

.....
МЕДІЙНА ПРОБЛЕМАТИКА
В МОДЕРНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

УДК 811.161.2: 81`27

Шевченко Л.І.

**СОЦІУМ, КУЛЬТУРА, МЕДІЙНИЙ ІНТЕРТЕКСТ:
ВЗАЄМОЗАЛЕЖНОСТІ**

***Анотація.** У статті проаналізовано співмірність і взаємозалежність інституціонального статусу соціуму й культури, що виявлені в медійному інтертексті. Розглянуто особливості медіакомунікації, в яких вербалізована реальність мотивує масову свідомість і водночас сама вмотивована цією масовою свідомістю. В парадигмі лінгвістичного знання розглянуто інтегральний підхід до медійного тексту.*

***Ключові слова:** соціум, культура, медійний інтертекст, медіакомунікація, масова свідомість, вербалізація масової свідомості.*

***Інформація про автора:** Шевченко Лариса Іванівна – доктор філологічних наук, професор; завідувач кафедри історії та стилістики української мови; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.*

Shevchenko L.I.

**SOCIETY, CULTURE, MEDIA INTERTEXT:
CORRELATIONS**

***Abstract.** The author analyzes the correlations of institutional status of society and culture that are found in the media intertext. Features of media communication where verbalized reality motivates the mass consciousness and at the same time is motivated by this mass consciousness are also mentioned in the article. The integral approach to media text is realized in the paradigm of linguistic knowledge.*

***Keywords:** society, culture, media intertext, media communication, mass consciousness, verbalization of mass consciousness.*

***Information about the author:** Shevchenko Larysa Ivanivna – doctor of philology, professor; head of the department of history and*

Шевченко Л.И.

СОЦИУМ, КУЛЬТУРА, МЕДІЙНИЙ ИНТЕРТЕКСТ: ВЗАИМОЗАВИСИМОСТИ

Аннотация. В статье проанализированы соотношение и взаимозависимость институционального статуса социума и культуры, характерные для медийного интертекста. Рассмотрены особенности медиакоммуникации, где вербализованная реальность мотивирована массовым сознанием. В лингвистической парадигме рассмотрен интегральный подход к медийному тексту.

Ключевые слова: социум, культура, медийный интертекст, медиакоммуникация, массовое сознание, вербализация массового сознания.

Информация об авторе: Шевченко Лариса Ивановна – доктор филологических наук, профессор; заведующая кафедрой истории и стилистики украинского языка; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко.

Медійний інтертекст, за спостереженнями дослідників, є комунікативною сферою, що найбільші рельєфно окреслює світоглядні, ідеологічні, соціальні, економічні, культурні та інші параметри суспільства, обговорювані комунікантами, асоційованими з різними соціальними стратами.

Відтак медіатест, у плюралізмі ідеологем соціальних практик, дискусивності пропозицій щодо історії та перспектив розвитку країни, актуальних питань суспільної динаміки постає носієм важливих (можна навіть сказати екзистенційних) смислів.

Позначивши як об'єкт аналізу медійний інтертекст, дослідник має визначитися у поняттєвих параметрах інтерпретованого явища. Дискурсивний погляд на проблему певною мірою конкретизує об'єкт спостереження, хоча й залишає медіалінгвістів у колі дискусивних наукових питань. Насамперед ідеться про окресленість **категорії медійного**

.....

тексту, який гіпотетично може розглядатися як інтертекст. Відомо, що дефініції тексту належать до відкритих і варіюються у смислових параметрах від широких визначень, де "медіатекстом сьогодні можна вважати і власне медіаповідомлення, і частину цього повідомлення, й окремо взяте видання (газета, журнал, теле- і радіопередача та ін.), й друковані видання, телебачення, радіо, інтернет як такі, і певне глобальне медіаповідомлення, що його включає в себе медіакультура" [2] – й до конкретизованих певними дослідницькими задачами формулювань, у яких "під медіатекстом... розуміють медіаповідомлення певного жанру, орієнтоване на масового адресата й інтерактивний характер спілкування в мережі Інтернет" [1, с. 10].

