

Morkotun S. B. Syntactic suggestemes in English media texts

The author analyzes a type of speech influence – syntactic suggestion in media texts of modern media. The media actively affect the public consciousness, mind and feelings of people, thus they not only inform about current events, but also, what is more important, govern public opinion and affect decisions making in various sectors of life. Identification of suggestive peculiarities of media texts and their detailed examination contributes to a better understanding of social, economic, political and other processes in society, as well as their causes. This article is limited to the study of suggestemes. Directly or indirectly, they are involved in achieving by the author his goals to evaluate, comment, analyze, explain the course of events and form a reader's point of view.

The most common syntactic technique is the use of parallel syntactic constructions. One of the ways to create parallelism is homogeneous members. High frequency of the use of syntactic parallelism is due to the fact that it is a universal means of rhythmization, division and structuring of a text. A combination of several expressive syntactic means – repetitions, inversion and a number of homogeneous members in parallel fragments of a phrase – significantly increases the effecting potential. Created effect of an informal communication, using colloquial vocabulary and syntax, provides the addresser with a steady contact with the audience and reduces the probability of a communicative failure while interpreting the text by an addressee.

Key words: suggesteme, suggestion, mass media, syntax, syntactic parallelism.

Стаття надійшла до редакції 28.01.2014 р.

Прийнято до друку 28.03.2014 р.

Рецензент – д. філол. н., проф. Мойсієнко В. М.

УДК 811.111'33

О. О. Хорошун

**ДИСКУРС ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ:
ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ**

Найважливішою подією для розвитку лінгвістики кінця ХХ – початку ХХІ століть було виникнення когнітивної науки, яка дала можливість розглядати мову з когнітивної точки зору. Як підкреслює О. С. Кубрякова, когнітивна наука виявилась не просто міждисциплінарною, але й приєднує або намагається приєднати, з однієї сторони, старі традиційні фундаментальні науки – математику, філософію, лінгвістику і психологію, з іншої – приєднати до себе нові, і навіть такі, що паралельно з нею розвиваються, науки і теорії – теорію інформації, різні методи математичного моделювання, комп'ютерну науку, нейронауки [1, с. 3].

В центрі уваги когнітивної лінгвістики знаходиться питання про різноманітні картини світу, які визначають особливості використання мови в різних типах дискурсу, в нашому випадку мова йде про дискурсивні особливості текстів засобів масової інформації (ЗМІ) [2, с. 14].

Вивчення мови ЗМІ в останні роки набуло особливої актуальності. Це обумовлено принаймні двома факторами: ситуацією функціонування літературної мови на рубежі століть і пріоритетною для сучасної лінгвістики тенденцією розглядати мовний матеріал з комунікативних позицій, з огляду на репрезентацію знання мови у свідомості людини і закономірності мовного спілкування. Досліджується не мова, а дискурс. Організація дискурсу в ЗМІ визначається параметрами різного „формату”: і притаманними мовній комунікації в цілому, і необмеженою власне масової комунікації.

ЗМІ поділяються на візуальні (періодичні друковані видання), аудіо (радіо) й аудіовізуальні (телебачення, документальне кіно). Незважаючи на всі їх відмінності, ЗМІ об'єднують в єдину систему масової комунікації завдяки спільній функції й особливій структурі комунікативного процесу.

На сьогодні ЗМІ міцно увійшли в життя людського суспільства. Вони є потужним засобом впливу на людський розум. Будучи динамічним за своєю суттю, мова ЗМІ найбільш швидко реагує на всі зміни в суспільній свідомості, відображаючи стан останньої і впливаючи на її формування. Саме в мові ЗМІ легко побачити нові тенденції у підходах до вивчення мови, які простежуються в сучасній лінгвістиці. Серед таких особливе місце займають функціональні аспекти використання мови, саме вони зіграли важливу роль у вивченні мови наприкінці ХХ століття [3, с. 152].

Наша стаття має на *мети* не лише показати характерні особливості мови ЗМІ, але й розглянути масову комунікацію як особливий вид дискурсу.

В останні роки можна говорити про новий напрям, що з'явився в лінгвістиці, і розробляється на межі цілого ряду наук, – медіа лінгвістику – науку про мову ЗМІ, багато в чому пов'язаній з новими тенденціями в сучасній лінгвістиці в цілому і, здається, має безпосереднє відношення до когнітивних процесів, що відбуваються в мові.

Термін „медіа лінгвістика” був запропонований в роботі Т. Г. Добросклонської і вдало відбиває усі ті тенденції, що відбуваються в різносторонніх дослідженнях і дозволяють окреслити коло проблем, пов'язаних з областю мови [4, с. 4].

