

**Література:**

1. Ковалик І. І. Питання слов'янського іменникового словотвору в східно-слов'янських мовах у порівнянні з іншими слов'янськими мовами: До IV з'їзду славістів / І. І. Ковалик. Львів : Вид-во Львів. ун-ту, 1958. Ч. 1. 155 с.
2. Кондрацька О.В. Фемінні назви осіб за професією в сучасній польській мові: словотвірний аспект. Слов'янський збірник. 2012. Вип. 16. С. 258–268.
3. Jak język kształtuje rzeczywistość? Raport z badania ilościowego na temat feminatywów URL: [https://www.bnpparibas.pl/wystarczyslowo/utills/doc/Raport\\_z\\_badania\\_na\\_temat\\_feminatyw%C3%93w.pdf](https://www.bnpparibas.pl/wystarczyslowo/utills/doc/Raport_z_badania_na_temat_feminatyw%C3%93w.pdf)

## ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ МЕДІАЛІНГВІСТИКИ ЯК НАУКИ

**Панкратьєва А. В.**

гр. зМАМ-21

Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

Наук. керівник – к.філол.н, доцент Ярема О. Б.

Із початком активного розвитку засобів передачі інформації та їх впливу на суспільство, вчені ще з 20 століття виявили інтерес до вивчення мови ЗМІ та їх особливостей, що, своєю чергою, призвело до виникнення поняття “медіалінгвістика”. Медіалінгвістика як поняття є інтердисциплінарним, так як її особливості вивчають не тільки філологи, ай психологи, політологи, соціологи, культурологи та журналісти. Активним впровадженням терміну “медіалінгвістика” в Україні займається професорка Лариса Шевченко та кандидат філологічних наук, мовознавець Сизонов Дмитро. Вони вважають, що медіалінгвістика – це нова міжгалузева гуманітарна дисципліна, що вивчає функціонування мови в засобах масової інформації. У комплексі медіалінгвістичних проблем як інтегрального гуманітарного знання важливо зосередити увагу на мовознавчій аспектології, що й визначає один зі складників цього синкретичного поняття [4, с 21].

Як філологічна наука, медіалінгвістика досліджує та пояснює певні аспекти, наприклад теоретичні засади та суспільні передумови виникнення медіалінгвістики; роль ЗМІ в динаміці мовних процесів; функціонально-стилістичний статус медіамовлення; поняття медіатексту як базової категорії медіалінгвістики; опис методів вивчення текстів масової інформації; аналіз лінгвостилістичних ознак основних типів і жанрів медіатекстів: друкованих, електронних; інформаційних; аналітичних, художньо-публіцистичних; дослідження різних аспектів медіадискурсу в контексті міжкультурної комунікації та ін. [4].

**Об'єктом** дослідження медіалінгвістики є засоби масової інформації, їх природа, функції, комунікативні стратегії й тактики, медійні тексти, жанри й типи. **Предметом** є мова ЗМІ, її функціонально-стилістичний ресурс, архітектонічні особливості медійних текстів, аргументація природи стилістичної норми в медіа, граматичні, лексичні, синтаксичні особливості медійної комунікації [4, с 30].

У своїх працях Бабич В. І. описує мову ЗМІ як структуровану систему мовних засобів, яку використовують ЗМІ для створення та поширення інформації серед аудиторії. Вона вважає, що мова ЗМІ включає в себе різноманітні мовні засоби, такі як слова, фрази, граматичні конструкції, образи, символи, а також вибір лексики, структури текстів, стилістику, інтонацію та інші аспекти комунікації. Також професорка зазначає, що мова ЗМІ може бути різною в залежності від типу ЗМІ (наприклад, газети, телебачення, радіо, Інтернет), цільової аудиторії, жанру, інформаційної мети та інших чинників.

Оскільки мова ЗМІ є важливим інструментом впливу на громадську думку та формування інформаційної картини світу, то її основними функціями є ефективне спілкування з громадськістю, пояснення події, викладу думок та впливу на думки і переконання читачів, слухачів або глядачів. Мова ЗМІ відображає важливі аспекти культурного, політичного, соціального та економічного життя суспільства і впливає на сприйняття подій та явищ громадськістю [1, с. 16; 2, с. 6].

Невід'ємними складниками інформаційного простору та актуальними для досліджень вважаються поняття «медіадискурс» (або як ще його називають «дискурс масової інформації») та «медіатекст».