Відтак, домінантна характеристика медійного тексту – інтертекстуальність (що існує в синтезі з іншими особливостями медійного тексту – діалогічністю, текстовою модальністю, реалізацією фатичної функції та ін.), яка дозволяє номінувати специфічну комунікативну реальність як інтертекст і корелюється, на наш погляд, з підходами інтегрального типу. Як це запропонував, зокрема, Я.М. Засурський, відносячи до медіатекстів радіо, телебачення, газетно-публіцистичні тексти, мультимедіатексти як інтегровані системи. Відповідно, медіатексти розглядаються в аспекті інтегрованого комунікативного продукту, виявленого як "вербальний, звуковий, візуальний і багатошаровий конгломерат", що має характеристики "конвергенційної комплексності", а також "економності та універсальності", тобто вияву даних характеристик у різних медійних структурах [5, с. 7].

Вербалізована реальність медійного інтертексту спроектована на соціум і водночас породжена соціумом. Мовознавча категорія екстралінгвістичного виходить в інформаційну добу за межі окремих причиново-наслідкових зумовленостей. В аналіз включаються також артикульовані медіа смисли і мовні форми, в яких ці смисли існують та верифікуються. Так, численні дискусії щодо ревізії правописних норм української мови, дебати у визначенні тенденцій розвитку

Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика

культури, освіти, спорту, культурної традиції та інтерпретації смислів і символізованих форм цієї традиції різними соціальними групами та політичними партіями громадянського суспільства дозволяють зробити припущення, що в інформаційну добу соціум і культура перебувають у складних багаторівневих взаємозалежностях. Увага до типової моделі соціальної стратифікації суспільства поглиблюється необхідністю знання про його політичні, економічні, національні, релігійні та ін. виміри для необхідної діагностики реального соціального стану конкретного суспільства.

У цьому ж ракурсі формулюються проблеми і задачі медіалінгвістики: від констатації мовної дійсності, дослідницької уваги до мовних одиниць, сегментованих у медіастилі – до аналізу універсальних характеристик жанрового, рівневого за типами видань (носіїв інформації) дослідницького матеріалу, спрямованістю на різних щодо соціального статусу реципієнтів, авторської та ін. наукової інтерпретації медіатекстів.

Взаємозумовленості соціуму і культури в медійному інтертексті мають, поза сумнівом, цивілізаційну генетику – поза соціумом не існує культури, культурні ж витoki й перспективи можливі тільки в динаміці розвитку суспільної визначеності людини.

Якщо йдеться про тенденції нового часу, то з ХХ ст. реально відбувається процес так званої лінгвокультурної глобалізації. Відповідно загальні процеси розвитку культур і мов цих культур виявляють не тільки історично властиві їм інтенції, а й набувають нових характеристик.

Коли вдатися до конкретики, традиційні (вироблені в етномовному середовищі) й набуті у процесі цивілізаційного розвитку вербалізовані форми свідомості та їх певні мовні маркери (фразеологія, мовна символіка, специфіка системи і структури літературної мови та ін.), а також запозичення мовних форм різних рівнів, що в різний час з'являлися й адаптувалися в націомовній комунікації, дістають нових ознак – ознак глобалізаційного інформаційного простору. Традиційні

номінації понять, ознак і процесів трансформуються в найменування нових реалій (як це відбувається з відомою номінацією грошової одиниці "гривня" вже в незалежній Україні, або назвами одягу "очіпок", "гунька", "плахта" та ін., що позначають стилізовані варіанти гардеробу модерних українок).

Глобалізований інформаційний простір спричиняє також до інтеграції терміносистем різних мов, формуючи принципово нову комунікативну реальність – мову науки й відповідно самостійний міжгалузевий науковий напрямок – термінознавство. Однак наукова метамова є лише функціональною підсистемою літературної мови, а отже, її інтенції можуть бути зреалізовані в інших функціональних різновидах літературної мови, розвиваючи та збагачуючи останні. Що й відбувається регулярно в медіа – терміни в масовій комунікації не тільки номінують конкретні поняття, але частотно набувають нової (здебільшого метафоризованої) семантики. Актуалізацію моделей вторинної номінації в медіа можна назвати однією з важливих тенденцій розвитку літературної мови [13]. Аналіз названої тенденції дозволяє твердити, що взаємозалежності соціуму і культури в цьому випадку є очевидними: чим динамічніше розвивається культура, тим більш інтегрованими в соціум стають її вербалізовані складники. Соціум "прочитує" знане, зрозуміле, або те, що можна зрозуміти в комунікативних контекстах медіа. В медіалінгвістиці вже не як теза для дискусії, а як позиція, що залучає в коло обговорюваних проблем все ширшу аргументацію, висловлюється думка про критерії "придатності мовних одиниць" у даному контексті [12, с. 23]. Підтримувана фахівцями, наведена думка М.В. Панова розгортається в обґрунтування соціолінгвістичного підходу до мовних явищ. Адже "розвиток процесів демократизації та увага до плюралізму думок вимагають врахування соціальної диференціації мови й суспільства" [11, с. 47].

