

*interactive brochure, allowing Avon Representatives to connect quickly and effectively with their customers by creating an e-enabled personalised shopping cart that can be shared via WhatsApp and Facebook messenger – sending the latest trends and products direct to their mobile* [6].

Таким чином, в епоху глобальної комп'ютеризації інформаційного простору електронний прес-реліз можна розглядати як багатовимірне семіотичне утворення, яке поєднує лінгвістичні та екстралінгвістичні складові. Вибір вербальних і невербальних засобів інформування та впливу у цьому тексті залежить від прагматичної установки його автора, а також від головних жанротвірних факторів прес-релізу, таких як надлишковість інформації та лексико-граматична замкненість повідомлення.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Бусыгина М. В. Жанровые и функционально-семантические характеристики пресс-релиза в современном медиадискурсе : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : 10.02.19 "Теория языка" / М. В. Бусыгина. – Волгоград, 2010. – 19 с.
2. Іванців О. В. Лінгвопрагматичний потенціал англомовних прес-релізів міжнародних косметичних компаній / О. В. Іванців // Текст. Контекст. Інтертекст (філологічні науки). – 2018. – №2 (4). – Режим доступу: [http://text-intertext.in.ua/n02\(04\)2018/ivantsiv\\_oryslava\\_04\\_2018.pdf](http://text-intertext.in.ua/n02(04)2018/ivantsiv_oryslava_04_2018.pdf)
3. Конова М. А. Прагматические характеристики аналитического пресс-релиза как разновидности PR-текстов / М. А. Конова // Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. Серия : Филология. – Иркутск, 2010. – № 3 (11). – С. 112–117.
4. Рыженко Е. С. Виды интертекстуальности в пресс-релизах, размещенных в интернете : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01 «Русский язык» / Е. С. Рыженко. – Волгоград, 2014. – 22 с.
5. Рыженко Е. С. Языковые особенности пресс-релизов в Интернете / Е. С. Рыженко // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия : Языкознание. – Волгоград, 2013. – № 1 (17). – С. 150–155.
6. Avon Products Media Centre [Electronic resource]. – Access mode: <http://media.avoncompany.com/index.php>.
7. Catenaccio P. Press releases as a hybrid genre : addressing the informative/promotional conundrum / P. Catenaccio // Pragmatics. – 2008. – Vol. 18, № 1. – P. 9–31.
8. Jacobs G. Preformulating the News : An Analysis of the Metapragmatics of Press Releases / G. Jacobs. – Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 1999.
9. Mary Kay Press Room [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.marykay.com/en-US/About-Mary-Kay/PressRoom>.

*Семкова А.*

*Науковий керівник – доц. Іванців О. В.*

#### РЕПОРТАЖ ЯК ЖАНР СПОРТИВНОГО ДИСКУРСУ

Спорт є багатогранним та складним явищем, що асоціюється в нашій свідомості з різними сферами людського життя: політикою, професійною діяльністю, культурою, естетикою, культурою здоров'я, навіть рекламою. Саме через це спорт є об'єктом уваги в різноманітних галузях знань.

Спортивний дискурс – це мовлення (в усній чи письмовій формі), котре передає змістовність, що визначає спортивну діяльність (дискурс як процес), та сукупність створених текстів в яких репрезентована ця суть (дискурс як результат), тобто сукупність мовних творів, що були зафіксовані письмово або на пам'ять. Специфіка спортивного дискурсу проявляється в усіх сферах: існують графічні та орфографічні, лексичні, граматичні особливості.

Спортивний дискурс – багатоплановий і багаторівневий комунікативний конструкт, що відображає комунікативні наміри суб'єктів спорту – спортсменів, тренерів, суддів змагань, адміністраторів спорту, уболівальників як реальних (глядачів спортивних змагань у реальних умовах спортивної події), так і віртуальних (телеглядачів і радіослухачів, що одержують візуальну й аудіальну інформацію про спортивну подію за допомогою телебачення й радіо), а також спортивних коментаторів, що деталізують для уболівальників інформацію про спортивну подію [4].

