

СПЕЦИФІКА МОВИ ІНВЕСТИГАТИВНИХ ТЕКСТІВ У РОЗРІЗІ ЯВИЩА АСОЦІАТИВНОЇ НАОЧНОСТІ КОНВЕРГЕНТНОЇ АПРІОРНОЇ РЕЦЕПЦІЇ

Стєкольщикова В. А.

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена зростанням ролі впливу масмедійної комунікації інвестигатиного характеру на свідомість суспільства і, відповідно, недостатньою вивченістю рівня ефективності металогічних компонентів у мові засобів масової інформації.

Мова засобів масової комунікації загалом і її образно-елокутивна складова частина зокрема є одним із найважливіших суспільних інструментів, що сприяють суттєвому впливу на формування не тільки поглядів, уявлень суспільства, але і норм поведінки його членів, зокрема й мовної поведінки¹. Це могутній чинник впливу на аудиторію та засіб маніпуляції суспільною свідомістю.

Мета дослідження – комплексне вивчення ефективності металогічного потенціалу явища асоціативної наочності інвестигатиного медіатексту як якісної реалізації журналістом образних механізмів із метою підвищення оперативного впливу на свідомість потенційної аудиторії.

Теоретичну основу дослідження становлять:

- вивчення та структуризація елокутивних засобів (О. Галич², С. Клюєв³, В. Святовець⁴);
- функції й особливості металогічності в медіатексті (А. Данілова⁵, Т. Ленкова⁶, З. Смелкова⁷, С. Сметаніна⁸);

¹ Різун В. Маси : Тексти лекцій. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2003. С. 32.

² Галич О. Теорія літератури. Київ : Либідь, 2001. 488 с.

³ Клюєв Е. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция). Москва : ПРИОР, 2001. 272 с.

⁴ Святовець В. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. 178 с.

⁵ Данілова А. Маніпуляція словом в средствах массовой информации. Москва : Добросвет ; Изд-во «КДУ», 2009. 234 с.

⁶ Ленкова Т. Медіатекст в свете текстообразующих стратегий. Москва : Книжный дом; Либроком, 2011. 136 с.

⁷ Смелкова З. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. Москва : Флинта ; Наука, 2006. 319 с.

– аспекти проблеми впливогенності (Є. Ходаківський⁹, В. Різун¹⁰, Л. Шестеркіна¹¹, В. Houston¹², В. Ott¹³);

– концептуальна своєрідність інструментарію та творчої особистості інвестигейторів (О. Глушко¹⁴, А. Константинов¹⁵, Ж. Мурікан¹⁶, О. Тертичний¹⁷, Дж. Віллмен¹⁸).

Ми уважно дослідили природу й особливість застосування метакомпонентів в інвестигативному медіатексті на прикладі регіональних газет Миколаївської області та виокремили п'ять конвергентних явищ, як-от: інфотейнментивна впливогенність, синтаксично-експресивна інтенсифікація, асоціативна наочність, інтертекстуальна екскурсивність і афірмативна інкрустація. Цим явищам притаманний конкретний склад тропів, що найкраще розкривають свою природу у відповідному явищі. Особливу увагу приділяємо в нашому дослідженні явищу асоціативної наочності.

Журналісти під час написання авторських текстів, зокрема інвестигативних, широко застосовують таку властивість людського сприйняття і мислення, як асоціативну образність, яка лежить в основі образної наочності¹⁹. За допомогою асоціації можна яскравіше

⁸ Сметанина С. Медіатекст в системі культури (динамічні процеси в мові і стилі журналістики кінця ХХ століття). Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.

⁹ Ходаківський Є., Богоявленська Ю., Грабар Т. Психологія управління. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 664 с.

¹⁰ Різун В. Маси : Тексти лекцій. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2003. 118 с.

¹¹ Универсальная журналистика / под ред. Л. Шестеркиной. Москва : Аспект-Пресс, 2016. 480 с.

¹² Houston V. The future of investigative journalism. *Daedalus*. 2007. URL: <http://www.amacad.org/publications/daedalus/fall2009/houston.pdf> (дата звернення: 30.10.2020).

¹³ Ott V., Walter C. Intertextuality : Interpretive Practice and Textual Strategy. *Critical Studies in Media Communication*. 2000. № 17 (4). P. 429–446. DOI: 10.1080/15295030009388412.

¹⁴ Глушко О. Журналістське розслідування: історія, теорія, практика. Київ : Арістей, 2008. 144 с.

¹⁵ Журналистское расследование : история метода и современная практика / под ред. А. Константинова. Санкт-Петербург : Нева, 2001. 383 с.

¹⁶ Мурикан Ж. Журналистское расследование. Киев, 2001. 74 с.

¹⁷ Тертичний А. Расследовательская журналистика. Москва : Аспект-Пресс, 2002. 384 с.

¹⁸ Уиллмен Дж. Журналистское расследование. *Журналистские расследования : современные методы и техника*. Москва : Виоланта, 1998. 123 с.

¹⁹ Универсальная журналистика / под ред. Л. Шестеркиной. Москва : Аспект-Пресс, 2016. С. 124.

і точніше висловити власну думку і викликати в читача потрібні уявлення, отже, керувати його думкою.

Асоціація – влучний засіб досягнення ефективності авторського задуму завдяки його текстотворчості²⁰. Якщо вести мову про найбільш загальне і спільне, що об'єднує всі засоби образного вираження, то варто насамперед зазначити деяку суміжність, можливо, навіть паралельність наявних у цій суміжності явищ і предметів, здатних утворити той зв'язок одне з одним, який називають асоціативністю.