Апеляція до соціуму в його множинній стратифікації, на погляд І.П. Лисакової, визначає соціолінгвістично значимі

позиції, за якими можна простежити типологічні відмінності, зокрема друкованих медіа. Такі як: обсяг і семантичну структуру різних заголовкових комплексів; семантико-стилістичну структуру назв тематичних полос, блоків, рубрик, заголовків; мовну структуру тексту; лексичні особливості тексту; синтаксичні особливості тексту [11, с. 48]. Фахова розробка і деталізація такого підходу, безумовно, залежать від компетенції дослідника, проте вихідна позиція аналізу спирається на розуміння філологами соціальної моделі суспільства, його культурних домінант і рівнів, а отже, і можливостей вибору комунікативної стратегії. Відтак і добір інформації, тем, і структура тематичних блоків, і стилістична єдність видання, його рубрик, текстів і складників тексту в кожному разі будуть комунікативно точними, якщо кореляція соціуму і мови як головного складника культури концептуально об'єднуюватимуться вже названою комунікативною стратегією.

Медійний інтертекст у цьому аспекті – це не тільки формально виражені знаки культури, але передусім смисли культури, інтегровані в культуру толерантності. З очевидних причин культура толерантності не є всеохопною. В різних медіа можна спостерегти і прояви інтолерантності, нетерпимості, агресії щодо інших цінностей, естетичних пріоритетів, культурних традицій та ін. Проте в цивілізаційній динаміці соціуму культура толерантності формується як історична необхідність і з погляду медійного інтертексту пов'язана з базовою семою комунікації – множинністю [11, с. 51]. Медіалінгвістика в цьому випадку інтерпретуватиме й аргументуватиме варіативність жанру, тексту, мовної одиниці, здатності до поліваріативності медіа в цілому.

Соціум і культура в медійному інтертексті вербально формалізують "єдиний інформаційний простір, особливе віртуальне середовище, утворене сукупністю множинних медіапотоків, що формуються з національних і світових масмедіа" [3, с. 39]. Питання національних літературних мов, їх комунікативного статусу, повноти текстової репрезентації та перспективи в соціумі держави, а в сучасних умовах – єдиного

інформаційного простору – це питання функціональних інтенцій, що мають численні виміри і параметри (головні – унормованість, стилістична диференціація, жанрова варіативність; а ще – культурний стан соціуму, фактори політичної, економічної, фінансової стабільності, що є естралінгвістичними, але мотиваційними для майбутнього мови).

У кожному випадку йдеться про конкурентність мови в комунікації єдиного інформаційного простору, про вербалізовану в формах національних мов культурну реальність, інтегрованому в медійному інтертексті.

Концепція єдиного інформаційного простору опрацьовується в медіалінгвістиці передусім із причини її об'єктивної присутності в сучасних соціумах та комунікаціях. Дослідники розглядають її як ключову, коли йдеться про розуміння динаміки мовних змін, тому що єдиний інформаційний простір – це можливість пізнати світові медіа як цілісну комунікативну систему, що безумовно присутнісно впливає на актуальні лінгвокультурні процеси [3, с. 39]

В сучасній медіалінгвістиці поняття **lingua franca** в жодному разі не обмежується констатацією об'єктивно присутнього в світовій інформації домінування англійської мови, визнання її універсальності як мови міжнародного спілкування. *Lingua franca* – це комплекс складних постановочно і практично питань, пропозитивні відповіді на які часто суперечливі, або щонайменше неоднозначні. Особливо якщо врахувати комунікативну антиномію – глобальний інформаційний простір vs. національний інформаційний простір. Національні медіаландшафти (за Девідом Крісталлом) зазнають експансії англійської мови, а відтак і цінностей англосмовної спільноти, значною мірою масової культури, соціальних, політичних, економічних та ін. моделей побудови суспільств.