Спортивний дискурс характеризується цілою системою конститутивних ознак, у центрі яких розташовується інституціональність як базова конститутивна ознака, що відбиває зв'язок спорту із соціальними інститутами. Розгортання спортивного дискурсу відбувається між учасниками спортивного процесу або події, тобто комунікантами – суб'єктами спорту, які проявляють себе як групи мовних особистостей, які по-різному вербалізують свої комунікативні наміри.

Спортивний дискурс характеризується жанровим різноманіттям. Жанрова система спортивного дискурсу активно розвивається й тому потребує наукової фіксації. Загалом виокремлюють такі основні жанри спортивного дискурсу, як наукова спортивна стаття; спортивне інтерв'ю, спортивна прес-конференція, спортивний репортаж і спортивний коментар. У жанровій системі спортивного дискурсу репортаж посідає важливе місце [4].

Мета статті полягає у виявленні характерних особливостей репортажу як жанру спортивного дискурсу.

Науковці по-різному тлумачать репортаж як жанр періодичної преси. Так, дослідник О. Тертичний стверджує, що репортаж має ознаки художньо-публіцистичного жанру, оскільки в процесі створення репортажу «використовують метод наочного зображення дійсності, але як самоціль, а не засіб узагальнення або «оживлення» тексту» [5]. Л. Кройчик називає репортаж жанром публіцистики, «оперативно-дослідним текстом», в якому на першому плані – тлумачення інформації, і пропонує таке визначення жанру: «Репортаж – публіцистичний жанр, який дає наочне уявлення про подію через безпосереднє сприйняття автора-очевидця чи учасника події» [3]. Але більшість дослідників зараховують репортаж до інформаційної групи. Так, дослідник А. Кобяков вважає, що «репортаж поєднує в собі елементи всіх інформаційних жанрів (оповідання, пряма мова, історичний відступ, характеристика персонажів і т.ін.)» [2]. Так науковець С. Гуревич теж називає репортаж одним із інформаційних жанрів, хоч і не заперечує його «спорідненість з деякими іншими жанрами (особливо художньо-публіцистичними) [1].

Репортаж – це жанр, який дає наочне уявлення про ту чи ту подію через безпосереднє сприйняття автора, оскільки саме він є головним розпорядником усієї дії. Основне завдання журналіста – створення цілісного враження про епізод життя. У сучасному репортажі з успіхом можуть поєднуватися як інформаційне, так і аналітичне та публіцистичне начало. Відповідно, це є причиною різноманітних відтінків жанрових варіантів репортажних творів. Тому в межах жанру спортивні репортажі поділяють на: подієвий, проблемний (аналітичний) тематичний (оглядовий) і репортаж-коментар (інтерв'ю). Керуючись завданнями роботи, розглянемо детальніше жанрові форми спортивного репортажу.

Спортивний репортаж поєднує ознаки різних жанрів, і тому має багато спільного з кореспонденцією, звітом, інтерв'ю. Але звіт належить до «сидячих» жанрів, працюючи над ним, журналіст залишається більш-менш пасивним, він подає інформацію нейтрально. Натомість репортаж належить до «стоячих» жанрів, як, наприклад, розслідування та інтерв'ю. В цьому випадку журналіст поводить себе як активний співучасник події, він той, хто здійснює її режисуру. Спортивний репортаж дозволяє побачити, звертається до почуттів за допомогою вражень. Розслідування шукає відповіді на запитання, звертається до розуму, а інтерв'ю є лише способом збирання інформації для написання репортажу [4].

Тканину репортажного опису створюють з різних змістових фрагментів, до яких належать насамперед елементи інформаційного повідомлення (факти, деталі, документи, свідчення, фрагменти ситуації тощо), а також елементи публіцистики (думки, оцінки, коментарі, ліричні відступи, репортажні замальовки тощо). У єдиний репортажний вузол усі ці частини поєднує авторський задум, що виражається через ставлення журналіста до описуваної події [4].