Інвестигативна журналістика, звертаючись до художньо-образного вираження, зокрема асоціативно-порівняльних конструкцій, творить нові або переосмислені наявні структури, незмінно збагачує світ уяви, творчий процес, зближує перенесення смислових і емоційних, оцінних і аналітичних відтінків тощо. Асоціативний ряд утворює цілісну систему знаків, здатних відображати властивості, які узагальнюють і генералізують, відновлення в пам'яті образу за законом асоціативної суміжності, уподібнення, контрасту²¹.

1. Металогічний інструментарій алегоричного характеру

Ми звернемося до тих металогічних конструкцій, які ще не стали застиглими фразеологізмами чи штампами і відрізняються експресією й емоційністю в досліджуваному медіатексті. Сенс уживання з маніпулятивною метою й ефективність асоціативних тропів зводяться до підміни раціонального обґрунтування думки ірраціональним, а також аргументом до авторитету, що має формальні ознаки вираження загальновідомого факту чи непорушної істини²².

Розглянемо засоби образного публіцистичного мовлення: метафору, метонімію, синекдоху, уособлення, алегорію, символ, антономазію, порівняння, гіперболу, літоту, асоціонізм, синестезію й омісію, що розкривають багатство його асоціативних відтінків, посилюють і увиразнюють емоційне й оцінне забарвлення, динамізують семантичні поля, акцентують на домінантних ознаках авторського стилю, а також чітко та яскраво доводять впливогенний та думкоформувальний характер авторського тексту.

Метафора (грецьк. «перенесення») – один із найпоширеніших тропів і засобів творення художньо-образної мови; слово, значення якого

²⁰ Ленкова Т. Медіатекст в світле текстоброзрауючих стратегій. Москва : Книжний дом ; Либроком, 2011. С. 67–69.

²¹ Глушко О. Журналістське розслідування : історія, теорія, практика. Київ : Арістей, 2008. С. 57.

²² Клоев Е. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция). Москва : ПРИОР, 2001. С. 109.

переноситься на назву іншого предмета, пов'язаного із предметом, на який звичайно вказує це слово, рисами подібності²³ [1, с. 213].

Наприклад:

Треба, говорили на цій зустрічі семенівці, аби й держава підставила своє плече, подбала про належні соціальні зручності сільчан²⁴.

Ерудити: дороговказ у світ професії²⁵.

Таїна галактичних світил²⁶.

Майстерність метафор є ознакою таланту автора, оскільки вони пов'язані з умінням бути спостережливим і помічати в житті подібність. Саме тому метафорами оперує майже кожен журналіст, миколаївські майстри пера не виняток.

Наприклад:

Енергія успіху²⁷.

Європейські навулачки²⁸.

Між життям і безсмертям мости²⁹.

Вогник надії³⁰.

З надією встановити земельний статус-кво сільській голова днями звернувся до Комітету Верховної Ради з питань аграрної політики і земельних відносин³¹.

Метафоричність неодмінно спрямована на особливе увиразнення художньої чутливості зображуваного об'єкта. Її використовують для того, щоби прикрасити реальність. Тому так активно її використовують у своїй текстотворчості журналісти «Рідного Прибужжя», «Южної Правды», «Вечернего Николаева», «Николаевских новостей», «Родного причала», «Вестника Прибужжя».

Наприклад:

Цей ареол аграрного господарства своєю різноманітністю благородних культур брав у полон членів делегації, які мали змогу у рамках заходу його відвідати³².

Нині шкільний музей є символом села Кобзарці, яке живе у вихорі сьогодення. Тож буде записана ще одна сторінка про життя, яке

²³ Галич О. Теорія літератури. Київ : Либідь, 2001. С. 213.

²⁴ Южная правда. 2017. № 55.

²⁵ Рідне Прибужжя. 2018. № 17.

²⁶ Рідне Прибужжя. 2019. № 12.

²⁷ Рідне Прибужжя. 2020. № 2.

²⁸ Вечерний Николаев. 2015. № 72.

²⁹ Рідне Прибужжя. 2015. № 5.

³⁰ Рідне Прибужжя. 2019. № 11.

³¹ Вечерний Николаев. 2015. № 77.

³² Рідне Прибужжя. 2016. № 19.

згодом стане історією і займе почесне місце в музеї людської пам'яті³³.

Метафора передбачає деяку схожість між властивістю її семантичних референтів, оскільки вона повинна бути зрозумілою, а з іншого боку – несхожість між ними, оскільки метафора покликана створювати деякий новий смисл, тобто володіти сугестивністю³⁴.

Крім того, метафора є одним зі способів вираження оцінки, а нерідко набуває статусу аргументу в суперечці з опонентами або у процесі їх викриття метафора – це «вирок без суду».

Наприклад:

*Кривавий ліміт*³⁵.

*Зупинка смерті*³⁶.

*Гола правда*³⁷.

*Викрутаси легковиків*³⁸.

*П'ять земельних ділянок – одним махом*³⁹.

*Шахрайські тенета для шукачів роботи*⁴⁰.

