

ОСОБЕННОСТИ ИДИОСТИЛЯ МЕДИАРИТОРА

В. В. Украинец

ukrainetsveronika@gmail.com;

*Научный руководитель — В. В. Сергеева, кандидат филологических наук,
доцент*

В настоящей статье на материале телевизионной программы *The Daily Show* (TDS), где ключевым ритором выступает Тревор Ноа, рассматриваются особенности индивидуального стиля медиаритора. Особое внимание уделено таким направлениям декодификации медиариторики, как комизация, стигматизация, инвективизация и др. Выделены основные черты, характерные для образа американского ритора в современной медиакоммуникации: упрощение речи, использование стилистически сниженной лексики, простонародных выражений и др.

Ключевые слова: медиариторика; идиостиль; медиафрейминг; комизация; стигматизация; фамильяризация.

«Кто владеет информацией – тот владеет миром», афоризм, произнесенный Натаном Майером Ротшильдом, который указывает на значимость сведений, а, следовательно, медиариторики как основного их поставщика в мировом сообществе. В фокусе нашего внимания стоит вопрос об определении индивидуального стиля образа медиаритора, персональных средств воздействия на аудиторию. Цель работы – выявить тенденции, присущие публичным высказывателям, изучить направления развития современного медиалекта. Материалом для исследования послужила американская телевизионная программа *The Daily Show* (TDS) с сатирическими новостями. Ключевым ритором в программе выступает Тревор Ноа. Анализ речи данного медиаритора представляет особый интерес для лингвистов, так как Тревор Ноа говорит на нескольких языках, включая коса, зулу и африкаанс. Для того чтобы исследование показывало общие черты присущие образу медиаритора, а не ограничивалось конкретной личностью Тревора, был также проведен анализ речи Майкла Коста, американского стендап-комика.

Ученые дают разные определения понятию "идиостиль". Этот термин находится в стадии научного становления. По словам В. Иванова, XX в. характеризуется развитием «семиотических игр», в результате чего у одной творческой личности появляется несколько языков [1, с. 2]. Под термином «семиотические игры» следует понимать языковую игру как акт коммуникации, в котором соотносятся семиотические категории семантики, синтактики и прагматики с металингвистической функцией, которая

предполагает создание новых языковых форм при помощи манипулирования языковыми единицами разного уровня и необычного использования возможностей и особенностей языковой системы [2, с. 1–2].

В исследуемом материале был найден пример использования языковой игры в комической сценке, где аналогия проводилась между двумя понятиями: «пчелиной маткой» (в англ. *queenbee*, что дословно переводится как «королева пчел») и «королевой», подразумевая Елизавету II.

– *Hello, everyone! Hello! I'm afraid I have some difficult news. Uh, the Queen is dead. Yeah. N-no! No, no! No, not your. Not your Queen! Not your Queen! The Queen. Not your Queen. Calm down, everyone.* – ‘Всем привет! Привет! Боюсь, у меня для вас неприятные новости. Э-э, королева мертва. Да. Н-нет! Нет, нет! Нет, не ваша. Не ваша королева! Не ваша королева! Королева Великобритании. Успокойтесь все’.

Другое мнение по данному вопросу имеет С. И. Гинидин, который считает, что за широким «диапазоном речевых перевоплощений» творческой индивидуальности (идиолектной личности) всегда можно увидеть «структурообразующий стержень творчества» [1, с. 2].

Главным элементом развития медиакommunikации на современном этапе является ее эстетизация, реализуемая в технологии медиафрейминга, которая подразумевает «внедрение презентуемого явления (субъекта или объекта политики) в мотивированно конструируемый контекст – фрейм – с «правильными» эффектами восприятия, задающими должные качества [3, с. 103].

Явление эстетизации языка в медиасреде неразрывно связано с декодификацией коммуникации. Сегодня активно используются следующие направления декодификации медиариторики: комизация, стигматизация, инвективизация, фамильяризация, метафоризация, эвфемизация и дисфемизация, использование аллюзий. Эти направления выступили главными критериями при анализе речи медиаритора.

Наиболее употребительным явлением, по результатам исследования, оказалась фамильяризация, которая подразумевает вкрапления элементов просторечия в виде восклицаний или комментариев бытового уровня, типичных в бытовом межличностном общении давно и хорошо знакомых людей [4, с. 189].

– *Which means, technically, for a while, that casket was the ruler of England. Yeah. I read that on Wikipedia.* – ‘Что означает, технически, что в течение какого-то времени этот гроб был правителем Англии. Да. Я прочел это в Википедии’.

