

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ВТОРИННОЇ НОМІНАЦІЇ У МЕДІА ТА ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСАХ

У статті мова йде про медіа та політичний дискурси, їх характеристики та про використання вуалітивних лексичних одиниць у засобах масової інформації, що і є засобами вторинної номінації. Найбільший акцент робиться на таких найвживаніших засобах вторинної номінації як метафора, метонімія, евфемізми, політична коректність, на їх лінгвальній природі та аналізі.

Ключові слова: метонімія, метафора, евфемізми, політична коректність, медіа дискурс, політичний дискурс, вторинна номінація, експресивно-забарвлена лексика.

The article deals with media and political discourses, their characteristics and use of disguising lexical units in mass-media that is means of secondary nomination. The greatest attention is paid to such most used means of secondary nomination as metonymy, metaphor, euphemisms, political correctness, on their lingual nature and analysis.

Key words: metonymy, metaphor, euphemisms, political correctness, media discourse, political discourse, secondary nomination, expressive lexical units.

У час глобальних перетворень у всіх сферах людського життя розвиток мов світу, і англійської мови зокрема, значною мірою зумовлений тим впливом, який на них здійснюють соціально-політичні зміни. Вплив політики та засобів масової інформації на мовну ситуацію в англійськомовних країнах став поштовхом до виникнення лексичних одиниць з яскраво вираженими вуалітивними функціями. Аналіз друкованих англійськомовних джерел, зокрема періодичних газет та журналів, свідчить про посилену увагу громадськості до цього феномену та

про труднощі, які виникають при інтерпретації таких одиниць. Для вирішення подібних проблем слід детально вивчити лінгвальну природу та особливості одиниць вторинної номінації як основних засобів вираження ухильності.

Під мовною номінацією ми розуміємо “закріплення за мовним знаком поняття-сигніфіката, який відображає конкретні ознаки денотата – властивості, якості і відношення, завдяки чому мовні одиниці виражають змістовні елементи вербальної комунікації” [1: 112]. Слово може бути провідником як сигніфікативно-денотативного, так і експресивно-образного змісту. В останньому випадку номінація якісно відмінна від безпосереднього найменування. Таку номінацію називають вторинною. Сутність вторинної номінації полягає в тому, щоби, відбиваючи у свідомості носіїв мови, їх практичний і суспільний досвід, звертати факти позамовної дійсності в мовні значення.

Найбільш яскраво специфіка вторинної номінації розкривається при аналізі різних способів утворення нових слів. Одним із найпоширеніших способів створення будь-якого слова є використання загальноживаних слів у функції термінів. Коли нове явище виявляє щось загальне з тим, що відомо з колишнього досвіду, виділення і закріплення цього загального здійснюється за допомогою мови: нові поняття формуються на базі слів, що мають у тій чи іншій мові. Збагачення знання про світ зручно і природно фіксувати за допомогою уже відомих образів, закріплених у лексичних значеннях (слів). Чим більше в існуючому значенні слова міститься інформації, що збігається з властивостями пізнаваного об’єкта, тим вища ймовірність обрання даного слова для позначення іменованого об’єкта.

Експресивно-забарвлена лексика – це результат вторинної номінації в основному (якщо відволіктись від звукосимволізму і подібних екзотизмів, в тому числі рідкісних слів із втраченою внутрішньою формою). Експресивність мовних елементів – це ознака, властива тією чи іншою мірою кожному стилю (за виключенням офіційно-ділових документів). Але ця ознака виявляється у

кожному із стилів по-різному. Експресивність у стилі мови художньої літератури є провідною ознакою, у газетному – ця ознака факультативна.

Під експресивністю ми розуміємо підсилення виразності інформації, створених шляхом особливого відбору і комбінування мовних засобів. Експресивність – комплексне поняття, яке складається із чотирьох компонентів: підсилення, зображальність, емоційність, образність. Під підсиленням мається на увазі збільшення ступеня інтенсивності дії. Під зображальністю розуміємо характеризуючу і деталізуючу функції експресії. Джерелом зображальності дієслів може бути наявність у їхній семантичній структурі сем, що вказують на те, як проходить дія, чи сем, що деталізують дію. Емоційність відображає різноманітні почуття, що їх переживає людина. У газетному стилі емоційність має оціночний характер. Саме емоційно забарвлені дієслова дозволяють виразити цю оцінність імпліцитно, що відповідає прагматичній настанові газетної комунікації. Образність виражається за допомогою образів [2: 139]. Створення образу у читача проходить через сприйняття. У газетному стилі є переважно дві форми образності: зорова і слухова. До джерел експресії, основою яких є образність можна віднести метафоризацію і метонімізацію. Образність може полягати і у порівнянні і у перифразі та інших стилістичних прийомах. Виявилось, що газетному стилю притаманна образність, яка є в основі метафори і метонімії.

