

LANGUAGE AND COMMUNICATION MEDIA

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-311-8-46>

ERATIZATION AS A NEW PHENOMENON OF MEDIA BROADCASTING

ЕРАТИЗАЦІЯ ЯК НОВЕ ЯВИЩЕ МЕДІАМОВЛЕННЯ

Karlovas O. A.

*Senior Lecturer at the Department
of Ukrainian Philology and Journalism
Volodymyr Dahl East Ukrainian
National University
Kyiv, Ukraine*

Карловас О. А.

*старший викладач кафедри
української філології
та журналістики
Східноукраїнський національний
університет імені Володимира Даля
м. Київ, Україна*

Зростання ролі інформації в житті соціуму дозволяє говорити про можливість виокремлення засобів масової комунікації в особливу сферу соціального життя, діяльність у межах якої міцно переплетена з духовним виробництвом і формуванням суспільної свідомості [1, с. 6], що у свою чергу активно позначається на системі засобів масової інформації, на її мовному оформленні.

Мова засобів масової комунікації є каталізатором змін на різних рівнях мови. Г. Черемхівка визначає, що «розширення та ускладнення функційного апарату ЗМІ (функція розважальна, соціально-креативна, естетична, оцінна тощо); посилення функції впливу ЗМІ (і зміни її змістового наповнення, відхід від агітації та пропаганди); активна дія емотивної, експресивної, апелятивної, фатичної, комунікативної мовної функції; лексико-семантичні, синтаксичні, фразеологічні інновації; зміни в образі автора (лінгвістична креативність, перевага особистісного початку) й активна позиція користувача ЗМІ; розширення інформаційних каналів (поширення мережних текстів); загальні тенденції розважальності, гламуризації, відеотизації, жаргонізації, розмовності, епатажності зумовили певні зрушення у стилістичному фонді мови сучасної масової комунікації [9, с. 54–55].

У сучасних медіатекстах, на думку Т. Коваль, переважає експресія, семантичні й стилістичні контрасти спричиняються до того, що масове

мовлення набуває метафоричності, образності, експресивності, соціальної оцінності; поглиблюється тенденція до масового поглинання, асиміляції чужорідних елементів, пошуку нових експресивних виражальних засобів [5, с. 14].

Медіамовлення, зазначає С. Чемеркін, перебуваючи під тиском розмовної мови, набуло ознак розмовності, сучасні електронні видання послуговуються лексико-стилістичними одиницями з виразною стилістичною маркованістю розмовного стилю, часто автори публікацій використовують некодифіковані мовні засоби [8, с. 37].

Активізація масової Інтернет-комунікації спричинила появу на початку 2000-х так званої «албанської мови» («мова падонкафф», «олбанська», «бабруйська», «бовванська»), яка виникла на основі явища «падонки» (покидьки) – молодіжного субкультурного феномену, спільноти, представленої в мережі Інтернет, яка вибудувала свою контркультуру та «... має такі ознаки: спирається на анонімність і новий рівень свободи, який надає людині електронна мережа; передбачає наявність в учасників руху креативного мислення та розкріпачення від стандартів; має негативний погляд на світ, іронічне ставлення до нього; основний вияв існування – мовна поведінка; підлітковий максималізм» [4, с. 188]. Мовна поведінка передбачає ефект гри за своїми правилами, оскільки відсутність правил або їх навмисне ігнорування так само є правилами цієї гри; історичні та морфологічні принципи правопису «падонки» осучаснюються на фонетичних засадах [4, с. 188]. «Албанська мова» передбачає свідоме, зумисне перекручення чи ігнорування орфоепічних, орфографічних, фонетичних норм літературної мови, сутність цього явища не лише в ігноруванні правопису, а й у придумуванні нових слів та виразів, комічному перекрученні лексики відповідно до нових правил [4, с. 6]. Така мова вживається задля демонстрування лінгвокреативності, оригінальності, епатажності, сприяння «невимушеності» спілкування, нашарування іронічних, комічних, глузливих, саркастичних конотацій на семантику деформованого слова чи групи слів, привернення уваги адресата до повідомлення. Наприклад: *Танок на граблях відбувається чьотєнько та як понотах; Прївед савєт v 2.0; Більше ніколи русня не буде почуватися тут на расслабоне; Так, ну шо тут. Представляю вашій увазі аптечку тактичну, видану свіжжм мобілізякам осьвооо пару днів тому; Настав час звіту та клянчінга; Нафтогаз жжжОт)))*; *Сунак у Мюнхені все жє таки няшний, красунчик, краиш); От послухайте друзі та друзіхі...; Красіївооооєєє...; Ідея стрьомна, але я готовий; Та я чув, що вони*

вже всі абрамси та леопарди перестріляли отими пвошками, що на маскві понавиставляли!))).

