

## Ідіостиль в медіадискурсі: до проблеми дефініції

Н. М. Прокопенко\*, О. М. Євтушенко, Т. В. Ковальова

Сумський державний університет, м. Суми, Україна  
\*Corresponding author. E-mail: prokoprnko3377@gmail.com

Paper received 08.02.19; Accepted for publication 16.12.19.

<https://doi.org/10.31174/SEND-HS2019-192VII32-16>

**Анотація.** Невпинне зростання ролі ЗМІ в комунікативній практиці зумовлює необхідність вивчення способів і прийомів стилізації газетного дискурсу в аспекті формування ідіостилу. Для з'ясування ролі стилістичного потенціалу мовних та позамовних ресурсів, способів їх використання та взаємодії в медіатекстах у формуванні ідіостилу як цілого видання, так і окремих авторів зокрема дана власна інтерпретація поняття *ідіостиль журналіста* та *ідіостиль друкованого видання*; встановлено зв'язок між ідіостилем журналіста та ідіостилем газети.

**Ключові слова:** дискурс, діалогічне мовлення, ідіостиль, текст, фігура мови.

**Вступ.** При розгляді питання стильового статусу мови масової комунікації, яка позначена стилістичною неоднорідністю, розмитістю стильових меж, неодмінно постає питання про ідіостиль як найхарактернішу ознаку журналістської майстерності. Підвищена увага до цієї проблематики, що посідає особливе місце в галузі мови преси, цілком закономірна, оскільки саме газетні тексти є зразком влучного використання основних стилістичних прийомів і мовних засобів різних рівнів, що і є іміджотворювальним чинником та причиною популярності того чи того медіаресурсу. Тому актуальність нашого дослідження і визначається пошуком основних параметрів медіатексту, що сприяють виробленню ідіостилу як окремого журналіста, так і медіа в цілому.

**Короткий огляд публікацій по темі.** Визначаючи сутність поняття «стиль», що, безперечно, є основою досліджуваного нами явища «ідіостиль», урахувавши різні думки мовознавців, варто зазначити, що на сьогодні єдиною визнаною дефініцією цього феномену не існує. Це пояснюємо тим, що термін «стиль» номінує різні об'єкти дослідження: особливості мовлення в різних ситуаціях, його оформлення вербальними та невербальними засобами, адекватну інтерпретацію письмового викладення, індивідуальну манеру автора, експресивність мовлення тощо. Тобто формулювання поняття «стиль» цілком мотивується тими чинниками, що закладені в основу його визначення.

Поняття стилю цікавило таких мовознавців як О. Ахманова, В. Виноградов, В. Одінцов, Ш. Баллі та ін. [1; 2; 5; 9]. Аналіз їх праць наштовкує на таке узагальнення: «стиль» нерозривно пов'язаний із індивідуальною манерою, особливим світосприйняттям, умілим добром мовних засобів, їх упорядкуванням та інтерпретацією. Це і дає нам підстави стверджувати, що «індивідуальний стиль» – явище синергетичне, людиноцентричне, глибоко особистісне і, що важливо для нас, інтерактивне.

Журналістикознавчі дослідження мовної своєрідності газетного видання представлені працями М. Бондар, Д. Георгієва, Т. Глушкової, В. Іванова, А. Капелюшного, І. Лисакової, А. Мамалиги, О. Пономарева, В. Різуна, К. Серажим, О. Сербенської, А. Сичова, Г. Солганика, В. Шкляра, Н. Шумарової та ін. Нами робилися спроби дослідити цей феномен як мовностилістичне явище [10]. Висновки, спостереження ми використали для досягнення

поставленої мети, а саме: за результатами аналізу теоретичних джерел та дослідження текстів всеукраїнської щоденної газети «День» розкрити сутність понять *ідіостиль журналіста* та *ідіостиль друкованого видання*. Для цього необхідно з'ясувати основні підходи до вивчення ідіостилу, дослідити мовностилістичні, структурно-організаційні та прикладні аспекти, що визначають як індивідуальну творчу манеру журналіста, так і ідіостиль друкованого видання.

