

Підґрунтям розвитку лінгвістичної думки та термінології у граматиці В. Сімовича вважаємо, зіставлення авторських роздумів над мовою та термінологією із його сучасниками, бо ж як писав вчений, більшість граматик він залучив та опрацював при укладанні цієї праці. Додамо, що й українська народна думка є неодмінно цінним фактором, який шліфував мову, вбирав її ознаки через авторське розуміння, що дає підстави визнати лінгвістичний смак автор, а також той шлях, яким вчений виробляв українську мову, а з нею разом й українську термінологію.

У «Граматиці української мови» В. Сімовича зафіксовано схильність до використання термінів дублетів, що підкреслює індивідуальну авторську позицію, яку не вважаємо чимось нищівним, бо час вимагав виробляти та формувати терміноодиниці синтаксису.

У пізнішому часі з'явилась «Українська мова: практично-теоретичний курс: підручник для вищих шкіл» (1926) П. Горещького, І. Шаля, яка не подає окремого висвітлення розділу синтаксис, тому зустрічаємо не значну кількість синтаксичних термінів. Проте праця становить особливий інтерес з погляду фіксації характеристик наданих словосполученню: *погодження слів (с. 33), погоджені слова (с. 33), керовані слова (с. 33), слова залежні (с. 33), зв'язок залежності (с. 33), зв'язок прилягання (с. 34), прилежні слова (с. 34), словосполучення (с. 91), речення (с. 92), граматичне словосполучення (с. 92), присудок (с. 93), присудок зложений (с. 93), підмет або діяльник (подлежащее) (с. 93), інші члени речення (с. 94), неповні речення (с. 95), безособові речення (с. 95), граматичний підмет (с. 96), присудковий іменник (с. 97), іменник присудковий (с. 97), неповне речення (с. 139)* [1].

Опрацьовані граматики дозволяють виокремити цей період як етап наукового переосмислення понять у галузі синтаксису на Україні. Ці праці подають дещо новий погляд на цей розділ мовознавства, оскільки з часом відбулась переоцінка доробку попередників та унаслідок трансформування їхні ідеї ввійшли у нове русло, яке направлялось у бік вироблення національної термінології. Підкреслимо, що зафіксовані синтаксичні терміни у цей період складають особливу цінність для вивчення синтаксису, оскільки увібрали в себе не тільки відбиток часу, а й представляють вироблення термінів на україномовному ґрунті, і це дає право стверджувати, що попри калькування з інших мов, які могли простежуватись раніше, над виробленням лінгвістичної термінології, зокрема й синтаксичної, ці терміни сфокусували в собі єднання та переплітання ідейної вчених по всій території України.

Розмаїття запропонованих термінів на позначення одиниць синтаксису вражає, бо тут виявляється оригінальний підхід до класифікації типів та структур речень, де погляди вчених, як бачимо, не завжди збігаються, тим самим розкривається їх впровадження синтаксичної термінології української мови. Проаналізовані терміни характеризуються відносною стійкістю, системністю та відтворюють результат розвитку мовознавчої науки, шлях становлення сучасної української синтаксичної термінології.

#### Література:

1. Горещький П. Українська мова: практично-теоретичний курс : підручник для вищих шкіл / П. Горещький, І. Шаля. – Київ : Книгоспілка, 1926. – 208 с.
2. Залозний П. Коротка граматики української мови / П. Залозний. – К., 1912. – 64 с.
3. Коцовський В. Методична граматики руської мови / В. Коцовський, І. Огоновський. – Львів, 1912. – 98 с.
4. Медведь О. Динамічність складу наукової термінології (на прикладі української термінології граматики) / О. Медведь // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія «Проблеми української термінології». – 2010. – № 676. – С. 41–44.
5. Москаленко Н. Нарис історії української граматики термінології / Н. Москаленко. – Київ : Рад. школа, 1959. – 224 с.
6. Огієнко І. Українська граматики література / І. Огієнко. – К., 1908. – 20 с.
7. Огієнко І. Українська граматики термінологія. Історичний словник української граматики термінології з передмовою про історію розвитку її / І. Огієнко. – К., 1908. – 79 с.
8. Сімович В. Граматики української мови / В. Сімович. – Ляйпціг, 1919. – 584 с.
9. Шерстюк Г. Коротка українська граматики для школи / Г. Шерстюк. – Ч. І. – Полтава, 1907. – 56 с.
10. Шерстюк Г. Українська граматики для школи / Г. Шерстюк. – Ч. II, Складня. – К., 1909. – С. 3.