На позначення основної мовної одиниці цієї «мови» вживається термін «ератив», якій увів у науковий обіг Г. Гусейнов. Процес деформування фонетичної, граматичної, лексичної чи синтаксичної оболонки повідомлення номінується ератографією [2]. Процес утворення еративів, на думку Ю. Уткіна, є не лише фонетичною чи іншою (лексичною, орфоепічною, орфографічною, морфологічною тощо) зумисною помилкою, а й варіюванням графічного відображення фонетичної форми слова. Еративом може стати будь-яке слово, незалежно від його семантики чи морфемної структури, кількість цих одиниць потенційно необмежене [7, с. 204].

Порівнюючи явище ератографії (в англomовній лінгвістиці – какографія) з мовною грою, деякі науковці вказують на їх певну зовнішню тотожність. Проте, на відміну від мовної гри, ератографії властивий такий набір диференційних ознак, як системність, деякою мірою декларативність викривлення норми (тобто поява норми в «антинормі»), очікуваність, висока частотність, значна комунікативна валентність (масове вживання еративів).

Можна констатувати, що новий віртуальний комунікативний жанр дедалі більше набирає популярності, оскільки описане мовне явище сьогодні функціонує не лише в Інтернет-комунікації, а «вже давно залишило межі окремих спілнот та мережі й використовується всюди, перетворившись на лінгвістичний шик, модні слова» [6, с. 27].

Мовний феномен «ератографія» активно застосовується в сучасних медіатекстах як стилістичний засіб з певним набором функцій, хоча вчені поки не визначилися зі стилістичним статусом цих одиниць. Наприклад, Л. Дротянко висловлює негативне ставлення до цього мовного феномена, називаючи навмисне викривлення форми слова вульгаризацією мовлення, убачає в поширенні ератографії процес збіднення мови, романтизацію стилістичної неграмотності масового адресата [3, с. 8].

Сучасні медіатексти характеризуються тенденцією до активізації мовностилістичних засобів, графічних модифікацій слова, оскільки пошук оригінальних, інноваційних номінацій для осіб, фактів, подій спонукає їх авторів ламати узвичаєні моделі словотворення, граматики, знімаючи табу на сполучуваність слів. Тому стилістичний корпус виразально-зображальних засобів є відкритою, динамічною, пластичною системою, яка активно реагує на мовні та позамовні впливи.

Література:

1. Артамонова І. М. Інтернет-журналістика в Україні: еволюція, соціоінформаційний контекст, системні характеристики : автореф. дис. ... д-ра наук із соціальних комунікацій : 27.00.01. К., 2009. 14 с.
2. Гусейнов Г. Ч. Берлога веблога. Введение в эрратическую семантику. URL: http://speakrus.ru/gg/microprosa_erratica-1.htm (дата звернення: 29.03.2023).
3. Дротянко Л. Г. Трансформація комунікативної функції мови в добу інформатизації. *Вісник Нац. авіаційного ун-ту. Серія : «Філософія. Культурологія»*. К., 2012. № 2. С. 5–9.
4. Журналістика: [словник-довідник] / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. К. : Академвидав, 2013. 320 с.
5. Коваль Т. Л. Мовні процеси в сучасному медіатексті: аспекти газетного дискурсу. *Стиль і текст* : [наук. зб.]. К. : Ін-т журналістики КНУ ім. Т. Г. Шевченка, 2009. Вип. 10. С. 13–17.
6. Савенкова Е. В. По ту сторону речи и письма: коммуникативные практики интернет-сообществ. *Международ. журнал исследования культуры*. 2012. № 3. С. 24–34.
7. Уткин Ю. В. Об эрратографии как орфографическом стилевом средстве. *Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук*. 2009. № 2. С. 203–205.
8. Чемеркін С. Г. Трансформації розмовного стилю в Інтернет-комунікації. *Мовознавство*. 2007. № 4. С. 36–43.
9. Черемхівка Г. Є. Тропи і фігури у медіатекстах початку ХХІ ст. : дис. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01. Кривий Ріг, 2015. 213 с.