**Матеріали і методи.** Основними методами дослідження стали *описовий*, який дав можливість з'ясувати стилістичні особливості медіатекстів друкованого видання; *дискурс-аналіз* як сукупність взаємопов'язаних підходів до вивчення газетного дискурсу, які передбачають використання системи принципів і методів дослідження, а саме: *лінгвістичного аналізу* (лексичного, семантичного, синтаксичного); *прагматичного аналізу* мовленнєвих та комунікаційних актів; елементів *риторичного аналізу* для з'ясування ефекту впливу на читача; *стилістичного аналізу*; елементів *аналізу жанрової специфіки структур дискурсу*. Для проведення дослідження ми керувалися такими критеріями відбору емпіричного матеріалу: 1) на етапі добору використано *метод ідентифікації* мовного матеріалу газети «День» для з'ясування його стилістичної ролі; 2) опрацьовано більше 400 примірників газети (236 джерел друкованого видання, інші – інтернет-версії) за 2017-2018 роки; автори відібраних текстів визнані в українському журналістському середовищі, про що свідчать: а) кількість їх публікацій у друкованому виданні; б) кількість схвальних відгуків та рецензій в інтернет-версії газети; в) тексти відповідають загальній ідеологічній концепції видання; 3) *методом суцільного вибирання* вивчено тексти газетного дискурсу, які: а) концентровано демонструють ознаки ідіостилу; б) характеризуються контекстуальністю, змістовою, комунікативною і структурною цілісністю, тематичною визначеністю, завершеністю, семантичною самодостатністю, модальністю й особливою прагматичною функційністю.

**Результати та їх обговорення.** Поняття «індивідуальний стиль», «ідіостиль», «ідіолект», «стильова манера» тощо пов'язані з питаннями індивідуальної мовної творчості. Однозначної думки щодо спільності чи відмінності цих понять у мовознавстві немає. Цікавою з цього погляду є робота О. Линтвар, яка на основі аналізу праць Н. Болотнової, І. Тарасової,

В. Самохіної, О. Селіванової, Р. Фаулера та інших дослідників робить висновок, що «ідіостиль – це складна багатогранна система, яка є не просто системою засобів, якими користується автор для вираження своїх ідей, а способом відображення реальності такою, як її бачить автор, ідіолект – це сукупність текстів, створених в певній хронологічній послідовності у відповідності до єдиної системи метатропів. Ідіостиль – поняття значно ширше, ніж ідіолект, який є лише його основним компонентом» [8, с. 8].

Оскільки охопити весь спектр вивчення проблеми ідіостилю у форматі такої роботи неможливо, цілком погоджуючись із запропонованою О. Линтвар класифікацією напрямів дослідження цього явища [8, с. 3-4], ми сконцентруємо увагу на індивідуальному стилі як на сукупності мовно-виражальних засобів, що виконують естетичну функцію та вирізняють мову окремого автора з-поміж інших, як на феномені, що уособлює єдність змістових і формальних лінгвальних характеристик, притаманних творам певного автора, яка створює унікальний авторський спосіб мовної реалізації [4].

Поняття ідіостилю пов'язують із певним відбором мовних засобів (слів) і способами їх комбінування, взаємодії. Науковець Х. Дідух наголошує, що «хоча не існує яких-небудь унікальних способів репрезентації особистісних змістів, легко виявити переважне їх використання... Характеризуючи поняття ідіостилю, важливо також зазначити, що у творчості певного автора виділяються твори або тексти, між якими встановлюється відношення семантичної еквівалентності за різними текстовими параметрами: способом структурування ситуації, єдністю концепції, композиційними принципами, звуковою і ритміко-синтаксичною організацією» [7]. Тобто ідіостиль визначаємо не лише як вибір слів, тропів, фігур мови тощо, але і як частотність їх уживання.

