

РЕЦЕНЗІЇ

М. В. Бутиріна

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара

Публіцистика «Літературно-Наукового Вісника» як ментальний код нації

Рецензія на видання: Супрун Л. В. Мовноментальні особливості комунікаційної системи «Літературно-Наукового Вісника»: монографія / Л. В. Супрун. — Вінниця : Вінницька обл. друкарня, 2012. — 507 с.

Кожна мова містить свій спосіб концептуалізації дійсності. Кожна нація протягом століть накопичує свої власні уявлення щодо представників інших культур, оточуючого світу. Сукупність колективних уявлень, зафіксованих у національній мові, імпліцитно присутня в індивідуальній та колективній психіці у формі постійно діючого, «невловимого свідомістю» коду.

Під кодом розуміють «сітку, яку культура "накидає" на оточуючий світ, структуруючи, оцінюючи й диференціюючи його» (В. В. Красних). Культурним кодом називають «мережу універсальних і національно специфічних явищ, які формують національну картину світу; репертуар сигналів і одночасно спосіб структурування культурного знання» (В. Маслова). Власне код забезпечує подібність сприйняття дійсності і реагування на неї представниками певного етносу. Легітимна у межах етнічної групи подібність категоризації та концептуалізації дійсності є результатом дії соціально-конвенційних механізмів. Саме тому соціальна комунікація із її потенціалом конвергенції та тиражування національно вагомих когнітивно-оціночних формул і є тим плідним середовищем, де відбувається формування мовного менталітету нації.

У цьому контексті актуальним є монографічне дослідження Людмили Вікторівни Супрун, яка вивчає мовну ментальність як органічний чинник комунікаційної системи мас-медіа. У контексті соціально-комунікаційної парадигми при цьому постають дискурсивні практики українських публіцистів, важливим для розуміння яких є феномен прихованої діалогічності, готовності до співпраці у творенні дискурсу.

Достатньо вмотивованою видається комплексність об'єкта дослідження, що відповідає системному підходу до його

вивчення, який актуалізує взаємозв'язок елементів в контурі «комунікант – дискурс – комунікат». Такий підхід корелює із цілком справедливими міркуваннями дослідниці про дискурс як підкреслено інтерактивний спосіб мовленнєвої взаємодії.

Варто зауважити, що, застосовуючи системний підхід, дослідниця реалізує його методологічну специфіку, зважаючи на різноманіття внутрішніх та зовнішніх зв'язків системи та їх об'єднання в єдину теоретичну картину, що дає можливість виявити сутність цілісності системи.

В авторському баченні Л. В. Супрун основними чинниками комунікаційної системи публіцистики стають образ автора та образ адресата.

Стосовно першого чинника: у межах системного підходу виразно вимальовується архітектоніка наукового дискурсу, яка містить такі складові: публіцистичний твір – образ автора – стиль – концепт – мовна ментальність. Власне цей вектор і детермінує дослідницьку логіку: авторка вивчає трансформації мовної ментальності протягом півсотлітньої історії «Літературно-Наукового Вісника» (далі – «ЛНВ»), експлікуючи динаміку концептів.

Розкриваючи зміст основних категорій дослідження, дослідниця панорамно використовує теоретичний (дискурсологія, концептологія, теорія систем) і фактичний (корпус публіцистичних текстів «ЛНВ») матеріал. Їй вдається тримати в полі зору весь масив ЛНВісниківської публіцистики у її феноменальності та зв'язках із соціокультурним контекстом та кожний конкретний твір у його комунікаційній виразності та деталізованості. Такий підхід є принциповим для дослідниці, оскільки «мовну ментальність значною мірою визначають соціокультурні чинники» (цит. с. 79).

