

**БАЗОВІ КАТЕГОРІЇ МЕДІАЛІНГВІСТИКИ:
МЕДІА-МОВА, МЕДІА-ДИСКУРС, МЕДІА-ТЕКСТ**

У статті розглянуто базові категорії медіалінгвістики. Закцентовано на визначенні медіа-мови, медіа-дискурсу, медіа-тексту. Схарактеризовано мовну специфіку кожного конкретного ЗМІ, різновиди медійного дискурсу, функціонально-жанрові типи медіа текстів.

Ключові слова: медіалінгвістика, медіа-мова, медіа-дискурс, медіа-текст, засоби масової інформації, масова комунікація.

Вжеш Я. Л. Базовые категории медиалингвистики: медиа-язык, медиа-дискурс, медиа-текст. В статье рассмотрено базовые категории медиалингвистики. Сакцентировано на определении медиа-языка, медиа-дискурса, медиа-текста. Охарактеризовано языковую специфику каждого определенного СМИ, виды медиа-дискурса, функционально-жанровые типы медиа-текстов.

Ключевые слова: медиалингвистика, медиа-язык, медиа-дискурс, медиа-текст, средства массовой информации, массовая коммуникация.

Vzheshch Ya. L. Basic Categories of Media Linguistics: Media Language, Media Discourse, Media Text. The paper considers basic categories of media linguistics. The definitions of the media language, media discourse, and media text are given. There has been focused on the language peculiarities of each particular mass media, the types of media discourse, and the functional and genre kinds of media text.

Key words: media linguistics, media language, media discourse, mass media, mass communication.

Медіалінгвістика вивчає функціонування мови в ЗМІ. Актуальність медіалінгвістики обумовлена тим, що тексти масової інформації, або медіа-тексти, є сьогодні однією з найбільш поширених форм існування мови. **Мета** статті полягає в теоретичному дослідженні базових категорій медіалінгвістики: медіа-мови, медіа-дискурсу, медіа-тексту. Реалізація поставленої мети зумовлює розв'язання низки **завдань**: 1) надати визначення медіа-мови, виділити мовну специфіку кожного конкретного ЗМІ; 2) розглянути поняття «дискурс», типологію дискурсів, надати визначення, з'ясувати різновиди медійного дискурсу; 3) схарактеризувати визначення медіа-тексту, розглянути функціонально-жанрові типи медіа текстів. **Об'єктом** дослідження є теоретичні засади медіалінгвістики. **Предметом** дослідження є базові категорії медіалінгвістики: медіа-мова, медіа-дискурс, медіа-текст. Розглянемо кожну категорію .

Загальною закономірністю в епоху тотальної інформатизації суспільства створює існування особливої мови ЗМІ. Акумуляуючи мовну, соціальну та культурно-історичну пам'ять певних мов, вона використовується для творення текстів масової комунікації, що набувають міжнародного характеру. Активне вивчення властивостей медіа-мови почалось у другій половині ХХ століття. Питання мовного забезпечення масових комунікаційних процесів розглядаються в роботах Г. В. Степанова, Д. Н. Шмельова, Т. Г. Добросклонської, А. Н. Васильєвої, В. Г. Костомарова, О. А. Лаптевої, Г. Я. Солганіка, Ю. В. Рождественського, С. И. Сметаниної, Теуна ван Дейка, Аллана Белла, Мартіна Монтгомери, Нормана Фейерклафа.

Г. В. Степанов наголошує на тому, що *головною особливістю* використання мови в сучасному світі – є масовий характер комунікації, тобто величезне розширення кількості людей, що спілкуються, й ускладнення форм спілкування, до того ж не тільки всередині одномовного колективу, але й між носіями різних мов в межах багатонаціональної країни й у світовому масштабі [Степанов 1984, с. 119].