Метафоричні утворення, імплікативні за своєю суттю, є продуктом емоційно-експресивного переосмислення об'єктів, а також наслідком творчого підходу до мовних одиниць. Метафора, позначаючи щось нове, ще не опрацьоване асоціативною свідомістю людини (тому й незвичне поєднання слів), дає змогу засвоювати, осмислювати, переробляти той минулий досвід, який міститься в пам'яті індивідуума і на підставі якого вона створюється. Тому процеси метафоризації постійні, безперервні. Потреба в метафоричному сприйнятті дійсності закладена в суті людської природи, коли в результаті осмислення людиною власної життєдіяльності, самоаналізу виникає необхідність у вивченні нових понять, явищ, дій, ознак, які краще засвоюються і знаходять практичне застосування в разі активного зіставлення з уже відомими знаннями як у автора, так і в реципієнта⁴¹.

³³ Вечерний Николаев. 2016. № 82.

³⁴ Сметанина С. Медиатекст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2002. С. 87.

³⁵ Родной причал. 2018. № 12.

³⁶ Родной причал. 2019. № 9.

³⁷ Южная правда. 2018. № 65.

³⁸ Родной причал. 2018. № 4.

³⁹ Рідне Прибужжя 2019. № 215.

⁴⁰ Родной причал. 2018. № 6.

⁴¹ Данилова А. Манипуляция словом в средствах массовой информации. Москва : Добросвет ; Изд-во «КДУ», 2009. С. 118.

Наприклад:

Нові крапки над бюджетними «і» розставляють у ці дні профільні комісії облради, готуючись до березневої сесії⁴².

Негативна оцінка під час використання метафори формується завдяки тим несприятливим для об'єкта метафоризації асоціаціям, які супроводжують сприйняття створеного автором образу.

Наприклад:

Відрізана надія; «Сирна війна» без правил⁴³.

Звіряча помста⁴⁴.

У ході зустрічі з губернатором області студенти піднімали питання, що найбільше хвилювали, – працевлаштування, освіта та житло⁴⁵.

Метафора, що задіює передусім механізм асоціативного мислення реципієнта, дає змогу досягти значної економії інтелектуальних зусиль. Вона створює стійкий образ, що виникає у свідомості кожного разу під час появи слова, що асоціюється з ним. Для більшості журналістів і читачів метафора є інструментом поетичної уяви, явищем, властивим високій мові. Як будь-який поетичний образ, метафора спрямовує в необхідний авторові напрям процес її раціонального осмислення реципієнтом.

Метонімія (грецьк. «перейменування») – один із широковживаних тропів, у якому назва явища чи предмета замінюється назвою іншого явища чи предмета, що перебувають у реальному (тісному) зв'язку одне з одним і взаємодії. Це дає змогу виокремити найхарактернішу рису і через неї в яскравій, часто несподіваній формі посутньо передати об'єкт зображення. Оскільки наявні різноманітні міжпредметні зв'язки, то і різновидів метонімії налічується чимало⁴⁶.

Наприклад:

Без професійних кадрів село не має перспективи⁴⁷.

«Насос» для бюджетних коштів⁴⁸.

Вилували в басейні «срібло» й «бронзу»⁴⁹.

На антикорупційні заклики зала аплодувала стоячи⁵⁰.

⁴² Рідне Прибужжя. 2018. № 21.

⁴³ Рідне Прибужжя. 2018. № 17.

⁴⁴ Родной причал. 2018. № 8.

⁴⁵ Южная правда. 2019. № 73.

⁴⁶ Святовец В. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури.

Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. С. 33.

⁴⁷ Вечерний Николаев. 2015. № 72.

⁴⁸ Рідне Прибужжя. 2019. № 11.

⁴⁹ Вечерний Николаев. 2015. № 77.

⁵⁰ Рідне Прибужжя. 2016. № 19.

На відміну від метафори, метонімічне зіставлення предметів відбувається не за ознакою їхньої подібності, а за ознакою їхньої суміжності, тобто належності їх до одного кола явищ, до понять одного порядку, пов'язаних часовими, просторовими, причинно-наслідковими й іншими відношеннями.

Межа між метонімією і синекдохою досить умовна. Тому щодо публіцистики можна вести мову про метонімічний тип образності, що охоплює і синекдоху.

Синекдоха (грецьк. «перейменування») – різновид метонімії, що підсилює яскравість мови й утворюється на основі кількісної заміни понять, які можуть мати різний характер⁵¹.

Наприклад: *А сільчани лише у змозі заробити собі на хліб*⁵².

Синекдоху вважають різновидом кількісної метонімії. Якщо асоціація, зв'язок предметів унаслідок власне метонімічного перенесення здійснюється через співвідношення якісних ознак, то в синекдосі співвідносяться кількісні ознаки.

Наприклад:

*Чи стане зв'язуватися з Ощадбанком людина, чії заощадження в ньому погоріли*⁵³.

*У своєму прагненні до національної повноцінності опозиція засліплена ненавистю, а про українця ніхто не думає*⁵⁴.

*Крім того, потрібно шукати рішення, щоб проблема двомовності не розколювала Україну*⁵⁵.

Синекдоха, або догадка, – це розуміння однієї речі на основі іншої, між якими існує природний і суттєвий зв'язок.

Наприклад:

*Проте наше питання й далі йшло коридорами влади*⁵⁶.

*А риба з душком*⁵⁷.

Персоніфікація (грецьк. «прозопопея», «уособлення», від грецьк. *prosopopeia*, від лат. *persona* – «особа» і *facio* – «роблю») – різновид метафори, що переносить властивості, риси, ознаки живих істот, часто

⁵¹ Святовец В. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. С. 59.

⁵² Южная правда. 2019. № 73.

⁵³ Рідне Прибужжя. 2015. № 5.

