

**Федорова О. В.,**

*Хмельницька гуманітарно-педагогічна академія, м. Хмельницький*

## КОГНІТИВНІ ТА ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ АНГЛОМОВНОЇ ПУБЛІЦИСТИЧНОЇ ПРЕСИ УКРАЇНИ

*У статті обґрунтовується актуальність лінгвістичних досліджень мас-медійного дискурсу, розглядаються проблеми та перспективи дослідження українського англомовного публіцистичного дискурсу та преси в гендерному та когнітивному аспектах.*

**Ключові слова:** дискурс, гендер, мас-медіа, публіцистична преса.

*В статье обоснована актуальность лингвистических исследований дискурса масс-медиа, а также рассматриваются проблемы и перспективы изучения украинского англоязычного публицистического дискурса и прессы в когнитивном и гендерном аспектах.*

**Ключевые слова:** дискурс, гендер, мас-медиа, публицистическая пресса.

*The article proves the urgency of linguistic study of mass-media discourse and deals with the problems and perspectives of the Ukrainian English-speaking publicistic discourse and press investigation in the aspect of gender and cognitive linguistics.*

**Key words:** discourse, gender, mass-media, publicistic press.

Останні десятиліття дають початок ряду суттєвих змін у мовному житті України. Зростаючий доступ українців до новітніх інформаційних технологій робить країну дедалі відкритішою для зовнішніх впливів у сфері суспільно-політичного, інтелектуального, культурного життя, моралі, побуту тощо. Мова не залишається осторонь цього процесу [1, с. 48]. Одним з найпомітніших наслідків глобалізації є кількісне зростання та якісне урізноманітнення міжмовних контактів. Вони мають такі основні вияви: полікодовість дискурсу, перемикання кодів, змішування кодів, мовні запозичення. Полікодовість проявляється, зокрема, в існуванні ЗМІ, які практикують одночасне використання двох чи більше мов [1, с. 49].

Однозначно, найпоширенішими мовами масової комунікації в Україні залишаються українська та російська, однак останнім часом вчені відмічають активну експансію англійської мови. Значно зростає присутність англійської мови в інформаційно-комунікаційному просторі України. Поряд з українською та російською вона стає учасником боротьби за вплив на мовну свідомість та мовну діяльність українців.

За статистичними даними на сьогоднішній день в Україні англійською мовою виходять такі періодичні видання: "Kyiv Post", "The Day Weekly digest", "Kyiv Weekly", "Welcome to Ukraine", "The Ukrainian", українсько-англійські "День-Day", українсько-російсько-англійські "Best of security", "Experimental oncology", "Economist", дитячі "Dobrik", "Poznayko", спеціалізовані англомовні видання "Bulletin of National Bank of Ukraine", "Condensed Matter Physics", "The Ukrainian journal of business law", численні періодичні видання для тих, хто вчить та викладає англійську мову та ін.

Дані явища не можуть залишатись поза увагою мовознавців, психологів, політологів та інших фахівців. Лінгвісти досліджують явища білінгвізму, мас-медійної комунікації, міжкультурних контактів в руслі загальних тенденцій розвитку сучасного мовознавства та таких його галузей, як: дискурсивна, когнітивна, гендерна, функціональна лінгвістика та ін.

**Метою даної статті** є висвітлення особливостей дослідження сучасної англомовної преси України з позицій гендерної та когнітивної лінгвістики.

Питання про межі впливу ЗМІ на суспільство до цього часу залишається дискурсивним. Прихильники позитивного відношення до цього соціального інституту відмічають виключну роль ЗМІ в способі пізнання світу, в забезпеченні статичності та динаміки суспільства, в підтримці соціального впливу. Противники ЗМІ вважають їх могутньою деструктивною силою, що піддає особистість насиллям засобами фальсифікації, маніпуляції, вимушуючи і підштовхуючи до агресивних дій. При всій відмінності позицій і ті, і інші усвідомлюють, що ЗМІ не можуть не впливати на людину.