Емпірична частина дослідження набуває характеру системного моніторингу, угрунтованого комплексом методів, розроблених сучасною гуманітарною наукою. Ідеться про контент-аналіз, метод проблемно-тематичного аналізу, метод дискурс-аналізу, метод концептуального аналізу, які характеризуються валідністю і надають можливість верифікувати концептуальні положення монографії й довести гіпотезу щодо відмінностей між мовними ментальностями українськомовних публіцистів.

Теоретична частина монографії присвячена вивченню історіографії проблеми та обґрунтуванню концептуальних підходів до її аналізу. Репрезентовані дослідницею ідеї і теоретичні орієнтири цілком забезпечують, на наш погляд, обґрунтованість методологічної і емпіричної бази монографічного дослідження. Насамперед уточнені поняття комунікаційної системи, дискурсу, образу автора, образу адресата; оприявлені їхні концептуальні й термінологічні зв'язки. Авторка актуалізує дослідження з історії журналістики в ключовій соціально-комунікаційній парадигмі, акцентуючи на проблемі формування національної ідентичності засобами масової комунікації. Вона також вказує на серйозний етичний дисонанс у структурному блоці «адресант-адресат», характерний для сучасного журналістського дискурсу; застерігає щодо домінування у сьогоденні маніпуляційної моделі комунікації.

Домінантним методом дослідження стає контент-аналіз, валідність якого може бути пояснена специфікою самого дослідницького наміру – через виявлення частотності концептуальних детермінантів «ЛНВ» з'ясувати характер мовної ментальності його провідних публіцистів. Реконструкція концептуальної структури журналу є продуктивною, оскільки дозволяє виявити характер впливу мовної ментальності провідних авторів на комунікаційну систему «ЛНВ», адже, як відомо, концепти сигніфікують і окремі твори, і цілі пресові періоди. Провідні концепти журналу свідчать про інформаційне відтворення нації. При цьому шляхом актуалізації бінарної опозиції Свій / Чужий відбувається конструювання націоцентричних комунікаційних повідомлень та, як справедливо зазначає авторка, з'ясовується специфіка параметризації «свого» (цит. с. 89).

Безперечно цінним здобутком монографії є

побудова концептополів публіцистики І. Франка, М. Грушевського, Д. Донцова, що засвідчили масштабність та соціальну значущість характерних для зазначених авторів способів категоризації та концептуалізації дійсності. Важливо й те, що домінування того або іншого концепту дослідниця пояснює впливом екстралінгвальних чинників, тих актуальних позатекстових явищ, завдяки яким публіцистичний дискурс стає комунікаційною подією. Для франківського періоду «ЛНВ» – це проблема організації української політичної нації, для періоду М. Грушевського – проблема автономії та федералізації українських земель; консолідації української спільноти навколо державницької ідеї, для донцовського періоду – проблема виборювання нацією самостійної, незалежної держави.

Означені висновки дослідниця отримує завдяки дискурсивному аналізу, який виявляє «ментальні процеси, що пов'язують виробництво та розуміння тексту як з висловлюванням, текстом і комунікацією, так і з соціальними явищами» (Р. Водак). І власне, така дискурсивно-історична інтерпретація медіатексту і дозволяє Л. В. Супрун продемонструвати націєтворчу місію публіцистики.

Досліджуючи мовну ментальність М. Грушевського, авторка зважає на тогочасні семантичні особливості етноніму «Україна», що дозволяє виявити федералістичні пріоритети у його баченні українського питання. Вивчаючи репрезентації концепту «Україна» у ЛНВісниківському дискурсі М. Грушевського, вона групує матеріал за інформаційно-тематичним принципом, виокремлює «громадсько-політичну комунікацію», «науково-освітнянську комунікацію» та «соціально-побутову комунікацію», що унаочнює різноаспектність та різнорівневність онтології концепту «Україна».

Дослідниця доводить генетичну тяглість у процесі мовної концептуалізації та категоризації дійсності І. Франком, М. Грушевським, Д. Донцовим.