⁵⁴ Вечерний Николаев. № 81, 2016.

⁵⁵ Родной причал. 2019. № 7.

⁵⁶ Родной причал. 2019. № 7.

⁵⁷ Рідне Прибужжя. 2015. № 5.

людей, на явища природи, небесні тіла, предмети й абстрактні поняття, що сприяє їхньому оживленню⁵⁸.

Наприклад:

Вона (сесія) й має дати відповідь, яким має бути цьогорічний бюджет, певна річ, з урахуванням «самопочуття» агропромислового комплексу⁵⁹.

Крокуємо краєм жовтогарячого поля. Трудяга «Дон», ні на мить не зупиняючись, продовжує накручувати круги на ниві з озимим ячменем⁶⁰.

Затримано «мобільного» гвалтівника⁶¹.

А на місці колись зелених насаджень красуються рекламні конструкції та безмовно плачуть свіжозрубані пеньки⁶².

Персоніфікація надає опису динамізму, градації, яскравості, тому її так часто використовують у своїх текстах В. Ігнатчук, А. Тюрін, І. Нежигай, Т. Філіппова.

Наприклад:

Тривога стала нашим постійним супутником, більш того – переросла у хронічне захворювання і розростається все більше з кожним днем⁶³.

Амброзія, злісно усміхаючись, семимильними кроками підступає до оселі українців, захоплюючи все більші території, та підкошує здоров'я людей⁶⁴.

Персоніфікацію ще визначають як вид алегорії.

Алегорія – тропонімічний спосіб двопланового художнього зображення. З одного боку, це будь-яке поняття або явище (хитрість, мудрість, благо, природа), з іншого – конкретний предмет, картина життя, що ілюструє абстрактну думку, уточнює її⁶⁵.

Наприклад:

Митингувальники своїми гаслами, не боячись, сіпають тигра за вуса. На яку реакцію влади вони розраховують? Перефразовуючи відоме прислів'я, – надкушувати він не збирається, а от з'їсти <...> (сіпають тигра за вуса – алегорія нехтування безпекою)⁶⁶.

⁵⁸ Святовец В. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. С. 41.

⁵⁹ Рідне Прибужжя. 2018. № 21.

⁶⁰ Рідне Прибужжя. 2018. № 17.

⁶¹ Родной причал. 2018. № 8.

⁶² Южная правда. 2019. № 73.

⁶³ Южная правда. 2019. № 73.

⁶⁴ Рідне Прибужжя. 2015. № 5.

⁶⁵ Галич О. Теорія літератури. Київ : Либідь, 2001. С. 45.

⁶⁶ Вечерний Николаев. 2017. № 93.

Як медіазасіб ефективного асоціативного впливу алегорію майже не досліджували.

Вивчення функцій алегорії періоду трансформації системи суспільного устрою надає широкі можливості для з'ясування впливу цих трансформацій на зміни у способі мислення, на появу нових інтерпретаційних моделей реальності реципієнта⁶⁷.

Наприклад:

Села Баиштанського району дочекались свого часу, і зрештою дивовижна та примхлива пані Веселка осяє і їх небосхил (веселка – алегорія гарного життя, примхлива пані – алегорія долі – В. С.)⁶⁸.

Скільки таких покинутих дітей, скільки таких зозуль, які народжують і підкидають немовлят на виховання чи державі, чи чужим людям, обрікаючи їх часто на безрадісне дитинство і туманне майбутнє⁶⁹.

В основі алегорії – порівняння смислу й образу, що важливо для ефективності медіатексту, що має більший сугестивний характер.

Наприклад:

Відкривати скриньку Пандори минулого – це прерогатива сильних, а він (губернатор) вважав себе сильним (скриньку Пандори – алегорія проблем, страхіть – В. С.)⁷⁰.

Сильна і розсудлива Феміда цього разу трохи схибила. Чого ж ви хочете від жінки? (Феміда – алегорія правосуддя – В. С.)⁷¹.

За допомогою алегорії журналісти пояснюють читачам своє ставлення до тих чи інших явищ життя на прикладах, доступних усім.

У публіцистиці нерідко, зважаючи на цензурні умови, створювалися розгорнуті алегоричні зображення життя, розраховані на асоціативне переосмислення певних реалій і співвіднесення їх з актуальною дійсністю.

Наприклад:

Яким чином миколаївська Феміда розбирається з тими, хто захищає свою родину від ганьби?⁷²

На відміну від алегорії, символ тяжіє до багатозначності, більшої умовності й абстрактності, хоча водночас між ними є й чимало спільного.

⁶⁷ Журналистское расследование: история метода и современная практика / под ред. А. Константинова. Санкт-Петербург : Нева, 2001. С. 241.

⁶⁸ Вечерний Николаев. 2017. № 90.

⁶⁹ Рідне Прибужжя. 2019. № 11.

⁷⁰ Южная правда. 2018. № 50.

⁷¹ Южная правда. 2018. № 52.

⁷² Рідне Прибужжя. 2018. № 17.

Символ (грецьк. – «знак», «натяк») – один із поетичних тропів: умовне означення якогось явища чи поняття іншим на основі подібності з метою стислої і яскравої передачі якоїсь ідеї. За словами Г.В.Ф. Гегеля, символ має завдання викликати в нашій свідомості не тільки уяву про самого себе, тобто про свою зовнішню форму, а водночас і про зміст, його значення⁷³.

