

доктор філологічних наук,  
професор кафедри  
англійської філології  
Східноєвропейського національного  
університету імені Лесі Українки

магістрант кафедри  
англійської філології  
Східноєвропейського національного  
університету імені Лесі Українки

## ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ПОЗИЦІЇ СУБ'ЄКТА ДИСКУРСИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІАПУБЛІКАЦІЯХ І ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ

**Постановка проблеми.** У сучасному світі людина все частіше відмовляється від бачення подій навколишнього світу з єдиної точки зору й усвідомлює важливість урахування розмаїття думок і перспектив у суспільній свідомості. В інформаційну добу, коли новини розповсюджуються миттєво, долаючи тисячі кілометрів за секунди, дискурс відіграє ключову роль у конструюванні людьми власних версій реального світу навколо них.

Актуальність запропонованої розвідки є очевидною, адже багатогранність і багатовимірність навколишньої дійсності сприяє виникненню імовірнісного мислення, провокуючи вибудовування суб'єктами різноманітних, іноді суперечливих позицій стосовно різних проблем цієї дійсності. У статті розглядається мовне втілення позицій, що займаються суб'єктами під час їх дискурсивної діяльності в англійськомовних медіапублікаціях про Україну.

**Аналіз досліджень.** Поняття позиції суб'єкта дискурсивної діяльності (англ. *stance*, далі – позиція СДД) набуває все більшої популярності серед мовознавців (Д. Байбер [4], Дж. дю Буа [5], Р. Енглбретсон [6], Е. Фінеган [4], А. Джафф [8], Б. Джонстон [9], С. Ханстон [7]). Уперше вжитий у вітчизняній лінгвістиці О. Морозовою [1], до наукового обігу термін «станс» був уведений британськими мовознавцями Д. Байбером і Е. Фінеганом, які визначали його як судження, в якому виражені знання, ставлення й почуття мовця стосовно пропозиційного змісту повідомлення [4, с. 124]. Не маючи змоги пізнати своє оточення інакше, ніж у спілкуванні, мовці довідуються один про одного та про світ навколо себе за допомогою позиціонування в дискурсі, що робить станс основним засобом спільної ідентифікації та взаємного узгодження інтенцій.

А. Джафф трактує позицію СДД як продуктивний засіб концептуалізації процесів мовленнєвого індексування зв'язків між індивідуальною дискурсивною діяльністю та соціальним значенням [8, с. 4]. Згідно з А. Джафф, цілком нейтральної позиції щодо власного висловлення не існує, адже нейтральність уже є позицією [8, с. 3]. Ми дотримуємося визначення позиції СДД, запропонованого В. Ущиною, як сукупності виявів ставлення мовця до предмета мовлення та/або до інших учасників комунікації, що реалізуються в дискурсі вербальними й невербальними засобами [2, с. 1].

**Мета й завдання статті.** Протягом останніх років наша країна живе в стані війни. Під цим твердженням маються на увазі не лише бойові дії, що розгортаються на Сході держави, а й інформаційні баталії українських і російських медіа. ЗМІ обох країн займають діаметрально протилежні позиції, і, як наслідок, одні й ті самі події висвітлюються ними абсолютно по-різному. Аудиторії важко визначити, хто залишився відданим правді, а хто вирішив переробити її під себе. Пролити світло на цю ситуацію може думка незацікавленої сторони, роль якої виконують іноземні ЗМІ.

Мета нашого дослідження полягає у визначенні специфіки позицій СДД англійськомовних періодичних видань і їх ролі у формуванні іміджу України й Росії у світі. Завданням нашої розвідки є проведення аналізу лінгвостилістичних засобів, використаних для вербалізації позицій СДД в англійськомовних медіапублікаціях.

**Виклад основного матеріалу.** Журналісти зазвичай використовують комунікативні стратегії, за допомогою яких намагаються сформувані нейтральні позиції. Але не варто ототожнювати автора тієї чи іншої медіапублікації з реальною особистістю. Суб'єктна позиція автора медіатексту – це просто «голос» газети, журналу, видання або й цілої держави [3, с. 250]. Як приклад можна навести Великобританію. На політичній арені дії Об'єднаного Королівства характеризуються поміркованістю. Британські дипломати досить стримані й уникають гострих кутів. Те саме стосується їхньої преси: презентуючи факти, кореспонденти намагаються бути якомога об'єктивнішими, тому досить часто їхнє справжнє ставлення до описаного залишається таємницею. Подібний ефект нерідко досягається за допомогою використання різноманітних лінгвостилістичних засобів.