Отже, як відзначають лінгвісти, „мова журналістики є найяскравішим зрізом мови суспільства” [5, с. 26].

Підсумовуючи усе вище сказане ми ставимо перед собою *завдання* проаналізувати поняття „дискурс ЗМІ” і розглянути його характерні особливості.

Дискурс, в загальному вигляді, – одне з найскладніших і найменш чітко визначених понять в сучасних гуманітарних дослідженнях, що вказує на різне відношення лінгвістів до цього поняття. Так, Н. Д. Арутюнова визначає дискурс як зв'язний текст в сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними та ін. факторами; мова розглядається як цілеспрямована соціальна дія [6, с. 136]. А. О. Кибрик говорить, що поняття дискурсу ширше, ніж текст. Дискурс – це одночасно і процес мовленнєвої діяльності, і її результат – а результат і є текст. [7, с. 277]. Слідом за З. С. Арістовою в нашій статті ми розглядаємо дискурс, як мовленнєву реалізацію типу соціальної практики [8, с. 3].

Всі сучасні типології дискурсу так чи інакше виділяють дискурс ЗМІ як самостійний тип дискурсу. Це обумовлено соціальною значимістю тієї комунікативної сфери, яку репрезентує даний тип дискурсу. Спираючись на головні функції ЗМІ в суспільстві, які виокремлюють вітчизняні і західні вчені, можна виділити наступні функції ЗМІ: 1) інформативну, 2) соціалізуючу, 3) установа „порядку денного”, 4) політичну, 5) впливу на свідомість, або формування громадської думки, 6) розважальну [9, с. 9] й основними функціями дискурсу ЗМІ, на нашу думку, є інформативна і маніпулятивна.

Інформативна функція передбачає точність поданої інформації, що дає змогу створення єдиної системи її сприйняття, вміння журналіста аналізувати і узагальнювати, стилістичну стриманість викладу матеріалу, конкретність і об'єктивність в поданні фактів і подій і максимальну стислість висловлювання [10, с. 180 – 181].

Маніпулятивна функція дискурсу ЗМІ має на меті вплив на читача. Автор матеріалу провокує певну поведінку читача, тим самим викликаючи зміни в системі цінностей реципієнта. Варто зауважити, що інформативна функція дискурсу ЗМІ у чистому вигляді зустрічається доволі рідко, адже будь-яка інформація в певній мірі впливає на читача, формуючи його точку зору на висвітлену подію, що можна розцінювати як вплив на його думки і поведінку, але маніпуляція, в свою чергу, також не можлива без інформування [11].

Існують різні найменування медіа дискурсу: мас-медіальний дискурс [12], дискурс мас-медіа [13; 14], масово-інформаційний дискурс [15; 16]. Дані визначення часто використовуються як синонімічні. У даній роботі береться за основу визначення М. Р. Желтухіної, яка визначає його як “зв'язний, вербальний або невербальний, усний чи письмовий текст у сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними й іншими факторами, виражений ЗМІ, взятий в аспекті подій, що представляє собою дію, що бере участь в соціокультурній взаємодії і відбиває механізм свідомості комунікантів. Будучи польовою структурою, дискурс ЗМІ має центр, де розташовуються прототипні жанри, і периферію, яку складають маргінальні жанри, що відрізняються

неоднорідною природою в силу свого розташування на стику різних типів дискурсу. Дискурс ЗМІ носить опосередкований характер, тобто між адресантом і адресатом є дистанція – роторова і / або часова” [12, с. 132].

Роль ЗМІ в сучасному суспільстві важко переоцінити. Вони мають потужний вплив на стан суспільної свідомості, оскільки більшість своїх уявлень про світ людина отримує з газет, журналів і теле-, радіопередач. Відмінними рисами ЗМІ є їх публічність, тобто необмежене коло споживачів; непряма, розділена у просторі і часі взаємодія комунікантів; односпрямованість впливу від комунікатора до реципієнта, неможливість зміни їх ролей. При цьому ЗМІ створені не тільки для передачі відомостей, інформації, а й „самі є активними учасниками суспільно-політичних й економічних процесів в суспільстві - учасниками, що створюють ситуації, формують настрої і думки” [17, с. 13]. Вони реалізують соціальний контроль мас. Невід’ємною властивістю ЗМІ є їх здатність впливати на аудиторію, здійснення ідеологічного, політичного, економічного чи організаційного впливу на оцінки, думки і поведінку людей.

Дискурс ЗМІ має ряд передумов для маніпулювання суспільною свідомістю. Його маніпулятивний потенціал обумовлений, у першу чергу, інтенціональною установкою цього виду дискурсу. [18, с. 88– 124]. Завдання дискурсу ЗМІ – вплив на формування громадської думки. Досягнення мети і завдання забезпечується тим, що дискурс ЗМІ – комунікативне явище, а будь-яке спілкування – це цілеспрямований вплив [19, с. 138].