Т. Г. Добросклонська, аналізуючи контекстне вживання словосполучення «медіа-мова», виокремлює три найбільш поширені визначення. *По-перше, мова ЗМІ* – це весь корпус текстів, які створюються і розповсюджуються засобами масової інформації [Добросклонская 2008, 18]. Маючи високий престиж і найсучасніші засоби розповсюдження, мова ЗМІ виконує в інформаційному суспільстві роль своєрідної моделі національної мови, яка формує літературні норми, мовні смаки та переваги, впливає на сприйняття політики,

ідеології, мистецтва і літератури. *По-друге*, – це стійка внутрішня мовна система, що характеризується певним набором лінгвостилістичних властивостей та ознак [Добросклонская 2008, с. 18]. З цим визначенням співпадає думка Ю. В. Рождественського, що масова інформація є глобальним текстом, який об'єднує різні мовні спільноти з їх соціальними мовними структурами. Незважаючи на різницю мовних систем, які розуміються лінгвістично, масова інформація володіє принциповою єдністю розуміння та спрямованістю змісту [Рождественский 1997, с. 477]. *По-третє*, – це особлива знакова система змішаного типу з певним співвідношенням вербальних й аудіовізуальних компонентів, специфічних для кожного з засобів масової інформації: газет, радіо, телебачення, Інтернету [Добросклонская 2008, с. 19]. Цю думку також висловлює О. А. Лаптева, зазначаючи, що телевізійна мова представляє собою деяку складну організовану сукупність різновидів, які втілюється в різних жанрах. При цьому тенденція до збільшення та розширення «вільних» жанрів прямо пов'язана з підвищенням ефективності впливу телемови, з найбільшим проявом функції впливу, яка поруч з функцією повідомлення, є провідною в мові засобів масової інформації [Лаптева 2000, с. 11]. При зверненні до специфіки використання мови в текстах масової інформації дослідник стикається із взаємодією двох систем: природною системою, якою є сама мова, та штучною системою засобів масової інформації, створеною людиною з використанням різних технологій [Кривенко 1993, с. 7].

Т. Г. Добросклонська підкреслює, що ці підходи до визначення мови ЗМІ майже повністю відповідають трьом базовим визначенням самого поняття «мови» – універсальному, системному та конкретному. Відповідно до першого мова розуміється як будь-яка знакова система, а також як сукупність всіх проявів тієї чи іншої знакової системи (мова музики, мова ЗМІ, мова художньої літератури). Друге визначення підкреслює роль мови як особливої знакової системи, яка складає основу людського спілкування шляхом мовної комунікації. Третій підхід дозволяє виділити в цій загальній системі її конкретні складові, а саме, реально функціонуючі в тому чи іншому конкретно-історичному соціумі національні мови – українську, російську, англійську, німецьку і т.ін. [Добросклонская 2008, с. 19].

Останнім часом зростає кількість досліджень, присвячених аналізу мови окремих ЗМІ, а також вивченню різних типів медіа-текстів – новин, аналітики, публіцистики, реклами. Достатньо повно цей напрямок представлений в роботах англійських авторів, таких як, Алан Белл (*The Language of the News*), Данута Пі (*The Language of Newspapers*), Анджела Годдар (*The Language of Advertising*).

Детальне вивчення мов окремих ЗМІ привело до розширення самого поняття «мова масової комунікації» та дозволило виділити мовну специфіку кожного конкретного засобу масової інформації. Так, на думку Т. Г. Добросклонської, *специфікою мови друкованих ЗМІ* є взаємодія вербальних і графічних компонентів. Тип та розмір шрифту, наявність ілюстрацій, використання кольору, якість паперу, розташування матеріалів на полосі – все це тісно поєднується зі словесним рядом та утворює єдине ціле. *Головною особливістю мови радіо* є поєднання словесного та звукового ряду. Використання широкого спектру можливостей аудіо ряду – музики, шумових ефектів, фонетичних і пара тембральних властивостей мови (інтонація, темп, акценти, індивідуальні голосові якості) робить мову радіо потужним засобом впливу на масову аудиторію. *Мова телебачення* є ще досконалішою системою кодифікованого впливу, оскільки до вербального та візуального рівнів додається візуальний, а саме кольорове зображення, що рухається. Розвиток Інтернет технологій привів до подальшого вдосконалення мови ЗМІ як засобу інформаційно-психологічного впливу. *Мова Інтернету* – це складна багаторівнева мультимедійна система, яка увібрала в себе досягнення всіх традиційних засобів масової інформації [Добросклонская 2008, с. 21].

