

Лівобережна Україна, 1551 р. // Папери шляхетства і козацької старшини – привилей, универсал, офіційне і приватне листування про надання земель, чинів, земельні справи. – 1551 – 1780 рр. / ІР НБУВ, Ф. II, спр. № 22037. – Ф. 2 лл. Оригінал.

УЛ      Універсал Лукаша Чечеля своїм підданам // Родинні папери Чечелів про земельні справи. – Гайсинський повіт на Поділля. Чернігівщина, XVI ст. / ІР НБУВ, Ф. II, спр. №20935. – Ф.1 лл. Оригінал.

*Луценко С.О. (Київ, Україна)*

### **Вплив медіапростору на сучасного споживача інформації**

*ЗМІ все активніше проникають у життя сучасного суспільства. У статті представлена спроба осмислення процесів, які відбуваються у сучасних українських мас-медіа. Розглядаються мовні особливості медійних текстів і медійного дискурсу.*

**Ключові слова:** мова, медіа текст, мас-медіа, норма, аспект, культура мови, стилістична мова, комунікативна норма, стилістичне забарвлення.

*СМИ все активнее проникают в жизнь современного общества. В статье представлена попытка осмысления происходящих в современных украинских масс-медиа процессов. Рассматриваются языковые особенности медийных текстов и медийного дискурса.*

**Ключевые слова:** язык, медиатекст, масс-медиа, норма, аспект, культура речи, стилистическая норма, коммуникативная норма, стилистическая окраска.

*Mass media are more actively penetrating into the life of modern society.*

*In the article attempt of judgment of processes occurring in modern Ukrainian mass-media is presented. The author pays attention to media text and media discourse language.*

**Key words:** language, media text, mass-media, normal, aspect, speech culture, stylistics standards, communication standards, stylistics nuance (color of a word).

Ведучи розмову про сучасну культуру, ми не можемо не звернути увагу на медіа тексти, котрі, у силу панування в інформаційному просторі, є відображенням української масової культури, а тому заслуговують на більш пильну увагу з боку вітчизняних лінгвістів. Хоча мова масових комунікацій підлягає критиці, не можна не визнавати її домінуючого впливу на формування мовної політики і мовного смаку епохи.

Мова масмедійної комунікації впливає на мовно-розумовий розвиток українців і на формування різних типів мовних особистостей у сучасному суспільстві. Тим самим ЗМІ долучають носіїв мови до мовної творчості, до мовної активності. Збуджуючи креативний план інтелектуальної діяльності, ЗМІ створюють такі стереотипи життєвих ідеологій одержувачів інформації, які формують загальнонародну і мовну картини світу.

Досліджуючи медіа текст, ми звертаємося до лінгвістичної складової дискурсу – мовним одиницям і мовної семантики, а також до особливої лінгвістичної дисципліни - культури мовлення, що має предметом дослідження мовних засобів, які дозволяють у певній ситуації спілкування забезпечити найбільший ефект у досягненні комунікативних завдань.

Культура мовлення – це «такий набір і така організація мовних засобів, які в певній ситуації спілкування при дотриманні сучасних мовних норм і етики спілкування дозволяють забезпечити найбільший ефект у досягненні поставлених комунікативних завдань» [1, 13]. Дане визначення дозволяє актуалізувати найважливіші аспекти цієї лінгвістичної дисципліни: нормативно-регулятивний і комунікативно-прагматичний.

Перший припускає відповідність висловлення існуючим нормам мови й сприяє виробленню рекомендацій з усунення відхилень від зразкового мовлення. Комунікативно-прагматичний - пов'язаний із завданням висловлювання й забезпечує ефективність процесу спілкування з урахуванням комунікативних інтересів одержувачів інформації, а також направлений на усунення комунікативних невдач, до речі, далеко не рідких і не таких вже й незначних у межах сучасних засобів масової інформації.

Відомо, що медіа текст повинен бути семантично, синтаксично і прагматично адекватним, тобто об'єктивно відображати дійсність, мати чітку структурно-композиційну організацію, а також бути цінним для споживача інформації.

