

УКРАЇНСЬКОМОВНИЙ ЖІНОЧИЙ ЖУРНАЛ: НОВІТНІЙ ОБ'ЄКТ ЛІНГВОСТИЛІСТИКИ, АКТУАЛЬНІ ПІДХОДИ І ПОНЯТТЯ¹

Увага до мови засобів масової інформації – прикметна риса сучасної дослідницької парадигми лінгвостилістики. У зв'язку з цим набуває розвитку медіастилістика. В Україні поки що небагато робіт, виконаних саме в цьому ключі, з використанням відповідної методології та терміноапарату. Поняття мова медіа, мова мас-медіа, медіадискурс, медіалінгвістика, медіастилістика – терміни-новотвори кінця ХХ – початку ХХІ ст., які засвідчують, з одного боку, входження сучасної української лінгвістики у світовий мовознавчий контекст, а з другого – формування широкого підходу до комунікації у ЗМІ, вивчення медіа як широкого функціонального діапазону технічних і вербальних, кінематичних інструментів формування, поширення, передавання комбінованої інформації у субдискурсах: публіцистично-тенденційному, інформаційно-новинному, аналітичному, розважальному.

Сучасна медіастилістика в Україні – це напрямок, що розвивається на основі попередньої методології нормативно-стилістичного (С.Я. Єрмоленко, О.Д. Пономарів, Н.П. Шумарова, О.А. Сербенська, М.І. Яцимирська, О.А. Стишов, Л.В. Струганець, Б.М. Ажнюк, І. Стецюк, Ю.Єлісовенко та ін.), а також нових – комунікативно-стильового (О.В. Шаповал, Г.Мінчак, М.І. Навальна) та комунікативно-прагматичного (Ф.С. Бацевич, Т.Ю. Ковалевська, Г.О. Денискіна, О.І. Андрейченко, Л.І. Шевченко, І.Я. Завальнюк, С.П. Бибик та ін.) аспектів.

Цілком справедливо М.В. Мамич, авторка нової в цій галузі монографії «Вербальний контент журналу «Жінка» в аспекті лінгвокультурології та медіастилістики» (О., 2015, 529 с.), відзначає: медіастилістика – це напрямок функціональної стилістики в її комунікативному трактуванні, що вивчає закономірності функціонування мови ЗМІ у зв'язку зі змістом, метою та ситуаціями спілкування. Розвиток лінгвостилістичних досліджень саме в цій царині можливий за умови чіткого визначення об'єкта дослідження та модифікованої методології. У рецензованій праці ці моменти постають досить чітко. По-перше, об'єкт дослідження – мова друкованого засобу масової інформації, структурована за рубриками, предметно-тематичними блоками, жанровими різновидами текстів наповнення медіа, які зумовлені ціннісними орієнтирами спільноти в кожній конкретній відрізок часу. По-друге, у центрі виформуваної методології – параметризація вербального контенту друкованого видання, ієрархія лінгвокультурних індикаторів цінностей (етномарковані слова, словосполучення, повторювані (наскрізні) слова, фразеологізми, перифрази, публіцистичні кліше, паремії, прецедентні імена, мовно-естетичні знаки культури, слова – носії історичного досвіду народу, навіть цілі тексти), комунікативних інтенцій визначальних медіажанрів, стилістично-типологічний погляд на медіажанри та медіатексти журналу,

закономірності їх створення та функціонування, зумовлені комплексом екстралінгвальних чинників.

Отже, в аналізованій праці зійшлися лінгвокультурологічний і медіастилістичний аспекти. Насамперед вперше подано лінгвістичне визначення контенту (структуроване за рубриками, тематичними блоками, жанровими різновидами текстів наповнення медіа). По-новому, у світлі сучасних тенденцій, трактовано об'єкт лінгвокультурології – ціннісні орієнтири спільноти, втілені у мовних знаках, мікро– та макротемі, навколо яких формуються інформаційні блоки в тій чи іншій національній мовній практиці. У зв'язку саме з останнім вербальний контент структуровано за стилістично-типологічними складниками, такими як публіцистичний, офіційно-діловий, адресно-довідковий, рекламний, естетичний. Кожний із них визначає структуру монографії, її п'ять розділів. Крім того, увесь вербальний контент препаровано з погляду культури мови видання, її динамічної зміни (рефлексія над нормою ЗМІ). Авторка унаочнила це численними прикладами того, як мовна норма скеровувалася редакторами ЗМІ у напрямку структурного зближення з нормою російської мови і як у 90-х роках відбувалося дистанціювання у слововживанні, граматичному оформленні висловлень у контексті культивування питомих способів комунікації. Цей матеріал узагальнено представлено як культуромовний контент видання.

Монографічна праця М.В. Мамич значно розширює теоретичні аспекти медіастилістики в Україні: актуалізовано визначення комунікативних інтенцій для кожного з проаналізованих медіажанрів (виокремлено близько 40 ключових медіажанрів у кожному контенті), проаналізовано структурно-композиційну, лексико-семантичну динаміку відповідних медіатекстів. Основним висновком роботи є утвердження мультиінтенційності друкованого видання, на матеріалі мови якого вперше в україністиці описано медіажанри «обкладинка», «кулінарний рецепт», «слово редактора», «життєва історія», «хроніка», «гра в шахи», «побутова порада», «порада спеціаліста» та ін., зокрема вперше на матеріалі українськомовної жіночої преси опрацьовано медіажанр «кросворд». Отже, у рецензованій праці міститься великий масив інформації про структуру українськомовного друкованого медіапроекту, його політематизм і етноцентризм, синергетизм жанрово-стильового контенту аналізованого різновиду журнального видання та кореляцію медіажанрів різних контентів у ньому.

Розділ «Естетичний контент українського жіночого журналу» ґрунтується на традиційному підході до художнього тексту – структурованні лексико-семантичних полів, щоправда ключових для аналізованого джерела – ЛСП «жінка», «матір», «дитина», «любов», «краса», «Україна». Новітнім для

¹ Рецензія на монографію М. В. Мамич «Вербальний контент журналу «Жінка» в аспекті лінгвокультурології та медіастилістики»

мовно-естетичного підходу до тексту стало виокремлення підконтенту «огляд моди» з його мотиваційним та маніпулятивним наповненням. А також підконтенту «мистецький огляд» з репрезентативно-оцінною інтенцією його медіатекстів.

Робота М.В. Мамич ґрунтується на тому, що сучасна лінгвістика розвивається в тісній взаємодії з іншими галузями гуманітаристики. Одна з них – журналістика. Центром спільного зацікавлення є тексти як репрезентанти різних соціокультурних сфер життя мови, диференційованих за гендерними, освітніми, віковими, професійно-рольовими,

етнічними, національними, релігійними тощо чинниками. Кожна із них – своєрідна історично змінювана мікросистема, одним із феноменів якої є жіночий журнал в Україні.

Нове монографічне дослідження мови українських мас-медіа має широкі перспективи, пов'язані з розвитком медіастилістики, вивченням медіатекстів, що вже стали історією літературно-мовного процесу, а також репрезентують його динамічне сьогодення, засвідчують перетин лінгвогендерних, лінгвосинергетичних, психолінгвальних, соціолінгвістичних та інших міждисциплінарних підходів до мови ЗМІ.