Приклад 1. “*The Ukrainians starting a new life – in Russia*” [10].

У прикладі 1 наведено заголовок статті кореспондента Шона Вокера, яка вийшла друком у щоденній газеті Великобританії «The Guardian». Його оригінальність полягає у використанні бафосу – стилістичного засобу, протилежного градації. Різкий спад, що забезпечується обставиною місця *in Russia*, руйнує позитивні очікування стосовно долі українців, які могли виникнути після фрази “*The Ukrainians starting a new life*”.

Ознайомлення із заголовком може навести на думку, що прихильність автора медіатексту на боці Російської Федерації. Однак ширший контекст публікації дає можливість зрозуміти, що позиція оповідача не зовсім очевидна. Текст статті в переважній більшості складається з розповідей людей, з якими спілкувався журналіст. Одна з них – жінка, сім'я якої після початку конфлікту на Сході України вирішила шукати кращого життя на теренах Росії:

Приклад 2. *“It’s a scary feeling when you land at the end of the earth and you literally know nobody,” said Tatyana Kurlayeva while sipping a cappuccino in a cafe in Magadan, a bleak city in the far east of Russia.*

*Kurlayeva, 32, fled to Magadan in 2014 from her hometown of Komsomolsk, near Donetsk in east Ukraine. She was one of dozens of refugees from the conflict zone to make a new life in Russia’s former Gulag capital. Across Russia, hundreds of thousands of east Ukrainians have arrived since the conflict started.*

*Some want to return now the fighting has stopped but many more want to stay. Icy Magadan is more than 4,000 miles from east Ukraine, but Kurlayeva has chosen to make it her new home” [10].*

У наведеному фрагменті (приклад 2) враження Тетяни Курлаєвої від пережитого передано за допомогою прямої мови. Слова автора, наведені далі, пропонують короткий опис ситуації, у якій опинилася жінка. Крім того, коментар оповідача розкриває неоднозначне ставлення до РФ. Зокрема, для опису Магадану використовуються епітети з негативними конотаціями *bleak* і *icy*, а також алюзія на сумнозвісну історію СРСР – *Russia’s former Gulag capital*. Усі зазначені стилістичні засоби мають негативне забарвлення.

Євген Васілі – це ще одна людина, з якою спілкувався Шон Вокер. Історія Євгена дещо інша – після окупації Донеччини чоловік переїхав до Києва:

Приклад 3. *“I understood I didn’t feel comfortable in my own city,” said Evgeny Vasili, who ran a bar called Spletni in Donetsk. “For me, what was going on in Donetsk was wild, and I didn’t understand it, and was disgusted by the behaviour of rebels. I realised I couldn’t keep living there.”*

*Vasili moved to Kiev and took Spletni with him. The bar is now open in Kiev, with the same furniture, the same lighting and even the same weathered Soviet hardback books that propped up the bar in Donetsk. He rented a truck to take everything across the frontlines in late 2014 and reassembled the bar in central Kiev” [10].*

Приклад 3 є ілюстрацією того, що автору важливо показати ситуацію з різних ракурсів: у пошуках мирного неба над головою люди вирушають і до Росії, і до України.

Незважаючи на те, що автор як суб’єкт дискурсивної діяльності формує свою позицію стосовно Росії за допомогою вербалізації не надто улюбленої оцінки, використовуючи перелічені стилістичні засоби, це не мало позитивного впливу на конструювання іміджу нашої країни. Свою оцінку Україна отримує через порівняння росіян та українців, а саме їхнього ставлення до переселенців зі Сходу:

Приклад 4. *“When people found out where we were from, they immediately helped us. Everyone here is so friendly,” she said” [10].*

У наведеному прикладі (4) Тетяна Курлаєва характеризує жителів Магадану, використовуючи лексичну одиницю *friendly*, і вказує на їхню готовність допомогти переселенцям.

Натомість у прикладі 5 Євген Васілі описує жителів Києва за допомогою прикметника «підозріливі» (*suspicious*), як таких, що не хочуть допомагати своїм співвітчизникам, котрі опинилися в біді. У такий спосіб вибудовується протиставлення між Росією й Україною: *friendly – suspicious, they immediately helped us – we have had no help*, за допомогою якого Росія змальовується з позитивного боку, а Україна – навпаки, із негативного.

Приклад 5. *“It’s hard to rent a flat when you have a Donetsk registration. People are suspicious of you. We have had no help from the government or anyone else” [10].*

Спостерігаємо, що позиція автора статті – суб’єкта дискурсивної діяльності конструюється за допомогою різноманітних лінгвостилістичних засобів, до яких належить також і цитування – засіб, що надає висловленій позиції навмисної автентичності й достовірності, а отже, може трактуватися як засіб маніпуляції масовим читачем.