Л. В. Супрун проблематизує рецептивний чинник комунікаційної системи «ЛНВ», наголошуючи на необхідності врахування архетипних шарів української мовної ментальності. Уважаємо означену думку цілком справедливою, оскільки впевнені, що архетипи як архаїчні елементи колективної психіки мають виразний надіндивідуальний

характер проявів у журналістських текстах і тим самим сприяють ефективній комунікації.

Цінним здобутком монографії є також результати аналізу риторичного аспекту публіцистики І. Франка. Уявлення редактора «ЛНВ» цілком співзвучні сучасному технологізованому баченню комунікації, яке інтегрує у себе такі її ознаки, як прогнозованість, прагматичність результату комунікаційного впливу; відповідність кодів адресанта та реципієнтів. Зокрема, виявлено, що дієвими контактотвірними засобами у ЛНВісниківській комунікації є зорові образи, тотемізми (І. Франко); апелятиви, опозиційні лексеми, прийоми та засоби комічного (М. Грушевський); експресивні власні назви, експресивний синтаксис, конструкції «питання – відповідь» (Д. Донцов).

Увагу дослідниці також зосереджено на спробах публіцистів-вісниківців певним чином трансформувати мовну ментальність реципієнтів, вплинути на притаманний їм спосіб концептуалізації дійсності. Послідовними й зваженими є міркування авторки щодо сугестивного потенціалу мовно-ментального інтернаціоналізму І. Франка. Впливогенні інтенції вона простежує на багатому репрезентативному матеріалі німецьких, англійських, французьких, італійських, польських прецедентних текстових елементів у публіцистичному дискурсі І. Франка, справедливо зауважуючи при цьому:

«Франко-журналіст творив новаторську модель національного розвитку у взаємодії з європейським світом» (цит. с. 307).

Трансформаційний потенціал публіцистичного дискурсу другого редактора «ЛНВ» дослідниця пов'язує з принциповою для нього раціоналізацією кордоцентричного українського менталітету, посиленням логічно-поняттєвої компоненти мислення українців.

Волонтаризацію української ментальності Д. Донцовим Л. В. Супрун кваліфікує, спираючись на експліковані в його публіцистичному дискурсі сугестивно заряджені аксіоназви та імперативні конструкції. Аналіз комунікаційної стратегії публіциста дозволяє констатувати: «основне спрямування донцовських директив – це зміни у сфері духа, у ментальності українців» (цит. с. 373).

Отже, такий ґрунтовний аналіз проблеми в монографії дозволив її авторці зробити цікаві висновки, які адекватно відображають досягнуті наукові результати і демонструють цілісне уявлення про мовноментальну складову комунікаційної системи «ЛНВ».

Слід відзначити широкі можливості практичного застосування отриманих результатів для методології творення публіцистичних текстів через розуміння їх світоглядної настановчості, програмності, впливовості на національну свідомість.

Л. М. Хавкіна

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Феномен корпоративних медіа в сучасному медіапросторі

Рецензія на видання: Олтаржевський Д. О. Основи та методи діяльності сучасних корпоративних медіа : монографія / Д. О. Олтаржевський. — К. : Центр вільної преси, 2013. — 308 с.

Для вітчизняної науки тема корпоративних медіа як форми й інструменту соціальних комунікацій в інформаційному суспільстві є виразно актуальною. Ця тематика водночас важлива та складна для наукової рецепції з огляду на свою потенційну міждисциплінарність, оскільки вона перебуває на стику кількох галузей: соціальних комунікацій, журналістикознавства, паблік рилейшенз, маркетингу, менеджменту тощо –

та передбачає прикладне значення.

Наявність власного ЗМІ допомагає сучасним організаціям та компаніям підвищувати адресність, а відтак і ефективність внутрішніх і зовнішніх комунікацій, формувати бажаний позитивний імідж, активізувати розвиток бізнесової чи іншої діяльності. Тим ціннішими й важливішими виявилися результати комплексного дослідження, представленого в монографії