Зауважимо на тому, що концепція мовного імперіалізму Роберта Філіпсона й відповідний ключовий термін **linguistic imperialism**, який сублімує сутність концепції, в англосмовному

світі не має негативних асоціацій і конотацій. З 90-х рр. ХХ ст. обґрунтування і фактична реалізація концепцій спираються на соціальне, політичне, економічне домінування провідних англосовітських держав – США, Великобританії. Можливо, новий час найбільш жорстко і виразно продемонстрував прямі залежності між могутністю соціально-політичного, фінансово-економічного статусу суспільств у сучасному світі з домінування їх культур.

Український соціум, його культура й національний інтертекст, мовний ландшафт мають комунікативну специфіку й особливий національний контур. Проте взаємозалежності національного та глобалізаційного в динамічному світовому комунікативному просторі настільки дифузні, складні й водночас виявлені як тенденція, що виведення їх із аналізу є неправомірним. Медійний інтертекст постає в сучасній цивілізації комунікативним простором, в якому культура, її перший, інституціональний рівень – національна мова, функціонують в реальності нових еволюційних процесів. Національний соціум інтегрується у глобальну комунікацію, а отже динаміка змагальності, конкурентності стають характеристиками суспільств і різних світових культур.

ЛІТЕРАТУРА

1. Болотнова Н.С. Регулятивный потенциал медиатекста (на материале блога) / Н.С. Болотнова // Вторая международная научная конференция "Стилистика сегодня и завтра : Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах". – М. : МедиаМир, 2012.
2. Деминов М.А. Онтология современного медиатекста [Электронный ресурс] / М.А. Деминов – Режим доступа : <http://journ.usu.ru/index.php/component/article/418>
3. Добросклонская Т.Г. Медиатексты в условиях лингвокультурной глобализации / Т.Г. Добросклонская // Вторая международная научная конференция "Стилистика сегодня и завтра : Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах". – М. : МедиаМир, 2012.
4. Зарецкая Е.Н. Идентификация смысла в личной и социальной сферах / Е.Н. Зарецкая // Вторая международная научная

конференция "Стилистика сегодня и завтра : Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах". – М. : МедиаМир, 2012.

5. Засурский Я.Н. Медиатекст в контексте конвергенции / Я.Н. Засурский // Язык современной публицистики. – М., 2007.

6. Ивченков В.И. Медиатекст в когнитивной обработке дискурса / В.И. Ивченков // Вторая международная научная конференция "Стилистика сегодня и завтра : Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах". – М. : МедиаМир, 2012.

7. Казак М.Ю. Журналистский текст в свете интертекстуальности и прецедентности / М.Ю. Казак // Вторая международная научная конференция "Стилистика сегодня и завтра : Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах". – М. : МедиаМир, 2012.

8. Карасик В.И. Дифференцированная оценка : лингвокультурологическое измерение / В.И. Карасик // Вторая международная научная конференция "Стилистика сегодня и завтра : Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах". – М. : МедиаМир, 2012.

9. Клушина Н.И. Стиль и его интенционально-коммуникативная структура / Н.И. Клушина // Вторая международная научная конференция "Стилистика сегодня и завтра : Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах". – М. : МедиаМир, 2012.

10. Лысакова И.П. Об актуальности использования методики социолингвистического анализа / И.П. Лысакова // Вторая международная научная конференция "Стилистика сегодня и завтра : Медиатекст в прагматическом, риторическом и лингвокультурологическом аспектах". – М. : МедиаМир, 2012.

11. Лысакова И.П. Язык современной русской прессы : социолингвистический аспект / И.П. Лысакова // Язык массовой и межличностной коммуникации. – М. : МедиаМир, 2007. – С. 47.

12. Панов М.В. Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики / М.В. Панов // Язык современной публицистики. – М., 1988.

13. Сизонов Д.Ю. Медична термінологія в мас-медіа : стилістичний потенціал : монографія / Д.Ю. Сизонов. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2012.

14. Phillipson R. *Linguistic Imperialism* / R. Phillipson. – London, 1992.

15. *Stylistyka różnorodność kulturova a styl.* – XXIV. – Opole : Wydawnictwo Uniwersytetu Ōpolskiego, 2015.

