, до яких належить прецедентний текст, зумовлює нездатність до ідентифікації їх узуального варіанта.

За даними анкетування використання мовних трансформів у дискурсі сучасних мас-медіа вважають доречним лише 35% інформантів без філологічної підготовки і 44% інформантів із філологічною підготовкою. При цьому до найдоречніших у дискурсі сучасних ЗМІ інформанти уналежнюють трансформовані прецедентні тексти (65%). Серед прикладів графічної трансформації найбільш доречними, на думку інформантів, є приклади моделей графічного слововиокремлення (36%), приклади графогібридизації (33%), а найменш доречними – графічної фрагментації (19%). Приклади лексико-семантичних трансформів вважають прийнятними 27% інформантів.

За результатами проведення другого експерименту було встановлено, що моделі графічної трансформації є неефективним засобом залучення уваги читача, оскільки вони для мас-медійної аудиторії некомічні, неінтригуючі, але креативні. Створені за графічними моделями трансформи виявляють лінгвокреативність журналіста, але не створюють ні іронічно-комічного, ні атрактивного ефекту. Це пов'язано з тим, що графічні трансформи, якими наповнені медіатексти, втратили комічність через досить високу частотність вживання. Використання моделей лексико-семантичної трансформації більшість інформантів оцінили як креативні, швидше інтригуючі та іронічно-комічні. Проте авторам медіатекстів необхідно враховувати, що функціонування лексико-семантичних трансформів буде ефективним лише в дискурсі тих ЗМІ, які розраховані на представників раннього та середнього періоду дорослості. Трансформація прецедентних текстів є такою, що швидше інтригує та є креативною, проте нейтральною щодо вияву іронічно-комічного ефекту.

За допомогою моделей графічної і лексико-семантичної трансформації в сучасному медіатексті відбувається компресія декількох значень. Різні моделі слововиокремлення, фрагментації, графогібридизації, як найпродуктивніших прийомів графічної трансформації, дають журналістам можливість зробити свій текст не лише емоційним, але і полісеміотичним, а також візуально виділити його серед текстового потоку сучасного мас-медійного дискурсу.

Уживання прецедентних текстів у сучасному медіадискурсі виявився найактивнішим експресивно-стилістичним прийомом. Це зумовлено діалогічним характером дискурсу мас-медіа, тексти якого повинні діяти на масову аудиторію. За допомогою трансформованих прецедентних текстів автор отримує можливість вступити зі своїми потенційними реципієнтами в діалог, розраховуючи на

їх знання узуальних варіантів трансформованих одиниць.

Основними функціями трансформації в дискурсі сучасних ЗМІ є атрактивна, іронічно-комічна та лінгвокреативна. Проте не всі моделі мовної трансформації, за якими створюються мовні трансформи, є ефективними. Як показали результати опитування, моделі графічної трансформації – неефективний засіб привертання уваги читача, оскільки вони є для мас-медійної аудиторії несмішними, неінтригуючими, але креативними. Створені за моделями графічної трансформації трансформи виявляють лінгвокреативність журналіста, але не створюють ні іронічно-комічного, ні атрактивного ефекту. Це пов'язано з тим, що графічні трансформації, якими наповнені заголовки медіатекстів, перестали бути смішними, оскільки набули значного поширення і частотність їх вживання із кожним роком зростає. Використання моделей лексико-семантичної трансформації більшість інформантів оцінили як креативні, швидше інтригуючі та іронічно-комічні. Але дуже важливо, щоб при створенні медіатекстів автори-журналісти враховували той факт, що функціонування лексико-семантичних трансформів буде ефективним лише в дискурсі ЗМІ, потенційними адресатами яких є представники раннього та середнього періоду дорослості (від 17 до 40 років). Трансформація прецедентних текстів у сучасному мас-медійному дискурсі така, що швидше інтригує і сприймається як креативна, проте нейтральна з огляду на іронічно-комічний ефект. Таким чином, використання моделей трансформації прецедентних текстів у заголовках сучасних медіатекстів – найбільш виправданий засіб привертання уваги потенційного реципієнта.

Отже, особливості сприйняття мовних трансформів залежать від комунікативної компетенції реципієнта, а також його філологічної підготовки. Не вміючи розпізнати полікодовість трансформу, адресат медіадискурсу без філологічної підготовки та певного знання культурних кодів не здатний інтерпретувати трансформовану одиницю згідно з авторською творчою інтенцією.

Література

1. Алефиренко Н. Ф. Современные проблемы науки о языке: [учебн. пособие] / Н. Ф. Алефиренко. – М. : Флинта : Наука, 2005. – 416 с.
2. Балли Ш. Общая лингвистика и вопросы французского языка / Ш. Балли. – М. : Изд-во иностр. литературы, 1955. – 416 с.
3. Есперсен О. Философия грамматики / Пер. с англ. / О. Есперсен. – М. : Изд-во иностр. литературы, 1958. – 404 с.
4. Ковтунова Е. А. Семантические трансформации в акте коммуникации (на материале современных немецких анекдотов) : дисс. на соискание учен. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.04 «Германские языки» / Е. А. Ковтунова. – СПб. : СПбГУ, 2003. – 207 с.
5. Курилович Е. Очерки по лингвистике : [сб. статей] / Е. Курилович. – М. : Изд-во иностр. литературы, 1962. – 456 с.
6. Теньер Л. Основы структурного синтаксиса / [Пер. с франц.] / Л. Теньер. – М. : Прогресс, 1988. – 656 с.

References

1. Alefirenko N. F. Modern problems of the science of language: [studies. manual] / N. F. Alefirenko. – Moscow: Flint: Science, 2005. – 416 p.
2. Bally S. General linguistics and questions of the French language / S. Bally. – Moscow: Publishing house foreign literature, 1955. – 416 p.
3. Espersen O. Philosophy of grammar / Trans. from English / O. Espersen. – M.: Publishing house foreign literature, 1958. – 404 p.
4. Kovtunova E. A. Semantic transformations in the act of communication (on the material of modern German anecdotes): dissertation PhD filology sciences: «German Languages» / E. A. Kovtunova. – Saint Petersburg, 2003. – 207 p.
5. Kurilovich E. Essays on linguistics: [collection of articles] / E. Kurilovich. – Moscow: Publishing house foreign literature, 1962. – 456 p.
6. Tenier L. Basics of structural syntax / [Trans. from French.] / L. Tenier. – Moscow: Progress, 1988. – 656 p.

Korpusova M. S.

LANGUAGE TRANSFORMATIONS IN MODERN MASS-MEDIA DISCOURSE: FEATURE OF PERCEPTION

The article is dedicate to the language transformations and features of their perception by recipients in texts of the modern mass-media discourse. A chart and formula of vocal transformation process is offered, and also on the basis of the analyzed lexical and grammatical transformations the basic models of transform are selected in mass-media discourse. By experimental methods efficiency of functioning and feature of perception of lexical and grammatical transformations are set by the potential addressees of modern mass-media discourse.

Keywords: *language transformation, model of transforms, language of mass-media, mass-media discourse, potential addressee, intention, interpretation.*