Отже, як узагальнення наших спроб дослідити сутність поняття «ідіостиль», можемо дефінувати його як притаманну творам одного автора систему якісних і кількісних показників, що полягає у доборі змістових і формальних лінгвістичних одиниць, їх взаємодії, в унікальному (неповторному, креативному, індивідуальному) втіленні в них власного авторського способу мовного вираження, створенні власної манери письма і відображенні свого світосприйняття.

Закономірно, що ідіостиль вивчають як концепт художньої творчості письменника, інтерпретуючи його як ознаку його професійної майстерності. Однак його зрідка корелюють із авторською манерою журналіста. На сьогодні не сформульовано єдиного підходу до категорії ідіостилю не тільки як ознаки мовотворчості окремого журналіста, ведучого, блогера тощо, але й не з'ясовано сутності терміну для газетного видання в цілому, доволі розмиті межі поняття, сучасні журналістикознавчі студії не містять досліджень із позиції його концептуального вивчення та практичної дослідницької реалізації за матеріалами конкретних видань. Тому дослідження ідіостилю газети як синергетичного явища є важливим аспектом формування журналістикознавства, що передбачає комплексне вивчення мовностилістичних, архітектонічних особливостей медіатексту, масової комуніка-

ційного, редакторського забезпечення своєрідності газети, тобто формування індивідуального стилю загалом.

Послугуючись дослідницькими висновками Т. Глушкової [6, с. 6], сформулюємо критерії ідіостилю, що, на нашу думку, є репрезентативними для будь-якої газети: 1) жанрова, тематична, рубрикаційна, проблематична своєрідність; 2) особливості використання мовних засобів видання, створення мовної картини як інтерактивного чинника ідіостилю; 3) характер взаємодії членів колективу, що визначає стиль газети і дає підстави виділити особливості авторської манери; 4) визначення стратегії журналістської творчості; 5) упізнаваність видання читачем як за візуально-змістовими, так і за мовностилістичними особливостями текстів його авторів.

Безумовно, інтегративний характер цих чинників і забезпечує імідж газети, її популярність, читабельність, і, що не менш важливо, індивідуальність. І якщо формальні іміджоутворювальні ознаки можна змінити, відкоригувати, налаштувати під ситуацію, формат, запит, то текстотвірні мовностилістичні маркери і є тією визначальною якістю, яка найбільше впливає на ідіостиль і формує світоглядні орієнтири, переконання, естетичні смаки читача. Важливо, щоб газета стала синергетичним продуктом, що є результатом об'єднання конкретних текстів у єдиний газетний дискурс, тобто коли «авторські мовні картини поєднуються в цілісну мовну картину газети» [6, с. 7].

Д. Баранник визнає за мовою ЗМІ статус окремого функційного стилю й відзначає важливість простежити типологічні особливості мови кожного з різновидів масової інформації «в напрямі всіх складників мовної структури: морфологічних, синтаксичних, лексичних і фразеологічних» [3, с. 15].

Звичайно, лексичні, синтаксичні, морфологічні компоненти ідіостилю газети є найбільш виразними й найлегше ідентифікуються читачем. Вони впливають на емоційну сферу, формують естетичні смаки, мораль і духовність. Саме тому «увага до їхньої ролі в загальному процесі формування змістів і смислів газети досить висока, що засвідчує постійний і широкий інтерес науковців до окремих лексичних груп, наприклад, сленгу, розмовної лексики, просторіччя» [6, с. 10]. Тому цілком логічним є твердження, що, реалізуючи такі різноаспектні функції, як повідомлення і вплив, мова газети не може обмежитися рамками одного якогось стилю. А це свідчить про те, що особливості функціонування мови у сфері журналістики визначають багато чинників. Наприклад, поліфункціональність преси вимагає від мови гнучкості, масовість – універсалізації, постійна динаміка розвитку суспільства – оновлення. Разом із тим, саме ідіостиль окремого журналіста може стати причиною забезпечення стабільної читабельності видання, його популярності та багаторічного існування. Можна переконливо стверджувати, що ідіостиль газети – це своєрідний симбіоз індивідуальної манери представників її авторського цеху, принаймні більшої його частини.