REFERENCES

1. Bolotnova N.S. *The regulatory potential of media text (on the material of the blog)* [Regulyativniy potentsial mediateksta (na materiale bloga)] / N.S. Bolotnova // *Vtoraya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya "Stilistika segodnya i zavtra : Mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektah"*. – M. : MediaMir, 2012.

2. Deminov M.A. *Ontology of the modern media text* [Ontologiya sovremennogo mediateksta] [Elektronniy resurs] / M.A. Deminov – Rezhim dostupa : <http://journ.usu.ru/index.php/component/article/418>

3. Dobroslonskaya T.G. *Media texts in conditions of linguocultural globalization* [Mediateksty v usloviyah lingvokulturnoy globa-lizatsii] / T.G. Dobroslonskaya // *Vtoraya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya "Stilistika segodnya i zavtra : Mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektah"*. – M. : MediaMir, 2012.

4. Zaretskaya E.N. *Identification of the sense in the personal and social spheres* [Identifikatsiya smysla v lichnoy i sotsialnoy sferah] / E.N. Zaretskaya // *Vtoraya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya "Stilistika segodnya i zavtra : Mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektah"*. – M. : MediaMir, 2012.

5. Zasurskiy Y.N. *Media text in the context of convergence* [Mediatekst v kontekste konvergensii] / Y.N. Zasurskiy // *Yazyik sovremennoy publitsistiki.* – M., 2007.

6. Ivchenkov V.I. *The media text in the cognitive processing of discourse* [Mediatekst v kognitivnoy obrabotke diskursa] / V.I. Ivchenkov // *Vtoraya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya "Stilistika segodnya i zavtra : Mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektah"*. – M. : MediaMir, 2012.

7. Kazak M.Y. *Journalistic text in the aspect of intertextuality and precedent* [Zhurnalistskiy tekst v svete intertekstualnosti i pretsedentnosti] / M.Y. Kazak // *Vtoraya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya "Stilistika segodnya i zavtra : Mediatekst v pragmaticheskom,*

ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektah". – M. : MediaMir, 2012.

8. Karasik V.I. *Differentiated assessment : linguocultural aspect* [Diferentsiirovannaya otsenka : lingvokulturologicheskoe izmerenie] / V.I. Karasik // Vtoraya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya "Stilistika segodnya i zavtra : Mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektah". – M. : MediaMir, 2012.

9. Klushina N.I. *Style and its intentionally and communicative structure* [Stil i ego intentsionalno-kommunikativnaya struktura] / N.I. Klushina // Vtoraya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya "Stilistika segodnya i zavtra : Mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektah". – M. : MediaMir, 2012.

10. Lysakova I.P. *About the actuality of the usage of methods of sociolinguistic analysis* [Ob aktualnosti ispolzovaniya metodiki sotsiolingvisticheskogo analiza] / I.P. Lysakova // Vtoraya mezhdunarodnaya nauchnaya konferentsiya "Stilistika segodnya i zavtra : Mediatekst v pragmaticheskom, ritoricheskom i lingvokulturologicheskom aspektah". – M. : MediaMir, 2012.

11. Lysakova I.P. *The language of modern Russian press : sociolinguistic aspect* [Yazyk sovremennoy russkoy pressy : sotsiolingvisticheskiy aspekt] / I.P. Lysakova // Yazyk massovoy i mezhlchnostnoy kommunikatsii. – M. : MediaMir, 2007. – S. 47.

12. Panov M.V. *From the observations of the style of today's periodical editions* [Iz nablyudeniy nad stilem segodnyashney periodiki] / M.V. Panov // Yazyk sovremennoy publitsistiki. – M., 1988.

13. Sizonov D.Y. *Medical terminology in the media : stylistic potential* [Medichna terminologiya v mas-medla : stilistichniy potentsial] : monografiya / D.Y. Sizonov. – K. : VPC "Kiyivskiy universitet", 2012.

14. Phillipson R. *Lingusitic Imperialism* / R. Phillipson. – London, 1992.

15. *Stylistyka różnorodność kulturova a styl.* – XXIV. – Opole : Wydawnictwo Uniwersytetu Őpolskiego, 2015.

**Дата надходження до редакції – 2.04.2016 р.
Дата затвердження редакцією – 25.04.2016 р.**