Міркування про те, що мова є не лише механізмом, завдяки якому ми осягаємо дійсність, а й інструментом, за допомогою якого ми створюємо цю дійсність, стають дедалі актуальнішими в наш час. З огляду на це постає питання мови як засобу впливу на свідомість людини з метою корегування її когнітивних процесів. Мова, виступаючи механізмом створення та трансляції ідей, переконань, цінностей, є фундаментом дискурсу [3: 42-43], а дискурс відображає ці ідеї, переконання та цінності.

Дискурс засобів масової інформації є специфічним типом дискурсу, який втілює реальні події та певні проблеми, а також висуває агенту з специфічного погляду. Конструювання моделі референтної ситуації шляхом її репрезентації в

медіа продуктах утворює дискурс з певної соціальної, культурної та політичної проблематики [4: 265]. Культура як один з елементів суспільства і водночас один із тих механізмів, які зумовлюють його існування і подальший розвиток, і суспільство як сукупність індивідів, що його створюють, сьогодні перебувають у тісній залежності і взаємодіють, головним чином, за допомогою засобів масової інформації. Динаміка соціальних процесів об'єктивно зумовлює розширення й удосконалення функцій засобів масової інформації [5: 70].

Питання взаємодії мови та влади знайшло вираження у політичному дискурсі, який протягом останнього часу знаходиться у центрі уваги філософів, політологів, соціологів та лінгвістів. Пояснюється це загальною тенденцією до демократизації усіх сфер життя суспільства, розвитком засобів масової інформації, завдяки яким стало можливим оформлення політичного дискурсу.

Політичний дискурс може бути визначений як сукупність усіх мовленнєвих актів у політичних дискусіях, а також правил публічної політики, які оформилися згідно існуючих традицій та отримали перевірку досвідом. Політичний дискурс реалізується в усній та писемній формах. До усної форми політичного дискурсу можна віднести публічні виступи політиків, їхні виступи на радіо, по телебаченню, інтерв'ю, прес-конференції, парламентські дебати, теле- та радіоновини. До писемної форми політичного дискурсу належать різноманітні документи – договори, протоколи, угоди, рубрики політичних новин у пресі, політичні плакати та листівки.

У Сполучених Штатах внаслідок зростання зв'язку політики та капіталу, проведення масштабних виборчих кампаній, розвитку високих технологій та ЗМІ, нарешті, завдяки особистісним якостям видатних американських президентів був створений сучасний інститут президентства, складовою частиною якого став політичний дискурс. Характерними рисами сучасного американського політичного дискурсу слід вважати його розвиток у тісному зв'язку із ЗМІ, наявність президентської риторики як його складової, його ціннісну орієнтацію, дотримання принципу політичної коректності, посилену увагу до проблеми прав жінок та положення етнічних меншин. Головними

риторичними прийомами залишаються використання методів контрасту, протиставлення, повтору, виділення ключових понять.

Сфера політичних мовних ігор повинна була б бути бідною на метафори, тому що мова публічного політика певним чином складається з комісивних актів (передвиборчих обіцянок та ін.). Але як тільки центр ваги переноситься на емоційний вплив, що в політичному житті (через низьку політичну, економічну та ін. обізнаність електорату) трапляється дуже часто, заборона на метафору знімається. Так, коли в мові ультиматум переходить у загрозу з метою залякати, він може виражатися метафорично. Сфера вираження емоцій та емоційного тиску вносить як у повсякденну, так і в політичну мову елемент артистизму, а разом із ним і метафору [6: 132]. Метафора для більшості людей є засобом поетичної уяви і риторичного розквіту – значення більше незвичайної, ніж звичайної мови. Більше того, метафора, як правило розглядається як характеристика самої мови, радше засобом слів, ніж думки і дії.

Для газетного стилю більш характерні мовні (стерті) метафори. Мовна метафора є оптимальним вирішенням. Вона зрозуміла для всіх і разом з тим виразна: “to boil”, “to denotate”, “to embrace”, “to explode”, “to flare”, “to galvanize”, “to ignite”, “to smile”, “to wigh in” та інші.

У мові газети типовим є вживання “конверсійної метафори”, тобто відіменникове дієслово з переносним значенням: “to bomb”, “to bubble”, “to claw”, “to cloud”, “to comb”, “to cream off”, “to cushion”, “to ferret out”, “to hammer”, “to heap”, “to mushroom”, “to nail down”, “to nose out”, “to pepper”, “to pump”, “to rage”, “to rain down”, “to rocket”, “to saddle”, “to shower”, “to snowball”, “to spark”, “to thread”.