**Висновки.** У ході аналізу специфіки позиції суб’єкта дискурсу англomовних періодичних видань було виявлено, що для її вербалізації використовуються такі лінгвостилістичні засоби, як пряма мова, епітети, алюзія, протиставлення. Пряма мова надає медіатексту об’єктивності, а позиціям, сформульованим у статті, – достовірності. Епітети, алюзія й антитеза є засобами формування іміджу держав-опонентів України та Росії. Однак варто зазначити, що окреслення іміджу цих країн не обмежується згаданими вище лінгвостилістичними засобами.

У цьому ми вбачаємо перспективу наших подальших наукових пошуків.

#### Література:

1. Морозова І. Stance: позиція суб’єкта дискурсивної діяльності. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія Філологія. 2011. Т. 14. № 1. С. 87–93.
2. Ущина В. Позиціонування суб’єкта в сучасному англomовному дискурсі ризику: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук: спец. 10.02.04 «Германські мови». Київ, 2016. 34 с.
3. Ущина В. Позиціонування суб’єктів у предметній ситуації ризику (на матеріалі англomовного медіадискурсу). Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2013. № 19. С. 246–252.
4. Biber D., Finegan E. Styles of stance in English: Lexical and grammatical marking of evidentiality and effect. Text. 1989. Vol. 9, Issue 1. P. 93–124.
5. Du Bois J. The Stance Triangle. Stancetaking in Discourse / ed. by R. Englebretson. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2007. P. 139–182.

6. Englebretson R. Stancetaking in Discourse: An Introduction. Stancetaking in Discourse: Subjectivity, Evaluation, Interaction / ed. by R. Englebretson. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 2007. P. 1–25.
7. Hunston S., Tompson G. Evaluation in Text: Authorial Stance and the Construction of Discourse. Oxford: Oxford University Press, 2000. 225 p.
8. Jaffe A. Introduction: The Sociolinguistics of Stance. Stance: Sociolinguistic Perspectives / Ed. by A. Jaffe. Oxford: Oxford University Press, 2009. P. 3–28.
9. Johnstone B. Stance, style, and the linguistic individual. Stance: Sociolinguistic Perspectives / ed. by A. Jaffe. Oxford: Oxford University Press, 2009. P. 29–54.
10. Shaun Walker. The Ukrainians starting a new life – in Russia. The Guardian. 2016. URL: <https://www.theguardian.com/world/2016/jan/05/ukrainian-russia-refugee-conflict>.

#### Анотація

### **В. УЩИНА, Б. ШМИГОВСЬКА. ЛІНГВОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ ПОЗИЦІЇ СУБ'ЄКТА ДИСКУРСИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В АНГЛОМОВНИХ МЕДІАПУБЛІКАЦІЯХ І ЇХНІЙ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ**

У статті досліджується специфіка позицій суб'єктів дискурсивної діяльності англomовних періодичних видань. Проводиться аналіз лінгвостилістичних засобів, використаних для вербалізації позицій СДД в англomовних медіапублікаціях. Основна увага зосереджена на ролі позицій СДД у формуванні іміджу України.

**Ключові слова:** позиція суб'єкта дискурсивної діяльності, медіатекст, лінгвостилістичний засіб, імідж.

#### Аннотация

### **В. УЩИНА, Б. ШМИГОВСКАЯ. ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ ПОЗИЦИИ СУБЪЕКТА ДИСКУРСИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИАПУБЛИКАЦИЯХ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА УКРАИНЫ**

В статье исследуется специфика позиций субъектов дискурсивной деятельности англоязычных периодических изданий. Проводится анализ лингвостиллистических средств, использованных для вербализации позиций СДД в англоязычных медиапубликациях. Основное внимание сосредоточено на роли позиций СДД в формировании имиджа Украины.

**Ключевые слова:** позиция субъекта дискурсивной деятельности, медиатекст, лингвостиллистическое средство, имидж.

#### Summary

### **V. USHCHYNA, B. SHMYHOVSKA. LINGUO-STYLISTIC MEANS OF STANCE-TAKING IN THE ENGLISH MEDIA AND THEIR IMPACT ON THE UKRAINE'S IMAGE FORMATION**

The article deals with the discourse stance-taking in various English media publications. The stylistic means used to verbalize stance in the English-language periodicals are analyzed. The main focus is on their role in the formation of the image of Ukraine.

**Key words:** stance, media text, linguostylistic means, image.