Вченим Хабермасом Ю. було запропоновано, а пізніше англо-американською комунікативістикою розвинуто концепцію медіатизації життєвого простору, згідно якої медіатизація – глобальний та інтенсивний процес впливу ЗМІ на суспільну свідомість. Розробка концепції медіатизації змусила дослідників по-новому подивитися на роль масової інформації в сучасному світі та надзвичайну здатність дискурсу мас-медіа впливати на світорозуміння адресатів [2, с. 59].

Розглянемо детальніше, що є предметом уваги когнітивної лінгвістики у вивченні мови масової комунікації. Перші когнітивістські теорії масової комунікації виникли ще у 60-ті роки минулого століття. Головною тезою дослідників даного напрямку є те, що поведінка людини детермінована її знаннями, які трактуються як інформованість. Різні напрямки в дослідженні когнітивних процесів в умовах мас-медійного дискурсу базуються на різних концептуальних основах, однак до предмету вивчення масової комунікації взагалі та преси зокрема з позицій когнітивістики відносять:

1. Процеси поширення повідомлень на рівні формування, закріплення та зміни установок щодо соціально важливих об'єктів;
2. Психологічну сторону процесів виникнення та функціонування громадської думки;
3. Способи спонукання людей до дії в зв'язку з об'єктами установок та переконань.

Когнітивістська інтерпретація зазначених явищ дозволяє розглянути вплив мас-медіа не лише як процес внесення знань в масову свідомість, а й як на процес взаємовпливу свідомостей [5, с. 23]. Отже, когнітивний рівень масової комунікації пов'язаний з процесом поширення соціально важливої інформації серед аудиторії, що включає значну частину суспільства. На когнітивному рівні слово "інформація" розуміється як "знання". Соціальні знання, що транслюються по макрокомунікативних каналах (загальні знання про світ, оцінно-нейтральні зразки поведінки, норми взаємостосунків суб'єктів різних соціальних статусів, культурні стереотипи) формують інформаційну базу для когнітивної діяльності соціальних суб'єктів. Вступаючи у масову комунікацію вони отримують можливість використовувати отриману інформацію як когнітивний інструмент у процесі формування їхніх понять, уявлень, ціннісних орієнтацій. Інформація має здатність довгий час залишатись на когнітивних рівнях індивідуальної та масової свідомості [6, с. 9]. Знання того, як людина дешифрує інформацію і як, з огляду на неї приймає рішення разом з вправним використанням мови надає адресантам ЗМІ значні можливості маніпуляції суспільною свідомістю [2, с. 60].

Завданням когнітивної лінгвістики є пошук відповіді на питання як з урахуванням законів когнітивної діяльності людини використовувати мовні засоби у мас-медійному дискурсі з метою підвищення перлокутивного ефекту повідомлень, а також шляхом інтерпретації мовних особливостей мас-медійного дискурсу визначити когнітивні процеси, механізми, елементи свідомості його суб'єктів.

Суб'єктами мас-медійного дискурсу є широка аудиторія, що суттєво різниться за своїми екзистенціальними та соціальними характеристиками. Враховуючи принцип антропоцентризму, що є парадигмальним на даному етапі розвитку мовознавства, ігнорування зазначеної обставини не забезпечує бажаного результату жодного лінгвістичного аналізу. Однією з галузей лінгвістики, що здійснює дослідження дискурсу з урахуванням соціальних та екзистенціальних характеристик суб'єктів (гендерної приналежності) є гендерна лінгвістика.