Політична метафора функціонує відповідно до тих самих законів. Зважаючи на її комунікативну мету, політична метафора – мовний вплив з метою формування у реципієнта (зазвичай суспільства) або позитивної, або негативної думки про ту чи іншу політичну одиницю (політику, програму, проект та ін.).

Визначення політичної метафори показує, що вона відіграє важливу роль мовного впливу з метою формування у реципієнта (зазвичай суспільства) або позитивної, або негативної думки про ту чи іншу мовну одиницю (політику, партію, програму, проект та ін.). Дослідження сучасної політичної метафори в англomовному політичному дискурсі є важливим для розуміння процесів, які відбуваються в суспільній свідомості, і виявляє вектор загальних тенденцій у зміні картин світу особистості і соціуму.

Помітним явищем у мові газетно-журнальної публіцистики є використання такого типу вторинної номінації як метонімія, у ролі засобу експресивного виокремлення об'єкта комунікації та 'економної' трохеїчної моделі, що практично звужує багаточленне висловлювання до двочленного.

Метонімія включає велику кількість перенесень широкої різноманітності, відповідно до асоціації у різноманітності стосунків між ними: причини і ефекту (*tongue замість language*), матеріалу і продукту (*copper чи nickel замість small coins; cold steel замість bayonet*), позначеної речі і знаку (*gray hairs замість age; berch замість judge; pulpit замість elergy; cock-crow замість dawn; container замість contained; kettle boils; head замість brains; instrument замість agent; pen замість writer; sword замість soldier; attribute замість subject; youth замість young people; salt і deep замість ocean; author замість his works*, як у виразі “*read Shakespeare*” замість *read the works of Shakespeare* [7: 168-169], *painter замість his pictures: a Matisse – a painting by Matisse*) [8: 153].

Іншими важливими засобами вторинної номінації у медіа- та політичному дискурсах є евфемізми та політична коректність. Евфемізм (від грецьк. “благозвучний”) – це практично слово-заміна, що поширена у мовах. Останнім часом слово утворило похідні: “*Евфемісти* – люди, які помилково вживають слова, що відбивають невідповідні речі, і гадають, ніби, перейменувавши їх, зроблять ці речі приємними” [9]. Ще однією сферою, яка надає перевагу евфемізмам, а не прямій номінації, є реклама. Причина цього очевидна: бажання представити непривабливі речі привабливими. Очевидною є також кінцева мета цих маніпуляцій: переконати людей придбати товар. Прикладом

словесного “покращення” далеко не найкращих товарів може стати реклама будинку типу “*This house is ideal for the DIY enthusiast*”, яка є спробою замаскувати те, що *this house needs a lot of work done to it*. Спроба покращити товар хоча б номінально приводить до того, що, за словами відвідувачів Сполучених Штатів, у США не продаються *small eggs*, оскільки всі вони або *medium*, або *extralarge*, або *jumbo*.

Евфемізми у політичному дискурсі спотворюють інформацію та стають незрозумілими пересічному реципієнтові. Х.Роусон [10: 148] подає цілу низку евфемізмів імпліцитного мовлення політиків: вбивство політичного діяча подається як *executive action*, незгода між опозиційними партіями – як *exchange of views*, расовий апартеїд – як *separate development*, змова з метою скинути іноземний уряд – як *deflation, disinflation, rolling readjustment*, а безробіття як наслідок кризи евфемізується лексемою *underutilization*; хабар у політичних колах номінується одиницями *baksheesh* (запозичення з перської), *contribution, cumshaw, kickback* чи *commission*, а нелегальне присвоєння грошей – лексемою *expropriation*:

“*I am now saying that maybe a contribution was made*” .

(Daily News, 04/05/1987);

“*The report [of the government commission] charged that Bernhard ‘showed himself open to dishonorable requests and offers’. As recently as two years ago, it said, Bernhard asked Lockheed to pay him ‘sales commissions’ of between \$4 million and \$6 million*”.

(Time, 09/06/1976);

“*Are you familiar with the expropriation which occurred in Nyack [N.Y.] on October 20, 1981?*”.

(New York Times, 09/13/1983).

Отже, сьогодні причини появи евфемізмів (як окремих слів, так і евфемічних зворотів) – це етикетні обмеження, усвідомлення того, що про окремі речі “говорити ніяково”, а також міркування політичного або

комерційного характеру, які приводять до спроб маніпулювати свідомістю громадян або покупців.