Основними жанровими ознаками спортивного репортажу є: наочність – створення образної картинки за допомогою предметного опису деталей; наведення подробиць, відтворення вчинків і реплік дійових осіб; максимальна документальність – репортаж не може бути реконструкцією події або творчим вимислом; емоційно забарвлений стиль оповіді, що надає додаткової переконливості; активна роль особистості репортера, що дозволяє не тільки побачити подію очима журналіста, але й провокує самостійну роботу читачкої уяви.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гуревич С. Газета: вчера, сегодня, завтра: учебное пособие / С. Гуревич. – М.: АспектПресс, 2004. – 288 с.
2. Кобяков О. О жанрах современной газетной журналистики / О. Кобяков // [www.mediasprut.ru/jour/theorie/genre/ak-genre.shtml](http://www.mediasprut.ru/jour/theorie/genre/ak-genre.shtml)
3. Кройчик Л. Основы творческой деятельности журналиста / Л. Кройчик. – С.Пб.: Издво Михайлова В.А., 2000. – 200 с.
4. Лаврик О. Жанрово-стильові особливості репортажу в українській спортивній пресі // Теле-та радіожурналістика. – 2010. - Вип. 9, ч. 1. – С. 196–201.
5. Тертычный А. Жанры периодической печати / А. Тертычный. – М.: Аспект-Пресс, 2000. – 320 с.

І. Лучка

Науковий керівник — доц. Цепенюк Т. О.

## СТРУКТУРНИЙ АНАЛІЗ ПРОМОВ МІШЕЛЬ ОБАМИ

Політична промова трактується як заздалегідь підготовлений гострополітичний виступ з позитивними чи негативними оцінками, обґрунтуванням, конкретними фактами, з накресленими планами, перспективою політичних змін. Вона реалізується через політичний дискурс, який являє собою сукупність смислів, когнітивних та ціннісних значень. Політична сфера також тісно пов'язана із питаннями гендеру як у прагматичному, так і мовному аспектах. Лінгвістичні дослідження показують, що маскулітний та фемітний стилі публічного спілкування відрізняються. Жінка прагне до гармонійної комунікації з виявленням солідарності, спільності позицій та підтримки.

В добу сучасних інформаційних технологій володіння інформацією про сучасний політичний дискурс є актуальним, оскільки громадськість зіткнулася з небувалим потоком пропаганди, неправдивих новин та заяв, з якими намагаються боротися країни Європейського континенту та країни, що розвиваються. Саме тому, елементарні знання технік маніпуляції суспільною свідомістю, таких як відверті популістські лозунги та «вкидування» пропагандистських матеріалів у сучасний інформаційний простір, необхідні для стримування цієї глобальної загрози.

Серед класичних робіт на цю тему можна відзначити праці Т.А. ван Дейка, Р.Барта, М.Фуко, Ю.Хабермаса.

Мета статті полягає в детальному аналізі, порівнянні та характеристиці структурних особливостей промов Мішель Обами.

З перших слів можна помітити, що Мішель – дуже здібний оратор, оскільки кожна її промова починається словами, які безумовно інтригують слухачів, наприклад, вона вдається до розповідей, ділиться історіями, які стосуються її досвіду, вживаючи такі конструкції як: *over the past few years as first lady; since; from the time*. Такий прийом покликаний психологічно підготувати слухачів до суті промови і ввести їх у процес сприйняття її змісту.

Очевидними є й функції, які виконує вступ:

- психологічну — закріплення контакту, уваги і зацікавленості, які були викликані зачином, створення необхідного настрою. Мішель починає більшість зі своїх промов словами подяки *thank you so much, just with your help, it is truly a pleasure*; чи питаннями на кшталт *how are you? What are your expectations?* чи вживає різноманітні вигуки *Oh, my Goodness*.

- змістову — опис цільової настанови промови, повідомлення теми, перелік і коротка характеристика проблем, які аналізуються в основній частині. Оскільки Мішель присвячує багато часу боротьбі з поширеною проблемою в Америці – ожирінням, нездоровим способом життя, тому вона розповідає як важливо займатися спортом, дотримуватися здорового способу життя, використовуючи відповідні словосполучення: *healthy and active life, excercises, healthy meal*. Не менш значущою є й тема освіти, та особлива увага приділяється праву освіти для дівчат, про що свідчить використання таких одиниць: *educational opportunities, violence against women, a door of opportunity*;