У дискурсі ЗМІ журналісти виступають у якості посередників. Оскільки населення дистанційоване від більшості подій і не може безпосередньо спостерігати за тим чи іншим процесом, журналісти моделюють віртуальний світ і пропонують його в якості дійсного. Отже, журналіст зображує в тексті ЗМІ не лише саму подію, а її психічний образ, описуючи, з одного боку, її об’єктивні дані, а з іншого підкреслюючи певний аспект [20, с. 215] тим самим формуючи громадську думку про подію, що описується.

Список використаної літератури

- 1. Кубрякова Е. С.** Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков и др. – М.: Филол. ф-т МГУ им. М. В. Ломоносова, 1997. – 245 с. – С. 3.
- 2. Тер-Минасова С. Г.** Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова – М. : Слово, 2000. – 624 с.
- 3. Александрова О. В.** Когнитивная функция языка в свете функционального подхода к его изучению / О. В. Александрова // Когнитивные аспекты языковой категоризации : сб. науч. трудов. – Рязань, 2000. – С. 151 – 153.
- 4. Добросклонская Т. Г.** Теория и методы медиа лингвистики (на материале английского языка) : автореф. дис. ... д-ра филол. наук / Т. Г. Добросклонская. – Моск. гос. ун-т. – М., 2000. –

49 с. **5. Малюга Е. Н.** Подходы к изучению вопросительных предложений в англоамериканской прессе [текст]. / Е. Н. Малюга – М. : Изд-во МГУ, 2001. – 174 с. **6. Лингвистический** энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцева. — М. : Сов. энциклопедия, 1990. – 683 с. **7. Кибрик А. А.** Фундаментальные направления современной американской лингвистики / А. А. Кибрик – М. : Изд-во МГУ, 1997. – С. 276 – 339. **8. Аристова З.** Мы разные, но все же мы едины! / З. Аристова // Вечерний Мурманск. – 2006. – 14 ноября. – С. 3. **9. Кучерова О. О.** Плани змісту та повідомлення британського газетного новинного дискурсу (початок ХХІ століття) : автореф. дис. ... ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.08 – „Журналістика” / О. О. Кучерова. – Л., 2005. – 20 с. **10. Кожина М. Н.** Речевой жанр и речевой акт (некоторые аспекты проблемы) / М. Н. Кожина // Жанры речи : сб. науч. статей. – Саратов : Изд-во ГосУНЦ „Колледж”, 1999. – С. 52 – 61. **11. Голубев В. Ю.** Аргументативный диалог в американской газете: взаимовлияние логического и языкового аспектов дискурса [Электронный ресурс] / В. Ю. Голубев // Argumentation, Rhetoric, Interpretation. – 2000. – Issue 1. – Режим доступа : <http://www.argumentation.spb.ru>. **12. Желтухина М. Р.** Тропологическая суггестивность масс-медиа дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ: монография. / М. Р. Желтухина – М. : ИЯ РАН; Волгоград : Изд-во ВФ МУПК, 2003. – 656 с. **13. Кочкин М. Ю.** Политический скандал как лингвокультурный феномен : автореф. дис. канд. филол. наук / М. Ю. Кочкин. — Волгоград, 2003. – 25 с. **14. Шейгал Е. И.** Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Москва, 2000. — 367 с. **15. Карасик В. И.** О категориях дискурса [текст]. / В. И. Карасик // Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты / сб. науч. тр. ВГПУ, СГУ. Волгоград, 1998. – С. 185 – 197. **16. Олянич А. В.** Презентационная теория дискурса [текст]. / А. В. Олянич. М. : Наука, 2007. – 407 с. **17. Никитина К. В.** Политический дискурс СМИ и его особенности, создающие предпосылки для манипуляции общественным сознанием [Электронный ресурс] / К. В. Никитина. – Режим доступа : <http://www.bali.ostu.ru/umc/archiv/2006/2/Nikitina.doc>. **18. Блакар Р. М.** Язык как инструмент социальной власти / Р. М. Блакар // Язык и моделирование социального воздействия – М., 1987. – С. 88 – 124. **19. Дейк Т. А. ван** Язык, познание, коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М. : Прогресс, 1989. – 312 с. **20. Метелица Е. В.** Лингвосемиотическое пространство дискурса дипломатического протокола (на материале текстов дипломатического протокола государственного департамента США). : дис. канд филол. наук. 10.02.04 – „Германские языки” / Е. В. Метелица – Волгоград, 2002. – 263 с.