Наприклад:

*Сонячні промінчики були його стежками в депутатських починаннях, а чисте небо – поводарем у невтомних пошуках істини (сонячні промінчики – символ світлого та безтурботного сьогодення і майбутнього; чисте небо – символ відсутності перешкод – В. С.)*⁷⁴.

*Люди, які втратили роботу, часто хапаються за найтоншу соломинку, аби знайти способи для існування*⁷⁵.

Оперування символами, створення в тексті системи загадкових образів, які приховують якісь містичні значення, характерні для гострих матеріалів Т. Фабрикової, А. Тюріна, О. Тихончук, О. Оганова.

Символ є процесом активного перетворення внутрішнього на зовнішнє і навпаки, відмінністю внутрішнього і зовнішнього, тому не збігається за своїм значенням із будь-яким тропом.

Наприклад:

*У нашому випадку у багаторічному конфлікті сторонами аж ніяк не «любовного трикутника» є сільська рада, приватні підприємці та районна державна адміністрація*⁷⁶.

Антономазія (грецьк. – «перейменовую», «даю інше наймення») – троп, надання реальним особам, крім власного імені, ще й додаткового (за їхньою провідною рисою), що всім відоме, запозичене за аналогією з фольклору, літератури чи історії⁷⁷.

Наприклад:

*Рабиня Ізаура із Новополтавки*⁷⁸.

*Сучасні пригоди Галахвастова: шість дружин та вісім немовлят*⁷⁹.

Умови поетичності й доречності антономазії – зрозумілість і мовцеві, і слухачеві. Антономазія має легко замінювати конкретним образом складні низки думок. Інакше вона стає пустою похвалюбою, пишномовністю, риторичністю в поганому розумінні слова. Водночас антономазія – один із моментів впливу літературних типів на життя,

⁷³ Галич О. Теорія літератури. Київ : Либідь, 2001. С. 80.

⁷⁴ Южная правда. 2019. № 73.

⁷⁵ Южная правда. 2019. № 73.

⁷⁶ Рідне Прибужжя. 2018. № 21.

⁷⁷ Галич О. Теорія літератури. Київ : Либідь, 2001. С. 61.

⁷⁸ Рідне Прибужжя. 2018. № 17.

⁷⁹ Родной причал. 2018. № 8.

через що історія цього впливу не може обійтися без вказівки на антономазію (Митрофанушка, Простаков, Чацький, Молчалін, Скалозуб, Загорецький, Хлестаков, Чичиков, Печорін та інші – В. С.).

Наприклад: Напевне, магічна дата – століття від великої війни – дала стимул сільському бізнесмену уявити себе Наполеоном та загарбати людські паї⁸⁰.

2. Металогічний інструментарій асоціативного характеру

Дійова перетворювальна сила журналіста, що розслідує, ні в кого не викликає сумніву. Але результативність публікацій виявляється не тільки у сфері негативних явищ і фактів. Розслідування допомагає аудиторії в її виробничих, громадських і особистих справах⁸¹. Залежно від ступеня цієї «участі» формується і ставлення читача до інвестигейтора.

Розслідування подекуди допомагає: ухвалити правильне рішення; зробити важливий крок у суспільно-побутовому житті; переконати кого-небудь у своїй правоті; визнати свою помилку; подолати сумнів, змінити свої погляди. Мова – це той інструмент, що може зрушити з місця будь-яку проблему. А металогічне слово може не лише створити резонанс у свідомості аудиторії, а й закарбуватися на підсвідомості.

Тобто авторитет інвестигейтора як виразника і повноважного представника громадської думки, її переконлива могутність виявляються на боці того, чия поведінка, позиція, судження й оцінки більше відповідають суспільним інтересам, нормам і принципам моралі, загальнолюдським цінностям, об'єктивній логіці життя. У зв'язку із цим дуже гостро постає питання про соціальну відповідальність інвестигейтора⁸².

Журналісти-розслідувачі грають зі словами і у слова в пошуках оригінальних, інноваційних, незвичайних номінацій для осіб і фактів, ламають традиційні моделі словотворення, граматики, знімають табу на сполучуваність слів. Особливої важливості набуває пошук такої металогічної мовної номінації, яка дозволить розіграти ситуацію, специфікувати її, привернути увагу до повідомлення. Ефект раптовості і несподіванки у здійснюваних металогічних мовних відкриттях

⁸⁰ Южная правда. 2019. № 73.

⁸¹ Тертичний А. Расследовательская журналистика. Москва : Аспект-Пресс, 2002. С. 281.

⁸² Ходаківський Є., Богоявленська Ю., Грабар Т. Психологія управління. Київ : Центр учбової літератури, 2011. С. 550.

посилює їхній вплив на адресата, а оцінне, гумористичне, експресивне забарвлення, прагнення до гри роблять їх зрозумілими і доступними⁸³.

Зауважимо, що **порівняння**, яке також діє за законом асоціативності, часто стає предметом теоретичного та періодично практичного дослідження, зокрема і в медіатексті.

Порівняння – троп, у якому завдяки одній ознаці предмета в зіставленнях підсилюється інша. Водночас акцент робиться на якійсь провідній рисі чи ознаці, притаманній тим людям, предметам, які порівнюють⁸⁴.

Наприклад:

*Добрі справи не залишаються непоміченими – вони, як маяки, світять тим, хто чекає допомоги*⁸⁵.

*Ще стародавні говорили, що учень – це не посудина, яку необхідно наповнити, а факел, який необхідно запалити*⁸⁶.