Дослідження мас-медійного дискурсу з позицій гендерної лінгвістики обумовлене наступними обставинами:

- гендер є категорією соціокультурною, конструйованою в процесі дискурсивної та інтерактивної взаємодії індивідів у соціальному контексті [4; 5].
- гендер є соціально значимою категорією, що часто має значний вплив на соціальний, культурний, політичний, матеріальний статус особистості чи соціальної групи;
- гендер як соціально значима категорія є предметом мас-медійного дискурсу, а отже, враховуючи принцип двосторонньої взаємодії мови та дійсності, одночасно і відображається і конструюється в ньому;
- мас-медійний дискурс зазнає варіацій залежно від гендерної приналежності його суб'єктів;
- гендер як соціально значима категорія є об'єктом стереотипів, установок, ціннісних орієнтацій, фреймів окремих індивідів, соціальних груп та соціуму цілому з урахуванням культурно-історичних умов.
- Якісна характеристика гендера як предмету мас-медійного дискурсу може бути виявлена шляхом кореляції когнітивних елементів свідомості суб'єктів комунікації з гендерно маркованими мовними засобами, які використовуються комунікантами;

У спільному фокусі гендерної та когнітивної лінгвістик є мовні засоби, що репрезентують когнітивні утворення та процеси колективної та індивідуальної свідомості мовців з різною гендерною приналежністю.

Слід зауважити, що даний (гендерно-когнітивний) аспект лінгвістичного дослідження вітчизняного мас-медійного дискурсу (а особливо того його сегменту, що представлений англomовними друкованими виданнями) на даний час є мало розробленим, хоч і актуальним. Звичайно, існують роботи, які висвітлюють окремі сторони обговорюваних явищ та процесів. Так, над дослідженням мас-медійного дискурсу працюють: Кудрявцева Л.О., Дядечко Л.П., Дорофєєва О. М., Філатенко І. О., Черненко Г. А. та ін. На теренах вітчизняної гендерної лінгвістики здійснюють свої дослідження Борисенко Н. Д., Бессонова О.Л., Козачишина О.Л., Мартинюк А.П., Піщикова К. В., Дудолодова А. В. та інші. Проблемами когнітивної лінгвістики зацікавлена значно більша кількість мовознавців, однак одночасно зосереджують увагу і на когнітивному, і на гендерному аспектах лише окремі: Дудолодова О. В. (аналіз мовних гендерних репрезентацій як знаків-стереотипів), Мартинюк А. П. (вивчення гендерно-маркованих мовних одиниць як структурних елементів фреймів), Бессонова О. Л. (когнітивний та гендерний аспекти вивчення оцінного тезаурусу англійської мови) та інші.

Вказані нами науковці, а також ряд інших обмежуються вивченням лише окремих аспектів зазначеної проблеми і поки що не дають цілісного уявлення про її суть, а отже не вичерпують її. Додамо також, що на даний момент нараховується дуже мало робіт присвячених англomовному публіцистичному дискурсу України, який активно розвивається на сучасному етапі. Усе зазначене переконує у актуальності та перспективності досліджень української англomовної публіцистичної преси з позицій когнітивної та гендерної лінгвістики.

#### Література:

1. Ажнюк Б. М. Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації / Б. М. Ажнюк // Мовознавство. – 2003. – №3. – С. 48-54.
2. Кудрявцева Л. О. Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експресія-вплив-маніпуляція / Кудрявцева Л. О., Дядечко Л. П., Дорофєєва О. М., Філатенко І. О., Черненко Г. А. // Мовознавство. – 2005. – №1. – С. 58-66.
3. Лисенко В. ЗМІ і громадська думка: технології маніпулювання / В. Лисенко // Персонал. – 2004. – №9. – С.14-21.
4. Мартинюк А. П. Конструювання гендера в англomовному дискурсі / Алла Петрівна Мартинюк. – Харків : Константа, 2004. – 292 с.
5. Мельник Г. С. MASS MEDIA: психологические процессы и эффекты / Г.С. Мельник // Санкт-Петербург : Изд. С.-Петер-го ун-та, 1996. – 160 с.
6. Kostenko N. Experience of content analysis: Models and Practices: Monograph / Kostenko N., Ivanov V. – K. : Center for Free Press, 2005. – 234 p.