Історію виникнення терміна “political correctness” (політична коректність) прослідкувати важко. Припускають, що вперше його було вжити в 1987 р. в бестселері Алана Блума “The Closing of the American Mind”. У вузькому розумінні виникнення терміна “політична коректність” пов’язують з протестом проти чоловічої зверхності над жінками, а в широкому змісті політична коректність в мові охоплює делікатні теми вікової та статевої приналежності, соціального та майнового статусу, здоров’я та зовнішнього вигляду, фізичного розвитку, безробіття та ін., що вимагають вживання одиниць вторинної номінації для уникнення образи чи неконкретного ставлення до індивіда чи явища: *optically darker, photonically non-respective* замінює лексему *blind, visually oriented, hearing impaired – deaf, economically unprepared – poor, displaced homeowner – bum, selectively perceptive – insane, self-paced cognitive ability – learning disability, dysfunctional family – broken home* [11]:

“...deaf people are ‘hearing impaired’, the Cerebral Palsy society tells journalist never to use word ‘suffer’ about those with that ‘disease’... ”.

(Economist, 07/28/1990);

“Consider: An elderly woman tries to reunite her dysfunctional family for Christmas”.

(Time, 11/19/2001).

to have a nervous disability – to be mentally ill, differently abled, physically challenged (invalids), lower income brackets – poor, special area – area of high unemployment, special чи approved schools – schools for the backward or troublesome, bachelor girl чи swinging single – spinster, separate development – racial apartheid slums, developing countries – poor countries, sanitation engineer (dustman), podiatrist, chiropodist (corn-cutter):

“In a valiant effort to find a kinder term than the handicapped, the Democratic National Committee has coined differently abled. The committee itself shows signs of being differently abled in the use of English”.

(Los Angeles Times, 04/09/1985);

“The disabled skiers, whom Mr. Kennedy prefers to call ‘physically challenged’, achieve speeds on difficult runs that would be daunting to most competitors”.

(New York Times, 04/20/1985);

*“Academy Award-winning actor immortalized in the role of Ed Norton, the lean, dim-witted “subterranean sanitation engineer” ... on the 1950s television show *The Honeymooners*; in Chester, Connecticut”.*

(Time, 11/17/2003);

В більшості випадків мовці пояснюють вживання одиниць політичної коректності бажанням уникнути будь-якого виду дискримінації (статевої, расової, класової, розумової та ін.): наприклад, представник європеїдної раси з метою уникнення дискримінації темношкірих при вживанні лексеми *white* евфемізується термінами *non African-American*, *non African-Indian*, *European American* чи *Caucasian*, а представники негроїдної раси у США за шкалою “некоректне - коректне” групуються таким чином: *Negro – coloured – black – African American/Afro-American*:

“Black people may be balck but many now prefer ‘African American’ or ‘people of colour’ ...”.

(Daily Telegraph, 02/23/1991).

Проаналізовані засоби вторинної номінації у політичному та медіа дискурсах служать для завуалювання диктуму, приховання політичних помилок, вияву етикету, мовної експресії, прагнення бути політично коректним. Оскільки їх дослідження сприяє правильній інтерпретації та декодуванню інформації дискурсів адресатом, у майбутньому вважаємо доцільним порівняльно дослідити функції засобів вторинної номінації у різних типах дискурсу, а також приділити увагу іншим засобам вторинної номінації у медіа- та політичному дискурсах, що не були розглянені у статті: аббревіації, прецедентним феноменам тощо.

ЛІТЕРАТУРА

1. Колшанский Г. В. Лингво-гносеологические основы языковой номинации. – В кн.: языковая номинация. (Общин вопросы). – М. : Наука, 1977. – С. 99-146.
2. Jespersen O. Expressive Language //Style in Language. – Cambridge, 1960.- P.109-144.
3. Бехта І. А. Дискурс наратора в англomовній прозі. – К.: Грамота, 2004. – 304 с.
4. Sourcebook on combating traffickling in women and children. Prepared by the office of the resident legal adviser U. S. Embassy in Ukraine. – 2000. – Vol I. – 361 p.
5. Мамалига А. І., Пазяк О. М. Дієслівні сталі словосполучення у публіцистиці // Українське мовознавство: Міжвід. наук. зб. – Вип.. 4. – К., 1976. – С. 70-80.
6. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров. Человек – текст – семиосфера – история. – М., 1996. – 168 с.
7. Раєвська Н. М. Лексикологія англ. мови. – 4-е вид., виправл. і доповнене. – К.: Вища школа, 1979. – 303 с.
8. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка. - М.: Дрофа, 1999. – 288 с.
9. Safire W. The upscale euphemism // Moscow News. 1984. – No 4.
10. Rawson H. Dictionary of Euphemisms and Other Doubletalk. (Revised Edition). – N.Y.: Crown Publishers Inc, 1995. – 463 p.
11. PC PRIMER. PC LEXICON. – [Електронний ресурс]: www.personal.umd.umich.edu/~nhughes/htmldocs/pc/html.