Упродовж останніх років у працях, присвячених аспектам мови утверджується поняття «дискурс». Однак, перше, що впадає у вічі, коли намагаємось визначити сутність цього поняття, за словами Ф.С. Бацевича, – це широта контекстів його вживання. Дослідник

зазначає, «що слово *дискурс* стало одним із найбільш двозначних і трафаретних слівців у науці про мову» [Бацевич 2003, с.88].

Зарубіжні і вітчизняні лінгвісти вже тривалий час намагаються охарактеризувати поняттєвий діапазон терміна «дискурс». Як зазначають дослідники, у латинській мові слово «дискурс» позначало бесіду вчених. І саме в значенні бесіда, розмова це слово увійшло в сучасні європейські мови: англійське *discourse*, французьке *discourse*, німецьке *der Diskurs* мають значення діалог.

Т. ван Дейк визначав дискурс як складне комунікативне явище, яке містить крім тексту, ще й екстралінгвістичні фактори (знання про світ, думки, настанови, цілі адресата), необхідні для розуміння тексту [Т.ван Дейк 1989, с. 58].

У словнику термінів лінгвістики тексту Т. М. Ніколаєвої поняття «дискурс» витлумачується як багатозначний термін лінгвістики, який уживають автори у значеннях, практично омонімічних; найважливішими серед яких є зв'язний текст, усно-розмовна форма тексту, діалог, група висловлювань, пов'язаних між собою за змістом, мовленнєвий витвір як даність – письмова або усна [Николаєва 1978, с. 467].

Н. Д. Арутюнова кваліфікує дискурс як «зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичним – прагматичними, психологічними та ін. факторами; як мовлення, «занурене у життя» [Арутюнова 1990, с. 136-137].

А. А. Ворожбітова звертає увагу на те, що термін «дискурс» варто вживати під час аналізу діалогу і полілогу, живого мовлення, продукovanого в усній формі, а також при розгляді тексту як продукту мовленнєвої діяльності в соціокультурному і психолінгвістичному контекстах [Ворожбітова 2005, с. 219].

Ф. С. Бацевич, на наш погляд, подає найбільш чітке визначення дискурсу. За словами науковця, *дискурс* – це тип комунікативної діяльності, інтерактивне (і трансактивне) явище, яке має різні форми вияву (усну, писемну, внутрішню, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями й тактиками учасників спілкування, являє собою складний синтез когнітивних, мовних і позамовних (соціальних, психічних, психологічних тощо) чинників, які визначаються конкретним колом «форм життя», залежними, передусім, від тематики спілкування, має своїм результатом формування різноманітних реєстрів і мовленнєвих жанрів [Бацевич 2003, с. 97].

Як слушно зазначає Г. Г. Почепцов, «людина, яка володіє мовленням, повинна одночасно володіти набором прийнятих у цій структурі типів дискурсів, оскільки у кожному з них існує свій варіант комунікативної поведінки» [Почепцов 1999, с. 33]. Виникає питання типів дискурсів. Науковці використовують різні критерії для створення типології дискурсів. Поняття дискурсу часто асоціюється з типами та формами мовлення, принципами побудови повідомлення, його риторикою (монологічний, діалогічний, наративний, іронічний тощо), характеристиками мовлення окремої людини і груп людей (особистісний, неповторний, колективістський, авторитарний) [Бацевич 2004, с.137]. Розглядають дискурс і як функціональний стиль, різновид мовлення (усний, писемний, науковий, художньо-белетристичний, діловий, літературний), різновид функціонального стилю (юридичний, судовий, газетний, радіодискурс, теледискурс, театральний, і сфері публік рілейшнз, рекламний, святковий), як жанр художньої літератури (прозовий, ліричний, драматичний) [Бацевич 2004, с. 138].

Однією з найповніших *типологій* дискурсів вважають класифікацію Г.Г. Почепцова. Він виокремлює теле- і радіо- дискурси, газетний, театральний, літературний дискурс, дискурс у сфері публік рілейшнз, рекламний дискурс, політичний, релігійний [Почепцов 1999, с. 75-100].