Порівняння не лише збагачує лексику, розширює зміст понять в їхньому новому синтезі, творить художньо-поетичне бачення світу, а й підвищує ефективність журналістського тексту завдяки притаманним йому образним особливостям.

Предикативні порівняння виявляємо в авторських реченнях, де присудки є агентом порівняння.

Наприклад:

*Дії, наче блискавка; Промова, ніби пісня. Але – погано аранжована*⁸⁷.

У наступному прикладі порівняння є на межі між порівнянням та метафорою, коли «порівняльна поведінка» присудка пояснюється розгорнутою метафорою у другій частині безсполучникового складного речення.

Наприклад:

*Що ж стосується власне стану миколаївських доріг, то справа тут ще складніша. Коштів на їх ремонт у бюджеті міста, як завжди, не вистачає. Вони навіть не страшний сон «комунальників», а жахіття, що поглинає всіх причетних*⁸⁸.

⁸³ Уиллмен Дж. Журналистское расследование. *Журналистские расследования : современные методы и техника*. Москва : Виоланта, 1998. С. 65.

⁸⁴ Святовец В. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. С. 103.

⁸⁵ Рідне Прибужжя. 2018. № 17.

⁸⁶ Родной причал. 2018. № 8.

⁸⁷ Южная правда. 2017. № 55.

⁸⁸ Рідне Прибужжя. 2019. № 11.

У сучасному друкованому медіатексті вирізняють поняття порівняння і порівняльної конструкції, яка є однією з компаративних структур.

Наприклад:

*Ніби холодні хвилі розбурханого океану поглинають гарячий від розжарених променів сонця пісок, так політична реклама всмоктується у свідомість аудиторії*⁸⁹.

*Чи складно бути справжньою людиною: мати чуйне серце та робити добрі справи? На перший погляд, здається, що це не важко: як у відомій казці: «Піду і зроблю добре діло». Але для наших можновладців все одно, що відірвати частинку себе*⁹⁰.

Важливою рисою образної мови преси, зокрема вживання в ній порівнянь, є її емоційно-оцінна функція. Комунікативна мета засобів масової інформації як адресанта мовлення – не тільки повідомлення інформації, але і її витлумачення, коментар, через що формується громадська думка⁹¹. Визначальним засобом впливу на реципієнта є оцінка явищ дійсності, яку миколаївські журналісти подають за допомогою своїх влучних порівняльних конструкцій, які ми аналізували у вищезазначених прикладах.

Розглянемо ще два тропи асоціативного впливу – гіперболу та літоту.

Гіпербола (грецьк. – «перебільшення») – троп, у якому ознаки описуваного предмета подають у надмірно перебільшеному вигляді, щоби привернути до них особливу увагу читача⁹².

Наприклад:

*Транспортний колапс паралізував усе місто*⁹³.

Могильне сміття розлетілося на увесь мікрорайон.

*– Дай Бог, аби на старості літ і в моїй хаті був газ, адже чекаємо цього дива майже пів сторіччя; Об'єднана опозиція краде російських пенсіонерів*⁹⁴.

В основі гіперболи – елемент певної абсурдності, різкого протиставлення здоровому глузду або суспільному досвіду. Гіпербола в журналістському тексті завжди привертає до себе увагу, як несподіванка, яка з великою силою руйнує автоматизм читацького сприйняття.

⁸⁹ Вечерний Николаев. 2015. № 77.

⁹⁰ Рідне Прибужжя. № 19, 2016.

⁹¹ Смелкова З. С. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. Москва : Флинта: Наука, 2006. – 319 с.

⁹² Рідне Прибужжя. № 17, 2018.

⁹³ Рідне Прибужжя. № 2, 2020.

⁹⁴ Вечерний Николаев № 72, 2015.

Наприклад:

На останок своєї розповіді про Новоодецину наведемо афористичний вислів французького художника, декоратора Анрі Матісса: «Якщо ви хочете стати живописцем, відріжте собі язика, щоб не говорити і займатися тільки живописом»⁹⁵ (тут маємо не лише емоційно насажене особливе перебільшення, доведене до умовних крайнощів, а водночас і блискучий метафорично-інтарсичний вислів – В. С.).

Мета гіперболи в газетному медіатексті – привернути увагу до того, що автор хоче виділити, похвалити, осудити чи покритикувати. Вона надає вислову заострення, екзальтації, що розгалужується на безліч різноманітних емоційних відтінків.

Наприклад:

Тому організатори акції мають надію, що маленька іскорка добра в серці кожної людини запалить вогонь толерантності в цілого народу⁹⁶.

Гіпербола – результат нібито деякого оп'яніння почуттям, яке заважає бачити речі в їхніх справжніх обсягах. Тому вона рідко, лише у виняткових випадках, трапляється в людей тверезої та спокійної спостережливості.

Наприклад:

Невже нашому селу доведеться чекати ще сотні літ, поки прийде справжній хазяїн на цю землю?⁹⁷

Також гіпербола – надзвичайно дієвий, провідний, образотворчий засіб у створенні типових картин навколишнього життя.

Наприклад:

Кожен дбайливий господар у ці спекотні дні намагається не втратити жодної зернинки хліба. Наш «Вибір» за мотивами «Тараса Бульби» та їхній «Вій» викликали бурю аплодисментів. Адже дуже важливо, щоб кордони не пройшли по серцях наших народів⁹⁸.

Лігота (грецьк. – «простота») – троп, що діаметрально протилежний гіперболі, привертає увагу великим художнім применшенням риси чи значення якихось життєвих випадків, явищ тощо⁹⁹.