Крайней степенью декодификации медиариторики является ее инвективизация – экспансия в медиасреду выражений откровенно оскорбительного, уничижительного свойства, вплоть до бранной лексики и нецензурных ругательств [4, с.188]:

– *And Buckingham Palace has politely asked them to cut that shit out.* – ‘И Букингемский дворец вежливо попросил их прекратить этот сумасброд’.

Довольно часто можно встретить стигматизацию:

– *Because the British love doing shit all dignified* – Потому что британцы любят делать все торжественно.

Успехом у аудитории пользуется аллюзия:

– *It'll be like "hot, extremely hot, dangerously hot. And then Idris Elba. And if it's Idris Elba, stay indoors. Stay indoors and check on your grandmother"*. – ‘Будет что-то вроде “жарко, чрезвычайно жарко, экстремальная жара. А потом Идрис Эльба (актер). И если это Идрис Эльба, оставайтесь дома. Оставайтесь дома и следите за своими бабушками”’.

Эвфемизация заключается в нейтрализации негатива в речи посредством замены слишком прямолинейных, нетактичных и часто грубых выражений на стилистически нейтральные. Дисфемизация – процесс противоположный эвфемизации [4, с.190]:

But while some people and bees are mourning Her Majesty's passing, many other people are having a slightly different reaction. – ‘Но в то время, как некоторые люди и пчелы оплакивают смерть ее величества, у многих других реакция несколько иная’.

– *"You can't blame her for the atrocities that the British Empire committed"*. – ‘Ты не можешь винить ее за зверства, совершенные Британской империей’.

Все чаще можно встретить использование стилистического приема метафоры в речи медиаторов:

– *I'm talking streets filled with giant British flags...* – ‘Я говорю про улицы, наполненные огромными британскими флагами...’.

Невозможно обойти стороной комизацию медиариторики, которая воплощается в активном проникновении в язык СМИ комических форм во всем диапазоне степеней сложности и меры заключенного в них критцизма (шуток, иронии, остроты, сарказма, сатиры) [4, с.185].

В ходе исследования был также проведен анализ комического в речи медиаритора с целью выявить основные тенденции в сфере юмора, по результатам которого, сатира выступила ключевым средством создания комедии, к которой прибегал Тревор Ноа в 50% случаев, а Майкл Коста – в 57,1%. На втором месте по частоте использования оказалась острота, которую Тревор употребил в речи в 25% случаев. Менее продуктивным приемом выражения комического является ирония, произнесенная в 12,5%

случаев. На четвертом месте, занимая 8,3% в речи риторы, оказалась обычная шутка. Самым непродуктивным способом создания комического выступил сарказм, употребленный в 4,2% случаев. Было отмечено, что юмористический эффект создавался с преимущественным использованием риторического вопроса, аллюзии, инвективизации, дисфемизации и преувеличения. В результате работы была замечена склонность к обличению пороков людей, общественного строя и др. [5]. Выбор в сфере юмора чаще всего падает на сатиру, которая является «жестче», а следственно, и эффективнее при воздействии на адресата [6]. Данный факт указывает на то, что преследуются цели оказания влияния на общество в целом.

Учитывая все вышеизложенное, можно выделить основные черты, характерные для образа американского риторы в современной медиакommunikации: упрощение речи, использование стилистически сниженной лексики и простонародных выражений, умышленное скрывание нежелательного контекста словами с позитивной оценкой и, наоборот, преувеличение значимости событий за счет использования эмоционально-окрашенных негативных лексем. Все эти черты объясняются стремлением медийной личности к эмпатии и признанию публики, благодаря которым пробуждается неосознанная близость к ритору, что, в свою очередь, вызывает доверие к вещаемой информации. Стоит также подчеркнуть положительное влияние данных черт идиостиля современного риторы. Посредством специфической передачи информации, а именно через комическую интерпретацию, достигается снижение уровня стресса у зрителей, а, следовательно, уменьшается социальное напряжение во всем мировом сообществе.

Библиографические ссылки

1. *Ашимова А.Ф.* Идиостиль как проявление языковой личности автора на примере романа «Доктор Живаго». М., 2013.
2. *Александрова Е.М.* Языковая игра как семиотическая система. М., 2014.
3. *Уланович О.И.* Дидактический потенциал коммуникативной технологии медиафрейминга в формировании медийной и риторической грамотности студентов. М., 2021. С.103.
4. *Уланович О.И.* Направления декодификации современной медиариторики // Сборник статей по материалам II Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием). Пенза Изд-во ПГУ 2021, под редакцией Л.Р. Фионовой, О.И. Семянковой. С.185–190.