Т. Г. Добросклонська пов'язує коло питань дискурсивних досліджень з проблемами мовної діяльності і вивченням взаємної обумовленості лінгвістичних й екстралінгвістичних факторів на різному функціонально-стильовому та текстовому матеріалі. Дослідниця вважає, що критеріями відбору текстів в якості емпіричної основи вивчення дискурсу того чи іншого типу виступають різні сфери людської комунікації та мовної практики [Добросклонская

2005, с. 42]. Наприклад, функціонування мови в таких сферах діяльності як наука, освіта, політика, медицина, мас-медіа є основою для виділення відповідних дискурсів. Тобто, медіа-дискурсом можна вважати функціонування мови в сфері такої людської комунікації як мас-медіа.

Т. Г. Добросклонська в загальному вигляді визначає *медіа-дискурс* як сукупність процесів і продуктів мовної діяльності в сфері масової комунікації у всьому багатстві й складності їх взаємодії [Добросклонская 2008, с. 152].

Е. А. Кожемякін інтерпретує *медіа-дискурс* як тематично сфокусовану, соціокультурно обумовлену мовно-розумову діяльність в мас-медійному просторі. Дослідник підкреслює, що принциповою відмінністю цього типу дискурсу є те, що окрім виробництва певного знання, оцінок об'єктів та їх образів як результату мовно-розумової діяльності, він створює уявлення про способи трансляції знань. Іншими словами, центральним *предметом медіа-дискурсу* є не стільки, наприклад, політичні процеси, як способи їх опису та передачі знань про них. В медіа-дискурсі триває конвертація інформації у зміст (конструювання знання), перехід знання з одного рівня (наприклад, інституціонального) на інший (наприклад, повсякденний), поєднання інформації різних типів (наприклад, політичної і розважальної) або ж створення особливого знання, що має відношення тільки до медійної дійсності [Кожемякин 2010, с. 91].

С. І. Потапенко визначає *медіа-дискурс* як створену мовними та технічними засобами вербально-візуальну дійсність, “протиставлену реальній реальності” [Потапенко 2009, с. 12]. Стосовно питання різновидів медійного дискурсу Г. Г. Почепцов називає газетний, кіно-, теле- і радіо дискурси [Почепцов 1999, с. 76-99]. С. І. Потапенко додає до них інтернетний [Потапенко 2009, с. 11].

В сучасних умовах становлення інформаційного суспільства особливу актуальність набуває вивчення одиниць медіа потоку, медіа-текстів. З'явившись у 90-ті роки ХХ століття в англійській літературі, термін «медіа-текст» швидко розповсюдився як у міжнародних академічних колах, так і в національних медіа дискурсах. Велику увагу цій проблематиці приділяли Теун ван Дейк, Мартин Монтгомері, Алан Белл, Норман Фейерклаф, Роберт Фаулер, які розглядали тексти масової інформації з точки зору різних напрямків: соціолінгвістики, функціональної лінгвістики, теорії дискурсу, контент-аналізу, когнітивної лінгвістики, риторичної критики.

У вітчизняній науці значний вклад в становлення і розвиток теорії медіа тексту внесли такі вчені, як С. І. Бернштейн, Д. Н. Шмельов, В. Г. Костомаров, Ю. В. Рождественський, Г. Я. Солганік, С. І. Трескова, І. П. Лисакова, Б. В. Кривенко, А. Н. Васильєва.

У найбільш повному вигляді концепція медіа тексту як базової категорії медіа лінгвістика була сформульована у дослідженнях Т. Г. Добросклонської. Як зазначає дослідниця, в основі концепції медіа тексту полягає поєднання одиниць вербального і медійного ряду [Добросклонская 2008, с. 40]. Ця властивість текстів масової інформації підкреслюється, зокрема, англійськими авторами, які розглядають медіа-текст як сукупність вербальних і медійних ознак. Т. Г. Добросклонська визначає *медіа текст* як дискретну одиницю медіа потоку [Добросклонская 2008, с. 39], яка характеризується стійкою системою параметрів. До системи параметрів дослідниця включає спосіб творення тексту (авторський – колегіальний), форму створення (усна – письмова), форму відтворення (усна – письмова), канал розповсюдження (друкування, радіо, телебачення, Інтернет) [Добросклонская 2008, с. 41].