Отже, ідіостиль газетного видання сформулюємо як систему мовностилістичних показників авторських текстів, що визначає не лише індивідуальну манеру

письма окремих авторів, але й вирізняє стиль окремо взятої газети з-поміж інших видань, резюмує її, наголошуючи при цьому не так на конкретному авторському сприйнятті та відображенні дійсності, як на колективній інтерпретації подій та явищ, створюючи своєрідну інформаційну ауру. І тут слід дотримуватися принципів об'єктивності, неупередженості та інших норм, створити ідеологічну концепцію, що сприятиме формуванню у читача цілісної ціннісної орієнтації.

Продемонструємо ці висновки на результатах аналізу матеріалів «Дня».

Варто об'єктивно зазначити, що жанрово, тематично, рубрикаційно та проблематично «День» не має аналогів серед загальнонаціональних засобів масової інформації. Журналістські тексти згруповані за рубриками. Більшість журналістів «Дня» – відомі оглядачі з різних питань життєдіяльності. Вони є авторами книг різного спрямування. Наприклад, редактор відділу «Політика» – Іван Капсамун, «Економіки» – Алла Дубровик-Рокхова, «Міжнародної політики» – Микола Сірук тощо. Автори «Дня» тематично компетентні, це пояснює конвергентність даного ЗМІ.

Редакційною традицією є запрошувати до співбесіди провідних експертів. Постійними гостями редакції є представники різних країн світу, консолідацій; «День» співпрацює із представниками НАТО, який виступає спонсором деяких проектів. Результатом зустрічей із значимими особистостями стають розлогі інтерв'ю. Газета розрахована на інтелектуальну аудиторію, тож найбільш оптимальним прийомом у газетних жанрах є саме діалогічне мовлення. Інтерв'ю здебільшого складається з 8-10 питань та передбачає змістовні відповіді. Деякі інтерв'ю можуть займати дві чи більше шпальти, містити ввідний екскурс, посилення на історію тощо.

Щодня журналісти українською, російською та англійською мовами висвітлюють події у країні в паперовому накладі та інтернет-ресурсами. Редакція видання розділена на відділи, журналісти яких стежать окремо за політичними, економічними, суспільними, культурними та медіа перетвореннями в Україні. Це потужний механізм, за допомогою якого щоденно на суспільний загал виносяться новини з абсолютно всіх сфер діяльності держави. Більше того, на сайті «Дня» цілодобово функціонує стрічка новин «Важливо!», де щохвилино можна отримати нову інформацію. Мовлення газети «День» вирізняється складною структурою речень, розлогими думками, окличними, іноді спонукальними реченнями та асиндетонами. Найуживанішим жанром є інтерв'ю.

Попри об'єктивне висвітлення подій, переважають здебільшого публікації позитивного характеру. Це видає журналістську стратегію фахівців «Дня» як роботу, спрямовану на формування гідного іміджу України. І подібна стратегія виправдана принаймні тому, що автори видання висвітлюють українське суспільство не лише для регіонів, а й за межами країни. З точки зору патріотичності, варто відзначити помітну прихильність та віру в майбутнє держави всіх дописувачів видання, які безпосередньо віддзеркалюються в інформаційному посиленні тексту. Газета формує та інтерпретує позитивний образ і тло навко-

ло держави, спілкуючись на цю тему з представниками всесвітніх організацій та закордонними партнерами. Такі ділові бесіди-зустрічі привертають увагу іноземців до України. За допомогою різних методів збирання інформації та професійної її подачі фахівці «Дня» налагоджують контакт із читачем, пропагують єдність національної ідеї.

Оформлення газети – результат творчості всіх працівників редакції (конкретно – б'єлд-редактора, верстальника, головного редактора та технічного редактора). І, як показує практика, аудиторія зазвичай позитивно сприймає готовий друкований продукт, що відображається в накладі кожного примірника. Також варто зазначити, що дизайн видання, безперечно, викликає читачський інтерес.