Наприклад:

Підсумовуючи наш похід на продуктовий ринок, можемо зазначити: дешевше тільки на власній ділянці. Хатинки місцевої еліти вражають своїм розмахом (ліготна антитеза – В. С.). Невже

⁹⁵ Рідне Прибужжя. 2015. № 5.

⁹⁶ Рідне Прибужжя. 2019. № 12.

⁹⁷ Рідне Прибужжя. 2018. № 17.

⁹⁸ Родной причал. 2018. № 8.

⁹⁹ Святовець В. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. С. 26.

тернівська проблемка зацікавила чиновників, чи огороджувати покійників тепер будуть по Єврокласу¹⁰⁰.

Є випадки, коли «більша величина» заміщується «меншою» або несвідомо, наслідуючи мовленнєву традицію («Зайдіть на хвилинку»), або свідомо, тобто з визначеною фігуративною та вливогенною метою.

Наприклад:

Ці хатинки теж «Серце міста», тільки на його лікування грошей не виділяють¹⁰¹.

Не знаю, чи здійсняться мої здогади, чи буду я точно жити в такому райському куточку або невгамовне веретено долі закине з юрбою самовдоволеної черні у глушину нікчемності, виділить мені чорну квартиру в світі. А на підприємстві вважають, що сільчанам і не потрібний прямий автобусний рейс, адже до головної траси рукою подати¹⁰².

Літоту ще називають оберненою гіперболою, що часто пов'язана зі співчуттям, виявом особливої любові, прихильності чи з бажанням покепкувати, посміятися.

Наприклад:

Жоден корумпований «чинуша» не вартий і сльозини із сирітських очей. І тепер вони по закону отримують клаптики землі, на яких й облаштовують малесенькі сільгоспідприємства¹⁰³.

Асоціонізм (лат. – «з'єдную», «зв'язую» і грецьк. – «ім'я»). Цей термін акцентує на головному у тропі: здатності графічно виділеної семантеми посилено викликати в уяві читача поєднання різних асоціацій, пов'язаних зі значенням мотивувального апелятива, контекстом твору, добою тощо, які лежать в основі формування образу великого філософського узагальнення¹⁰⁴.

У журналістській практиці досить часто трапляються тропи, утворені шляхом переходу загальної назви у власну. Незвичність графічного зображення апелятивної лексики з великої літери посилює чуттєво-образне сприймання медіатексту, спонукає читача до роздумів, пошуків істини.

Наприклад:

Світ Радості, Добра і Краси. Центр Надії і Любові.¹⁰⁵

Ще одним металогічним компонентом асоціативної дії є синестезія.

¹⁰⁰ Родной причал. 2018. № 8.

¹⁰¹ Южная правда. 2019. № 73.

¹⁰² Вечерний Николаев. 2015. № 72.

¹⁰³ Рідне Прибужжя. 2019. № 11.

¹⁰⁴ Галич О. Теорія літератури. Київ : Либідь, 2001. С. 221.

¹⁰⁵ Вечерний Николаев. 2015. № 77.

Синестезія (грецьк. – «одночасне сприйняття») – троп асоціативного типу. Особливість його в тому, що він задіює відразу декілька відчуттів – зір і слух або смак, нюх і дотик, а також інші найрізноманітніші комбінації¹⁰⁶.

Наприклад:

*Присмак ночі. Не сенсація для наших футболістів програги потихому*¹⁰⁷.

Миколаївські автори періодично у своїх текстах використовують синестезію, за допомогою властивої їй асоціативної наочності спрямовують почуття і думки читачів у потрібне авторів русло.

Наприклад:

*Від таких особистостей ніби виривається назовні тепле світло*¹⁰⁸.

Омісія (претеріція) – одна з поетичних фігур психологічного характеру, у якій персонаж або промовець ніби відмовляється говорити на певну тему чи про якусь людину, лише називає цю тему чи людину, вочевидь привертає до неї ще більшу увагу читача¹⁰⁹.

Омісію можна назвати фігурою уникнення. Зважаючи на явний психологізм і тонку художню грацію фігури, її досить часто використовують у публіцистиці.

Наприклад:

*Я вже не кажу про те, що брудну кампанію проти Степанова замовили ті, хто хочуть забрати в обробіток землю, при цьому не гребуючи недозволеними методами. Що приховує шлам? Чому риба загоряє? Що за парканом військової частини?*¹¹⁰.

Омісія позначається застереженням такого типу: «Це не головне, що я маю казати», «Не про те мова (не буду говорити)», «Я вже не говорю про питання (називаючи), бо» тощо.

Наприклад:

Крім того, ми вже не говоримо про злісних неплатників, яких у райцентрі не так вже й мало. І це не якісь малозабезпечені люди, а досить забезпечені, які можуть заплатити за воду; І ми будемо відхаркувати кров'ю те, що підписав політик у 2009 році. Всі ми знаємо хто це. Підписати цей контракт могла тільки хвора на голову людина; Ми вже мовчимо про те, що вони готові сковеркати власну

¹⁰⁶ Галич О. Теорія літератури. Київ : Либідь, 2001. С. 184.

¹⁰⁷ Рідне Прибужжя. 2016. № 19.

¹⁰⁸ Рідне Прибужжя. 2019. № 11.

¹⁰⁹ Святовець В. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. С. 87.

¹¹⁰ Вечерний Николаев. 2017. № 90.

*мову, винищити власний народ лише тільки тому, що він схожий на того, кого вони ненавидять*¹¹¹.