УДК 811.11'27

Л. С. Козуб,

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

## СОЦІОЛІНГВІСТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ ЕЛЕКТРОННИХ МАС-МЕДІА

*Стаття присвячена дослідженню особливостей взаємодії соціальних факторів та лінгвальних засобів в електронному масмедійному дискурсі і зумовлена спрямуванням сучасних лінгвістичних досліджень на поглиблене вивчення різних типів медіа-текстів, їх соціолінгвістичної і комунікативної специфіки та прагматичного спрямування.*

**Ключові слова:** соціальні фактори, лінгвальні засоби, екстралінгвальні засоби, електронний медіа-дискурс, соціолінгвістичний аналіз.

### СОЦИОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННЫХ ЭЛЕКТРОННЫХ МАС-МЕДИА

*Стаття посвящена исследованию особенностей взаимодействия социальных факторов и лингвистических средств в электронном масмедийном дискурсе и обусловлена интересом современных исследователей к изучению разных типов медиа-текстов, их социолингвистической и коммуникативной специфики, а также прагматической направленности.*

**Ключевые слова:** социальные факторы, лингвистические средства, экстралингвистические средства, электронный медиа-дискурс, социолингвистический анализ.

### SOCIOLINGUISTIC PECULIARITIES OF MODERN ELECTRONIC MEDIA

*The article deals with the study of social factors and linguistic means correlation in electronic media discourse. It contributes to a number of linguistic investigations of different types of media, their sociolinguistic, communicative and pragmatic peculiarities. According to most scientists, sociolinguistic study of a text (oral or written) presupposes the analysis of the language which is used to implement the author's thoughts and views, linguistic means which help to achieve this purpose, the addresser, the addressee, the aim and conditions under which the message is sent. This means that stating certain linguistic peculiarities of the analyzed text is not enough for sociolinguistic analysis. It is important to trace the correlation between these components and extralinguistic factors. The author emphasizes that one of the main stages of sociolinguistic analysis of*

*electronic media is the study of social factors and their impact on linguistic means usage in the analyzed texts. Since language and speech are linked with the society, they reflect gender, age, religious and ethnic characteristics of the participants of communication, as well as their social status. The research reveals that these factors largely determine the choice of the speaker, particularly the choice of lexical and syntactic units, intonation patterns and communication strategies. The study proves that only complex interaction of linguistic and extralinguistic means contributes to effective communication. Due to this interaction the addresser effectively conveys information to the recipient and ensures maximum influence on him.*

**Key words:** social factors, linguistic means, extralinguistic means, electronic media discourse, sociolinguistic analysis.

Розвиток сучасних засобів комунікації став причиною появи нових текстових об'єктів, зокрема електронних текстів, які функціонують у всесвітній мережі Інтернет. Поява великої кількості таких текстів пояснюється збільшенням кількості наукових, зокрема, лінгвістичних праць, присвячених їхньому вивченню. Дедалі частіше з'являються розвідки, в яких досліджуються поняття і категорії електронних текстів, вивчаються їх когнітивні характеристики, комунікативно-прагматичні властивості тощо. При цьому досить актуальним залишається вивчення соціолінгвістичних особливостей електронного дискурсу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На важливості дослідження впливу соціального середовища на функціонування мови в комунікативних ситуаціях та аналізу особливостей його відображення в системі мови наголошують В. Д. Бондалетов [2, с. 15], А.Г. Ніколенко [9, с. 16], К.С. Серажим [11, с. 6], О.Д. Швейцер [16, с. 481]. Представники західних лінгвістичних традицій вказують на необхідність здійснення соціолінгвістичного аналізу мови масмедійного дискурсу на макро- та мікро-рівнях. Особливість функціонування мови на макро-рівні полягає у її взаємодії із суспільством в цілому, із багатомовним середовищем, а також у поясненні причини мовних норм та мотивації. Мікро-рівень дає змогу вченим дослідити лінгвістичні особливості міжособистісної взаємодії, причини існування соціальних та регіональних діалектів, а також їх вплив на літературні стандарти мови у мас-медіа [17, с. 10; 18, с. 17].