Хорошун О. О. Дискурс засобів масової інформації: характерні особливості

Сьогодні незаперечним є той факт, що засоби масової інформації відіграють важливу роль у житті суспільства і слугують основним джерелом впливу на масову свідомість, формування суспільної думки і сприйняття реальності масовою аудиторією, тому закономірним є підвищення інтересу науковців різних галузей до всебічного вивчення ЗМІ. Сучасна лінгвістика звертається до мовного матеріалу як частини певного дискурсу. Тексти, що функціонують у ЗМІ, не є винятком, оскільки складають дискурс ЗМІ, або медіа-дискурс, зі своїми правилами мовної поведінки та інтертекстуальності.

Найпоширенішою формою існування мови є медіатексти, що й обумовлює актуальність медіалінгвістики як нового системного підходу до вивчення мови ЗМІ. У сучасному інформаційному просторі дискурс ЗМІ є основним джерелом знань людей про світ і події що в ньому відбуваються. Глобальні зміни, пов'язані з безперервним розвитком можливостей масової комунікації, впливають не тільки на умови життя і на спосіб мислення і систему сприйняття інформації сучасної людини, а й сприяють глобальним змінам у сучасному інформаційному суспільстві. Значна роль ЗМІ і в динаміці мовних процесів, оскільки саме на сферу масової комунікації припадає основний обсяг використання мови. Слід зазначити, що поширеним явищем сучасного медіадискурсу є маніпулятивний мовленнєвий вплив, яке втілюється різноманітними способами і засобами. Але, незважаючи на посилену увагу дослідників до дискурсу ЗМІ його характеристика залишається не повною.

Ключові слова: медіа лінгвістика, дискурс ЗМІ, медіатекст, інформативна функція, маніпулятивна функція

Хорошун О. А. Дискурс средств массовой коммуникации: характерные особенности

Сегодня неоспоримым есть тот факт, что средства массовой коммуникации играют важную роль в жизни общества и являются основным источником влияния на массовое сознание, формирование общественной мысли и восприятия реальности массовой аудиторией, потому закономерным есть возрастающий интерес исследователей разных отраслей науки к всестороннему изучению СМИ. Современная лингвистика обращается к какому-либо языковому материалу как части определенного дискурса. Тексты, которые функционируют в СМИ, не исключение, так они формируют дискурс СМИ, или медиа-дискурс, со своими правилами языкового поведения и интертекстуальности.

Самой распространенной формой существования языка являются медиатексты, что и обуславливает актуальность медиалингвистики как нового системного подхода к изучению языка СМИ. В современном информационном пространстве дискурс СМИ есть основным источником знаний людей о мире и происходящих в нем событиях. Глобальные

изменения, связанные с непрерывно развивающимися возможностями массовой коммуникации, влияют не только на условия жизни и на способ мышления и систему восприятия информации современного человека, но и способствуют глобальным изменениям в современном информационном обществе. Значительна роль СМИ и в динамике речевых процессов, так как основной объём речепользования приходится сегодня именно на сферу массовой коммуникации. Следует отметить, что распространенным явлением современного медиадискурса является манипулятивное речевое воздействие, которое воплощается разнообразными способами и средствами. Но, несмотря на усиленное внимание исследователей к дискурсу СМИ его характеристика остается не полной.

Ключевые слова: медиа лингвистика, дискурс СМИ, медиатекст, информативная функция, манипулятивная функция.

Khoroshun O. O. Mass media discourse: characteristic peculiarities

Today there is an undeniable fact that mass media plays an important role in society and is a major source of influence on mass consciousness, the formation of public opinion and perception of reality by the mass audience, that's why there is a natural growing interest of researchers of different branches of science to the comprehensive study of the mass media. Modern linguistics refers to any language material as a part of a discourse. Media texts are not an exception, they form media discourse, with its own rules of verbal behavior and intertextuality.

Media text is the most common form of existence of a language, which causes media linguistics relevance as a new systematic approach to mass media language learning. In today's information space media discourse is the main source of people's knowledge about the world and the events. Global changes related to the continuously evolving capacities of mass communication, not only affect the living conditions and way of thinking and perception of the information system of modern people, but also contribute to global changes in the modern information society. Significant role in the dynamics of the media and speech processes, as the bulk of language usage accounts today is the sphere of mass communication. It should be noted that the common feature of modern media discourse is the manipulative speech influence, which is embodied in various ways and means. But despite the increased attention of scholars to the media discourse its characteristics are still incomplete.

Key words: media linguistics, media discourse, media text, informative function, manipulative function.

Стаття надійшла до редакції 17.01.2014 р.

Прийнято до друку 28.03.2014 р.

Рецензент – к. філол. н., доц. Семенюк І. С.