Така паспортизація ідіостилю «Дня», яка базується на суто прагматичних, структурно-композиційних параметрах, була б неповною, якби ми не звернули увагу на мовно-стилістичні засоби, що характерні для творчої манери як окремих журналістів газети, так і для видання в цілому. Ми дослідили манеру письма головного редактора Лариси Івшиної, яка демонструє яскраво виражену індивідуальну мовну поведінку, що характеризується ампліфікативним вживанням іншомовних запозичень, розташованих у формі градації, що дозволяє створити напружений, емоційно насичений текст, втілити головну концептуальну ідею видання. Суспільно-політична лексика вживається нею свідомо, щоб підкреслити значущість пропонованого проекту для сучасного медіапростору.

Окремої уваги заслуговує професійне мовлення редактора відділу «Політики» Івана Капсамуна. Журналіст виокремлюється тим, що контролює резонансні справи й часто вносить нові подробиці вже історичних подій на розгляд сучасному суспільству. Для ідіостилю Івана Капсамуна характерне використання інтригуючих заголовків, при чому йдеться не про «плітки, скандали, розслідування», а про суспільно важливі питання. Власне, такий рівень соціальної взаємодії та підтримки й визначає стратегію всеукраїнської щоденної газети «День» і характеризує її як якісну пресу.

Попередні дослідження мови газети «День» дають нам підстави стверджувати, що стилістичний синтаксис є найефектнішим і найдієвішим механізмом створення ідіостилю газети і показником індивідуальної манери мовлення журналістів видання. Стилiстична манера авторів «Дня» полягає у широкому використанні фігур мови і тропів, що робить газетний дискурс філософсько наснаженим, рефлексуючим, інтерактивним. Орієнтована на ментальні знання читача, мова газети набуває ознак глибокої змістовності, виразності, точності, доцільності, що і визначає її ідіостиль.

**Висновки.** Тож дослідивши різні підходи до формування та визначення сутності ідіостилю, ми узагальнили деякі положення, що, на нашу думку, стануть важливими для подальших досліджень.

*Ідіостиль* – явище синергетичне, людиноцентричне, глибоко особистісне, інтерактивне.

*Ідіостиль журналіста* визначаємо як притаманну творам одного автора систему якісних і кількісних показників, що полягає у доборі змістових і формальних лінгвістичних одиниць, їх взаємодії, в унікально-

му (неповторному, креативному, індивідуальному) втіленні в них власного авторського способу мовного вираження, створенні власної манери письма і відображенні свого світосприйняття.

*Ідіостиль газетного видання* формулюємо як систему мовностилістичних показників авторських текстів, що визначає не лише індивідуальну манеру письма окремих авторів, але й вирізняє стиль окремо взятої газети з-поміж інших видань, резюмує її, наголошуючи при цьому не так на конкретному авторському сприйнятті та відображенні дійсності, як на колектив-

ній інтерпретації подій та явищ, створюючи своєрідну інформаційну ауру.

При визначенні ідіостилу варто застосовувати дискурсивний підхід. Усі компоненти, що визначають ідіостиль газети, забезпечують ідентифікацію її читачами, популярність та провідне місце видання у формуванні ідейних смислів медіатекстів, формують «модні» тенденції в мові преси.