Серед великої кількості текстів, які щоденно створюються і розповсюджуються ЗМІ, чітко виокремлюються функціонально-жанрові типи текстів, що мають стійкі ознаки на рівні формату, на рівні змісту та на рівні мови. В класифікації Т. Г. Добросклонської виокремлюється чотири основних функціонально-жанрових *типи медіа-текстів*: новини, інформаційна аналітика та коментарі, публіцистика, реклама [Добросклонская 2008, с. 60]. Автор вважає, що ці типи текстів складають основу всього корпусу сучасної медіа-мови. При цьому дослідниця визначає тексти новин базовими текстами масової інформації. На її думку, тексти новин найповніше реалізують інформативну функцію (одну із головних функцій

масової комунікації) та функцію повідомлення (одну із головних функцій мови). В кожному окремому ЗМІ тексти новин мають певний формат. На рівні семантики тексти новин характеризуються тематичною організацією інформаційного потоку. На рівні мови тексти новин характеризуються стійкими лінгвостилістичними ознаками. Крім цього, тексти новин є важливою частиною національного культуро-ідеологічного контексту [Добросклонская 2008, с. 60-61].

Висновки. Підбиваючи підсумки щодо існуючих поглядів стосовно таких базових категорій медіалінгвістики, як медіа-мова, медіа-дискурс, медіа-текст, можна констатувати, що концепція медіа-мови є достатньо сформованою, а термін увійшов до лінгвістичного вжитку. Наразі, мову ЗМІ розуміють не тільки як весь корпус текстів, що функціонують у сфері масової комунікації, але як стійку внутрішню мовну систему, яка характеризується певним набором лінгвостилістичних ознак і властивостей. Крім цього однією з найбільш важливих характеристик цієї системи є співвідношення вербальних і аудіовізуальних компонентів, специфічних для кожного засобу масової інформації. Медіа-дискурс можна, у загальному сенсі, визначити як функціонування мови в мас-медіа й диференціювати за характером аудиторії та засобами дії на адресата. Варто додати, що медіа-дискурс поділяється на газетний, кіно-, теле-, радіо й інтернетний дискурси. Медіа-текст визначають як дискретну одиницю медіа-дискурсу зі стійкою системою параметрів. Щодо питання функціонально-жанрових типів, медіа-тексти, які є базовими текстами масової інформації, поділяються на новини, інформаційну аналітику, публіцистику та рекламу.

Література

- Арутюнова Н. Д.* Лингвистический энциклопедический словарь / Н. Д. Арутюнова // Дискурс. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – с.136-137. *Бацевич Ф. С.* Нариси з комунікативної лінгвістики: монографія / Ф. С. Бацевич. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 281с. *Бацевич Ф. С.* Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич // Пдручник. – Київ: Видавничий центр «Академія». – 2004. – 344 с. *Ворожбитова А. А.* Теория текста: антропоцентрическое направление / А. А. Ворожбитова // Учебн. пос. – М.: ВШ, 2005. – 365с. *Дейк ван Т. А.* Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк // Сб. работ Сост. В. В. Петрова. – М.: Прогресс, 1989. – 312 с. *Добросклонская Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов (опыт исследования современной английской медиаречи) / Т. Г. Добросклонская. – М.: Едиториал УРСС, 2005. – 288 с. *Добросклонская, Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. – М.: Едиториал, 2005. – 202с. *Кожемякин Е. А.* Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости. Серия Гуманитарные науки №12(83) выпуск 6. – Белгородский национальный университет, 2010. –с.13-17. *Кривенко Б. В.* Язык массовой коммуникации / Б. В. Кривенко. – Воронежский университет, 1993. – 211с. *Лаптева О. А.* Живая русская речь с телеэкрана / О. А. Лаптева. – М.: УРСС, 2000. – 179 с. *Николаева Т. М.* Краткий словарь терминов лингвистики текста / Т. М. Николаева // Новое в зарубежной лингвистике. Лингвистика текста. – М.:1978. – 208с. *Потапенко С. І.* Сучасний англомовний медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти / С. І. Потапенко // Монографія. – Ніжин: Видавництво НДУ імені М. Гоголя, 2009. – 391с. *Почепцов Г. Г.* Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. – К.: Видавничий центр Київський університет, 1999. – 308с. *Рождественский Ю. В.* Теория риторики / Ю. В. Рождественский. – М.: Добросвет, 1997. – 243с. *Степанов Г. В.* Стихия языка в стихии споров / Г. В. Степанов // Литературная газета. №26. – М.: Добросвет, 1997. – 246с.