Науковці виділяють низку соціальних факторів, які перебувають у тісному взаємозв'язку і є складним соціолінгвістичним утворенням. При цьому різні аспекти функціонування суспільства дозволяють виділити наступні чинники соціального впливу на мову: соціально-демографічний, соціокультурний та власне соціальний. Серед них вчені називають наступні фактори: вік, стать, етнічна приналежність, професія, соціальний статус, віросповідання. Найвпливовішими з цих факторів є соціальний статус та професія [2, с. 14; 4, с. 24; 16, с. 481].

**Метою** дослідження є встановлення специфіки взаємодії соціальних факторів та лінгвальних засобів для реалізації прагматичного спрямування текстів сучасних електронних засобів масової інформації.

**Виклад основного матеріалу.** Зважаючи на те, що вибір лінгвальних засобів значною мірою залежить від врахування рольових взаємин учасників спілкування, їх статусу та рівня освіти, результати соціолінгвістичних досліджень підтверджують необхідність передбачення цих показників у цільовій аудиторії сучасних мас-медіа [6, с. 73; 4, с. 5]. При цьому беручи до уваги те, що аудиторія засобів масової інформації (далі ЗМІ) є неоднорідною та масовою, зазначені соціальні фактори можуть враховуватись лише частково.

Вагомим фактором для адресанта є його соціальний статус адресата. Саме від нього залежить вибір лінгвальних засобів під час спілкування. Так, недоречно використання певних лексем у повідомленнях, адресованих людям із низьким соціальним статусом може спровокувати звинувачення адресанта у дискримінації та відсутності культури. Для ЗМІ це має особливе значення, оскільки необережність висловлювань може бути причиною судових позовів та вимагання компенсацій за завдання моральної шкоди [4, с. 4].

Науковці також зауважують, що на лексичному мовному рівні простежується наближення мови ЗМІ до мови людей із середнім, а іноді навіть і з низьким соціальним статусом, яка характеризується частим вживанням діалектизмів, сленгу та жаргонізмів. Середній прошарок населення спілкується мовою як засобом єдності цієї соціальної групи. Вживання літературної мови трактується як намагання виділитись та виокремитись від групи. Це, у свою чергу, стає причиною зниження частотності вживання літературної мови, якою, зазвичай, користуються люди із високим соціальним статусом [9, с. 58; 7, с. 207]. Необхідно також відзначити, що між рівнем культурного розвитку та соціальним статусом особистості не завжди існує прямий зв'язок.

Аналізуючи соціолінгвістичну специфіку масової комунікації С. І. Трескова виділяє три групи проблем. До першої групи вона відносить питання, пов'язані із вивченням лінгвістичної специфіки мови та особливостей стилю ЗМІ. Друга група проблем охоплює аналіз співвідношення лінгвістичних та соціальних факторів, спрямованих на встановлення механізму мовної варіативності та характеру соціальної обумовленості модифікацій різних рівнів мови. У третій групі питань перед дослідником постає завдання власне соціологічного вивчення меж функціонування мови в конкретній мовній ситуації та визначення реального включення аудиторії ЗМІ в процес масової комунікації [13, с. 138].

Соціолінгвістичні особливості ЗМІ залежать від типу передачі інформації. Так, С. В. Демченко виділяє дві концептуальні моделі масової комунікації. Трансмійна модель вказує на те, що масова комунікація є, перш за все, процесом передачі інформації від адресанта до адресата. Досить часто він спрямований в одному напрямку. Основою символічного типу моделі є уявлення про масову комунікацію як про акт спілкування, певний обмін значеннями-символами відправника повідомлення та реципієнта. Таким чином, масова комунікація набуває діалогічного характеру [3, с. 194].