ВИСНОВКИ

Отже, на підставі аналізу образних засобів у публікаціях регіональних видань можемо стверджувати, що асоціативна метамова сприяє виконанню основних завдань, які стоять перед журналістом-інтерпретатором, – створити в реципієнта соціально-психологічну настанову. Кожного разу все завжди відбувається індивідуально, але єдине в одному: завжди образність із підсвідомості згодом переходить у свідомість або починає несвідомо впливати на настрої, емоції, думки, бажання і вчинки реципієнта.

За силою свого впливу на психічну свідомість особистості образні інвестиґативні тексти, зокрема асоціативного типу, мають переважне значення. Вони відіграють головну роль у залученні масової аудиторії, впливають на психіку. На підставі редакційних спостережень, безпосередньої роботи журналістом-розслідувачем та власних наукових досліджень можемо стверджувати, що особливо ефективний вплив засобів образності, коли форма збігається із внутрішніми настановами. Форма утворює інформаційний канал, а емоції наповнюють думкоформу енергією, тому сильне емоційне забарвлення в умовах довіри передається якнайкраще і має потужний впливогенний характер.

АНОТАЦІЯ

Статтю присвячено комплексному аналізу явища асоціативної наочності в інвестиґативних медіатекстах крізь призму металогічного вираження, що сприяє підвищенню ефективності впливу журналістського тексту на аудиторію. Запропоновано дефініцію інтенсифікації елокутивного інструментарію, розглянуто природу функціонування його в інвестиґативному тексті в розрізі метакомунікативного явища, розроблено класифікацію впливогенної фігуративної практики залежно від реалізації мети журналістом та способу активізації уваги реципієнта.

Найбільш актуальним та маловивченим є розгляд метамови як засобу ефективного впливу на реципієнта в інвестиґативній теорії комунікації. Нова організація мовних елементів, нетрадиційні металогічні способи номінації пов'язані з пошуками змістової глибини викладу і з подоланням автоматизму у процесі сприйняття фактів мови.

¹¹¹ Южная правда. 2018. № 50.

Опора на металоґічні компоненти підтримує інтерес до публікації й організовує особливий процес її сприйняття.

Виокремленню і системній характеристиці образних засобів медіатексту сприяло застосування авторського методу метастилістичної комбінаторики, спрямованого на виявлення ефективності образного потенціалу сучасного медіатексту. Методолоґічними процедурами метастилістичної комбінаторики були формально-структурна класифікація тропів, фігур та явищ, семантична і праґматична їх інтерпретація. Окрім того, застосовано логічно-структурний метод, контекстуальний аналіз, елементи компонентного аналізу, прийоми інтертекстуального зіставлення і концептуального аналізу, лінґвістичне моделювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Галич О. Теорія літератури. Київ : Либідь, 2001. 488 с.
2. Глушко О. Журналістське розслідування : історія, теорія, практика. Київ : Арістей, 2008. 144 с.
3. Данилова А. Манипуляція словом в средствах массовой информации. Москва : Добросвет ; Изд-во «КДУ», 2009. 234 с.
4. Журналистское расследование : история метода и современная практика / под ред. А. Константинова. Санкт Петербург : Нева, 2001. 383 с.
5. *Клюев Е. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция). Москва : ПРИОР, 2001. 272 с.*
6. Ленкова Т. Медіатекст в свете текстообразующих стратегий. Москва : Книжный дом ; Либроком, 2011. 136 с.
7. Мурикан Ж. Журналистское расследование. Киев, 2001. 74 с.
8. Різун В. Маси: Тексти лекцій. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2003. 118 с.
9. Святовець В. Словник образотворчих засобів. Тропи та стилістичні фігури. Київ : Ін-т журналістики КНУ ім. Тараса Шевченка, 2003. 178 с.
10. Смелкова З. Риторические основы журналистики. Работа над жанрами газеты. Москва : Флинта ; Наука, 2006. 319 с.
11. *Сметанина С. Медіатекст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века). Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.*
12. Тертичний А. Расследовательская журналистика. Москва : Аспект-Пресс, 2002. 384 с.
13. Уиллмен. Дж. Журналистское расследование. *Журналистские расследования : современные методы и техника.* Москва : Виоланта, 1998. 123 с.

14. Универсальная журналистика / под ред. Л. Шестеркиной. Москва : Аспект-Пресс, 2016. 480 с.

15. Ходаківський Є., Богоявленська Ю., Грабар Т. Психологія управління. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 664 с.

16. Houston, B. (2007). The future of investigative journalism. *Daedalus*. URL: <http://www.amacad.org/publications/daedalus/fall2009/houston.pdf> (дата звернення: 30.10.2020)

17. Ott B., Walter C. Intertextuality : Interpretive Practice and Textual Strategy. *Critical Studies in Media Communication*. 2000. № 17 (4). P. 429–446. DOI: 10.1080/15295030009388412.

18. Вечерний Николаев : городская газета. URL: <http://www.vn.mk.ua/>

19. Рідне Прибужжя : газета. URL: <http://www.rp.mk.ua/>

20. Южная правда : газета. URL: <http://www.up.mk.ua/>

21. Родной причал : газета. URL: <http://rp-mk.com.ua/>

Information about the author:

Stiekolshchykova V. A.,

Candidate of Sciences in Social Communications,

Head of the Department of Journalism

Pylyp Orlyk International Classical University

12, Karla Libknekhta str., Mykolayiv, 54000, Ukraine