Не викликає сумніву, що всі різновиди текстів новітніх мас медіа помітно впливають на загальну стильову систему функціонуючої мови, на її склад і структуру, знижуючи повновладдя художньої літератури у встановленні мовної норми. Саме завдяки медіа текстам усна форма сучасної української літературної мови стала настільки ж авторитетною й важливою, як і письмова, а це призвело до функціонального зіткнення літературної мови з розмовною.

«Для этой новой текстовой группировки специфично главным образом прямолинейно-утилитарное использование стилистических ресурсов как основы стандартов и экспрессии с привлечением всего языкового богатства, опора на контекстуальное значение с одновременным игнорированием истинного многоцветия стилистических оттенков выразительных средств, а также императив возможностей использования форм овеществления текстов, прежде всего нового соотношения устной, письменной – и изобразительной передачи информации» [2, 219].

На думку В.Г. Костомарова, саме газета є початком всіх ЗМІ, і немає протиріччя у тому, що ми пов'язуємо газетний текст з усіма медіа текстами, виводимо з нього їхню стильову сутність.

Сучасне життя мови постійно ускладнюється й підлягає оновленню у зв'язку з широтою науково-технічних відкриттів, що обумовлюють комунікативне існування суспільства. Поряд зі зростаючою кількістю телеканалів (у тому числі кабельного телебачення), радіостанцій, нових газет і журналів, з'явилися мобільні телефони, факс, супутниковий зв'язок, цифрова апаратура, e-mail, Інтернет. Відкриваючи небачені можливості у спілкуванні, формуючи єдиний інформаційний простір, «техногенна цивілізація», за словами В.Г. Костомарова, кардинально змінює «наше природне мовне існування», наступає на «власне мовне поле», «нависає» над мистецтвом. Сьогодні ми живемо «у царстві масової комунікації», що замінює особисте спілкування [2, 180].

В умовах інформаційного ринку, твердої конкуренції, боротьби за читача ЗМІ прагнуть якомога цікавіше «загорнути» свою продукцію, тобто піднести інформацію в найбільше яскравому вигляді.

У наші дні, безсумнівно, підвищується значення телевізійного тексту, тому

що телебачення сьогодні – найпопулярніше із засобів масової інформації. Воно відрізняється від інших ЗМІ найпотужнішими й найвпливовішими можливостями; трансляція (або імітація) якихось фрагментів дійсності досягає на телеекрані технічної досконалості.

«Факты телевизионной речи оказываются весьма интересными для исследования в сугубо лингвистическом отношении. Они могут служить примерами актов повседневной устной словесности, обычных для языкового коллектива (особенно когда наблюдатель имеет дело со спонтанными высказываниями телеперсонажей), но также иллюстрируют сложные процессы формирования узуса, поскольку в сознании многих телезрителей по-прежнему присутствуют внушавшиеся десятилетиями представления о СМИ как рупоре и непрременном атрибуте высшей государственной власти, никогда не ошибающейся, обладающей истиной в последней инстанции» [3, 27-28].

Стилістика на загал розглядає поза літературні елементи в медіа тексті з погляду того стилістичного ефекту, що досягається (або не досягається) у результаті залучення ненормованих елементів у літературному тексті, тобто текстів (у нашому випадку масмедійний), орієнтований на норми літературної мови. Кількість поза літературних елементів у культурі мовлення більше, ніж у стилістиці, тому що остання більш орієнтована на письмові й строгі жанри літературних текстів. Однак в умовах української мовної комунікації кінця ХХ - початку ХХІ століття, коли медіа текст все агресивніше наступає на розмовне поле, варто визнати більш активне проникнення поза літературних явищ у публічне мовлення, які донедавна були обмежені ідеологією.

Важко уявити, що всього три десятиріччя тому вітчизняна лінгвістика майже повністю ігнорувала стилістичні пошуки у мові ЗМІ, віддаючи перевагу мові художньої літератури. Вперше про необхідність вивчення мови газети висловлювався Г.О. Винокур, однак, лише в 60-і роки почали з'являтися перші теоретичні дослідження, що стосувалися проблем стилю газетної мови. Безсумнівним поштовхом цього послужила дискусія 50-х - 60-х років, що мала бурхливі обговорення різних поглядів на природу й сутність стилістики як молодій галузі науки про мову. Зокрема були визначені такі поняття, як стиль, предмет і межі стилістики, її місце серед лінгвістичних дисциплін.