Основним принципом виміру в соціолінгвістиці ЗМІ науковці вважають принцип комплексного багатолінгвістичного співвідношення множинних лінгвальних засобів та соціальних факторів. Цей принцип використовується для аналізу лінгвістичної варіативності з погляду синхронії та діакронії. При цьому враховується прояв цієї варіативності у різних типах медіа-текстів та в різних умовах взаємодії суспільства та мас-медіа. Зазначений принцип ґрунтується на теоретичній концепції залежності мови від різнорівневих екстралінгвальних факторів [14, с. 39; 1, с. 26; 5, с. 52].

Два основні параметри текстів ЗМІ виокремлює Ю. Узунова: змістовно-адресний та функціонально-формальний, для якого основою є функціонально-комунікативна типологія текстів [15, с. 24]. Поряд із наведеними параметрами необхідно зазначити діалогізацію тексту, що сприяє впливу на аудиторію в умовах дистанційного спілкування. Ця тенденція проявляється у використанні специфічних семіотичних прийомів та мовних засобів (лексичних, стилістичних, інтонаційних тощо), які моделюють або передбачають реакцію аудиторії. До таких засобів можна віднести пряме звертання, звертання-вибуку, риторичні запитання, експресивну інтонацію, ритм та жести. Завданням цих прийомів діалогізації мови текстів ЗМІ є персоналіфікація спілкування та створення ефекту особистісної орієнтації в мас-медіа [5, с. 45; 10, с. 46].

Досліджуючи соціолінгвістичні особливості масової комунікації, С. І. Трескова виділяє три рівні соціолінгвістичного аналізу: лінгвістичний, комунікативний, інформаційно-змістовий [13, с. 16]. Перший рівень (лінгвістичний), на її думку, містить власне мовний матеріал, вибір і організація якого зумовлені, з одного боку, інформаційно-змістовим, а з іншого – комунікативним рівнем, тобто самою ситуацією і умовами спілкування.

Соціолінгвістичний вимір будь-якого тексту (усного чи письмового) більшість науковців формулює як аналіз того, якою мовою, за допомогою яких мовних засобів, хто, кому, з якою метою та за яких умов повідомляє [5, с. 46; 12, с. 99; 14, с. 75]. Це означає, що для соціолінгвістичного аналізу недостатньо констатації певних мовних особливостей досліджуваного тексту, а важливо простежити співвідношення між цими компонентами та екстралінгвальними факторами. Саме такими є інформаційно-змістові та комунікативні параметри, до яких доречно віднести тематику, компоненти і умови спілкування, тобто ті ознаки, які, не будучи явищами лінгвістичними, так чи інакше впливають на вибір і організацію мовних засобів.

Відбір лінгвістичних, комунікативних та змістово-інформаційних параметрів у медіа-текстах здійснюється з використанням двох стратегій: інтенсивної та екстенсивної. Основною метою інтенсивної стратегії є виявлення соціально значущих лінгвальних засобів із чіткими ознаками соціальної диференціації. Уточнити стереотипи співвідношення лінгвальних засобів та соціальних факторів, а також виявити характер цих співвідношень допомагає екстенсивна стратегія [1, с. 19].

Слід звернути увагу і на те, що на професійну діяльність журналістів значно впливають регіональні та соціальні діалекти. Людина як представник певного географічного регіону може належати до кількох соціальних груп одночасно. Це стає причиною інтерференції кількох соціальних ролей, а отже і видозміни особливостей мовлення. Вплив регіональних та соціальних діалектів є досить помітним у діяльності регіональних та загальнонаціональних ЗМІ. У мовленні журналістів регіональних мас-медіа простежується вживання діалектизмів та інтонацій, що характерні для цього регіону. У загальнонаціональних ЗМІ журналісти, зазвичай, дотримуються літературної мови [17, с. 168].