Перспективними напрямками дослідження ідіостилу газетного видання може бути ідея створення «школи стилю» в медіа, розроблення методології іміджування газетного видання на ринку ЗМІ.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Изд-во «Советская энциклопедия», 1969. 605 с.
2. Балли Ш. Французская стилистика. М.: Иностранная литература, 1961. 394 с.
3. Баранник Д. Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації // Мовознавство, 1983. № 6, С. 13-17.
4. Брославська Л. Я., Шевченко І. С. Ідіостиль і концептуальна ідіосфера автора у художньому дискурсі // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, 2012. Вип. 70, С. 22–27. Режим доступу: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6293/2/Broslavskaya%20L.Y.,%20Shevchenko,%20I.S..pdf>.
5. Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. М.: Наука, 1963. 255 с.
6. Глушкова Т. В. Ідіостиль газетного видання: автореф. дис. ... канд. наук із соціальних комунікацій: 27.00.04 – теорія та історія журналістики. Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, К., 2008. 14 с.
7. Дідух Х. Ідіостиль як відображення авторської картини світу // Філологічні науки. Риторика і стилистика. Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/15\\_NNM\\_2012/Philologia/2\\_11114.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Philologia/2_11114.doc.htm).
8. Лінтвар О. М. Індивідуальний авторський стиль (ідіостиль), ідіолект автора художнього твору // Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія: Філологічна, 2014. Вип. 44. Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf\\_2014\\_44\\_50](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2014_44_50).
9. Одинцов В. В. Стилистика текста. М.: Наука, 1980. 264 с.
10. Прокопенко Н. Діалогічність як фундаментальна ознака мови газети «День» / Каріна Хачатар'ян, Наталія Прокопенко // Філологічні трактати. Науковий журнал. – Суми : Сумський державний університет, 2018. – Том 10, № 1. – С. 58 – 65.

#### REFERENCES

1. Akhmanova O.S. (1969), Linguistic terms dictionary, publishing house «Sovietskaia encyclopedia», Moscow, Russia, 605 p.
2. Bally Sh. (1961), French stylistic, Inostrannia literatura, Moscow, Russia, 394 p.
3. Barannik D.Kh. (1983), «Topical problems of the study of the mass media language», *Movoznavstvo*, no. 6, pp. 13-17.
4. Broslavskaya L.Ia. and Shevchenko I.S. (2012), «Ideostyle and conceptual ideosphere of the author in artistic discourse», *Vestnik Kharkivskogo nationalnogo universitety imeni V.N. Karazina*, iss. 77, pp. 22-27. Access mode: <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6293/2/Broslavskaya%20L.Y.,%20Shevchenko,%20I.S..pdf>.
5. Vinogradov V.V. (1963), Stylistics. Theory of poetry. Poetics, Nayka, Moscow, Russia, 255 p.
6. Glushkova T.V. (2008), The ideostyle of the newspaper edition: author's abstract. Dis. cand. Sciences in social communications: 27.00.04 - theory and history of journalism. Institute of Journalism. Kyiv National Taras Shevchenko University, Kyiv, Ukraine, 14 p.
7. Didukh Kh., Ideostyle as a reflection of the author's picture of the world, *Philologochni nayku. Rutoruka i stulistuka*. Access mode: [http://www.rusnauka.com/15\\_NNM\\_2012/Philologia/2\\_111114.doc.htm](http://www.rusnauka.com/15_NNM_2012/Philologia/2_111114.doc.htm).
8. Lintvar O.M. (2014), Individual author style (ideostyle), ideology of the author of an artistic work, *Scientific notes of the National University of Ostroh Academy, Series: Philological, Iss. 44*. Access mode: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf\\_2014\\_44\\_50](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nznuoaf_2014_44_50).
9. Odintsov V.V. (1980), Stylistics of the text, Nayka, Moscow, Russia, 264 p.
10. Prokopenko N. and Hachatoryan K. (2018), «Dialogicality as a fundamental feature of the language of the newspaper «Day», *Filolohichni traktat.*, no.6 (1), pp.58-65.

#### Ideostyle in the media discourse: definition problem

**N. M. Prokopenko, O. M. Yevtushenko, T. V. Kovalova**

**Abstract.** Steadily increasing role of the media in communicative practice necessitates the study of methods and techniques of styling newspaper discourse in terms of the ideostyle formation. To determine the role of the stylistic potential of linguistic and extralinguistic resources, methods of use and interaction in the ideostyle formation of the whole edition and in the texts of the individual authors, given interpretation of such words as *journalist's ideostyle* and *ideostyle of printed media*; established the connection between journalist's ideostyle and ideostyle of the newspaper.

**Keywords:** *discourse, dialogical speech, ideostyle, text, figure of speech.*