І хоча об'єктом пошуку у стилістиці була переважно художня література, тим не менш, вже тоді А.И. Єфімов прогнозував, що «згодом, коли будуть накопичені необхідні матеріали й здійснені дослідження, зі стилістики можуть виділитися в самостійні розділи такі її складові частини, як стилістика наукового мовлення, стилістика публіцистичного мовлення, стилістика фольклорних здобутків та ін.» [4, 5].

Про необхідність дослідження мови масових комунікацій неодноразово говорив й В.В. Виноградов. Широку популярність одержала монографія В.Г. Костомарова «Русский язык на газетной полосе» яка вийшла наприкінці 70-х.

Медіатекст щільно співіснує з суспільною свідомістю, яка містить різні соціокультурні й ідеологічні співвідношення. Тому працівники сфери масової комунікації повинні ставитися до питань культури свого мовлення з особливою відповідальністю, з розумінням своєї особливої ролі у формуванні системи цінностей у суспільстві, з розумінням сили свого впливу на долі своєї країни, народу і його мови.

### ЛІТЕРАТУРА:

1. Граудина Л.К., Ширяев Е.Н. Культура русской речи. – М., 1999; 2. Костомаров В.Г. Наш язык в действии. Очерки современной русской стилистики. – М., 2005; 3. Васильев А.Д. Слово в российском эфире. Очерки новейшего словоупотребления. – М., 2003; 4. Ефимов А.И. Стилистика художественной речи. – М., 1957; 5. Беззубова А.И., Бойкова Н.Г., Коньков В.И. Публицистический стиль. – СПб., 1998; 6. Александрова З.Е. Словарь синонимов русского языка – М. 1971; 7. Бушев А.Б. Современные особенности языка российских СМИ // Журналистика и медиобразование–2007. – Т. II. – Белгород, 2007; 8. Какорина Е.В. Язык массовой межличностной коммуникации. – М., 2007; 9. Евсеева Т.В. О некоторых свойствах имплицитности как механизма коммуникативного воздействия // Актуальные проблемы коммуникации и культуры. – 2005. – № 2; 10. Евсеева Т.В. Особенности изменения информационной структуры текста при переводе // Язык Дискурс. Текст: II Международная научная конференция, посвященная юбилею профессора Г.Ф. Гавриловой: Труды и материалы. – Ч.1. – Ростов н/Д: РГПУ, 2005; 11. Евсеева Т.В. О некоторых когнитивных аспектах переводного текста // Актуальные проблемы современной лингвистики: Материалы всероссийской научной конференции, посвященной 85-летию юбилею проф. А.Я. Загоруйко. – Ростов н/Д: РГПУ, 2005; 12. Евсеева Т.В. Из истории комментариев как особого типа текста // Словесность: традиции и современность. – Ростов н/Д: РГПУ, 2006; 13. Евсеева Т.В. Отражение концептуальной и национальной языковой картин мира в художественном переводном произведении // Гуманитарные и социально-экономические науки. – Ростов н/Д, 2007. – № 8.

### *Ma Яньфей (Пекин, Китай)*

#### **Перифрази політичного дискурсу в українських та китайських газетних текстах**

*У статті досліджені перифрази, які вживаються у мові сучасних українських газет, а також проведений зіставний аналіз відповідних перифрастичних зворотів у текстах китайської преси.*

**Ключові слова:** перифраз, словосполучення, конотація.

*В статье исследованы перифразы, которые употребляются в языке современных украинских газет, а также проведен сопоставительный анализ соответствующих перифрастических оборотов в текстах китайской прессы.*

**Ключевые слова:** перифраз, словосочетание, коннотация.

*The article examines paraphrases, which are used in the modern Ukrainian language newspapers, as well as comparative analysis of periphrastic spounding rotations in the texts of the Chinese press.*

**Key words:** paraphrase, phrase, connotation.

Мова газети як одного з найактивніших засобів масової інформації завжди привертала увагу дослідників. Газета відбиває суспільне життя, яке постійно модифікує. Відповідно до цього й мова газети є живою, такою, що постійно змінюється, повертаючись до читача все новими й новими гранями. Жовтобрюх М.