Дослідження англійської мови масмедійного дискурсу свідчить про те, що на сьогодні з'являються ЗМІ, які використовують мову соціальних меншин. Так, досить поширеним явищем є використання в англійській і американській телевізійній рекламі не лише локальних, але й іншомовних акцентів. За твердженням носіїв мови, використання акценту як соціолінгвістичної особливості телереклами обумовлене насамперед необхідністю спрямування впливу рекламного повідомлення на певні соціальні групи адресатів. Таке вживання розраховане насамперед на іноземців (мексиканців, іспанців, індусів), які проживають на території США та Великої Британії. З погляду мовознавчих дисциплін інтенсивне використання мов етнічних меншин у сфері ЗМІ дає змогу науковцям проводити дослідження у галузях перекладознавства, когнітивної лінгвістики та теорії тексту [18, с. 83].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Викладене свідчить, що одним із основних етапів соціолінгвістичного аналізу текстів електронних ЗМІ є вивчення соціальних факторів та їх вплив на реалізацію лінгвальних засобів у досліджуваних текстах. Оскільки мова і мовлення нерозривно пов'язані з суспільством, вони відображають гендерні, вікові, релігійні та етнічні особливості учасників комунікації, а також їх соціальний статус. Наведений аналіз свідчить про те, що всі ці фактори значною мірою визначають вибір мовцем лексичних і синтаксичних одиниць, інтонаційних моделей та стратегій спілкування. При цьому саме комплексна взаємодія лінгвальних і позалінгвальних засобів сприяє створенню високого ступеня звертання відправника інформації до реципієнта і здійснення на нього максимального впливу.

Отримані результати можуть сприяти подальшому поглибленому вивченню соціолінгвістичних особливостей текстів сучасних засобів масової інформації.

#### Література:

1. Безменова Н. А. Роль языка в средствах массовой коммуникации / Н. А. Безменова, Л. Г. Лузина. – М. : ПИК ВИНТИ, 1986. – 253 с.
2. Бондалетов В. Д. Социальная лингвистика / В. Д. Бондалетов. – М. : Просвещение, 1987. – 160 с.
3. Демченко С. В. Масовокомунікаційна діяльність в сучасній Україні (теоретичний аспект) / С. В. Демченко // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія: Філологія. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. – Вип. 51. – С. 194–196.
4. Засурский Я. Н. Социологический аспект журналистской науки / Я. Н. Засурский // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – М., 2006. – №1. – С. 3–6.
5. Зильберт Б. А. Социопсихолінгвістическое исследование текстов радио, телевидения, газеты / Б. А. Зильберт. – Саратов : Изд-во Саратовск. ун-та, 1986. – 210 с.
6. Колесниченко А. В. Что говорят и чего не договаривают рейтинги? / А. В. Колесниченко // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2006. – № 4. – С. 65–81.
7. Конюхова Л. Основні тенденції в лексиці сучасних ЗМІ: позитивні та негативні моменти / Л. Конюхова // Пам'ять століть. – 2004. – № 3–4. – С. 206–209.
8. Михальченко В. Ю. Язык и культура: социолінгвістический аспект / В. Ю. Михальченко // Вопросы филологии. – 2004. – № 2. – С. 89–92.
9. Ніколенко А. Г. Соціальні аспекти мовлення / А. Г. Ніколенко. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2005. – 256 с.
10. Потапова М. Д. От профессионального журналиста к профессиональному коммуникатору / М. Д. Потапова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2006. – № 3. – С. 34–51.
11. Серажим К. С. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філол. наук: спец. 10.01.08 / К. С. Серажим. – К., 2003. – 19 с.
12. Страшнов С. Массовое медиаобразование и участие в нем журналистов-практиков / С. Страшнов // Вестник Воронежского государственного университета – 2007. – Вип. 3–4. – С. 98–100.
13. Трескова С. И. Социолінгвістические проблемы массовой коммуникации / С. И. Трескова. – М. : Наука, 1989. – 152 с.
14. Туманян Э. Г. Язык и массовая коммуникация: Социолінгвістические исследования / Э. Г. Туманян. – М. : Наука, 1984. – 277 с.
15. Узунова Ю. Роль СМИ в формировании языковой культуры общества / Ю. Узунова // ALMA MATER : Вестник высшей школы. – 2006. – № 3. – С. 23–25.
16. Швейцер А. Д. Социолінгвістика / А. Д. Швейцер // Лингвістический энциклопедический словарь. – М., 1990. – С. 481–482.
17. McKay S. L. Sociolinguistics and Language Teaching / S. L. McKay, N. H. Hornberger. – New York : Cambridge University Press, 1996. – 437 p.
18. Trudgill P. Sociolinguistics: An Introduction to Language and Society / P. Trudgill. – Harmondsworth : Pelican Books, 1983. – 187 p.