Відповідно до етимологічного словника, воно походить від латинського слова «discursus», що означало «розмова». Пізніше це слово було запозичене французькою мовою «discours» – «промова, розмова про щось» [5]. Як частина соціології та лінгвістики поняття «дискурс» вперше було згадане німецьким соціологом та філософом Юргеном Габермасом в 1952 р. Він використав його, аби описати спосіб мовної взаємодії, що включає в себе розумовий та критичний аналіз цінностей, соціальних норм та правил у суспільному житті. Сьогодні ж цей термін означає, що це є типом мовленнєвої діяльності в медіа, спроектований на інформування аудиторії щодо різних сфер суспільного життя засобами масової комунікації (телебачення, радіо, інтернет, друкована преса та ін.) [4, с. 22]. Також варто зазначити, що медіадискурс як поняття має шість основних характерних ознак. Першою є групова співвіднесеність – це означає, що адресант поділяє погляди своєї групи. Другою є публічність – відкритість та орієнтованість на масового споживача. Наступною є полемічна зорієнтованість – створення полілогу з бажанням подальшої дискусії. Вплив на кілька груп споживачів одночасно є ще однією характеристикою і називається вона – інсценування і масова спрямованість. Останніми двома характеристиками є інформаційна глобальність і всеохопність; та прецедентне місце в геокультурній картині світу [4, с. 41].

Сизонов Д.Ю. поділяє медіадискурс на усні та неусні. До усних він відносить діалоги, монологи, полілоги, інтерв'ю і тд. Радіо-, теледискурси, друковані газети та журнали є представниками неусних дискурсів [3, с. 390].

Основною категорією медіадискурсу вважається «медіатекст». Це поняття з'явилося у 20-ому столітті через швидкий розвиток засобів масової комунікації. Замість звичних друкованих текстів виникли нові види текстів, пов'язані з появою радіо, телебачення та Інтернету. Медіатекст охоплює будь-які повідомлення чи тексти, що використовуються в масовій комунікації. Варто зазначити, що будь-якому зафіксованому тексту передують дискурс, а тексту поза дискурсивною діяльністю не існує. Тому поняття тексту і дискурсу не протиставляються, їх відношення пов'язуються причинно-наслідковим зв'язком: текст є результатом дискурсу. Дослідники виокремлюють певні характеристики медіатексту, такі як: масовість, інтегративність, відкритість щодо тематичної наповненості, інтертекстуальність, гіпертекстуальність, когерентність, когезійність [4, с. 42-44.]. Класифікацій медіатекстів у медіалінгвістиці є багато, проте більшість з них спираються на такі аспекти: критерії щодо створення тексту, форма (фактура) медіатексту, канал розповсюдження, функціонально-жанровий тип тексту та тематична домінанта.

Отже, поняття медіатексту і медіадискурсу становлять основні теоретичні складові медіалінгвістики. Медіатекст – це вид тексту, спрямований на широку аудиторію, і він характеризується поєднанням вербальних і медійних компонентів, а

також особливим стилем автора. Крім того, він має виражену прагматичну спрямованість. Медіадискурс – це зв'язний текст, який враховує екстралінгвістичні, прагматичні, соціокультурні, психологічні та інші фактори.

#### **Література:**

1. Альбеценко М. Базові категорії медіалінгвістики. *Медіатекст у сучасному комунікативному дискурсі*. 2020. С. 16–17.
2. Бондаренко І. Вплив медіатексту на читача. *Медіатекст у сучасному комунікативному дискурсі*. 2020. С. 6–7.
3. Сизонов Д. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia linguistica*. 2013. № 7. С. 389–393.
4. Шевченко Л., Сизонов Д. *Теорія медіалінгвістики : підручник / ред. Л. Шевченко. Київ : "Київ. ун-т", 2021. 214 с.*
5. *Discourse. Online Etymology Dictionary. URL: <https://www.etymonline.com/search?q=discourse> (date of access: 02.10.2023).*

## **ТЕОРІЯ МОВЛЕННЄВИХ ЖАНРІВ І АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЛІНГВІСТИКИ**

**Риженьких В. О.**

*гр. ГФз-312м*

*Національний університет «Запорізька політехніка»*

*Наук. керівник – д.філол.н., професор Приходько А. М.*

Теорія мовленнєвих жанрів (ТМЖ) стала одним із найважливіших напрямів лінгвістики, а саме теорії дискурсу. Вивчення цього питання дозволило впорядкувати як відомості про функціональну сторону мови, так і системність мовлення. Безперечно, з часом погляди на цю проблему змінювалися і продовжують змінюватися до цього дня. Однак на даному етапі розвитку напряму можна сказати, що ТМЖ допомагає вирішувати завдання, загальні для всіх мовних дисциплін (з чого складається висловлювання, чому у певній ситуації обираються певні засоби тощо).

Глобальне вивчення жанрів мовлення зараз призвело до створення перспективного напряму у сфері антропоцентричного мовознавства. Багато вчених у цій галузі дають різні варіанти розуміння мовленнєвого жанру, причому досі немає єдиної думки щодо визначення жанрів мовлення, і навіть структури і типології жанрів.

Проблеми теорії мовленнєвих жанрів активно обговорюються у численних працях сучасних дослідників. Ситуацію, що склалася, а саме підвищений інтерес до дослідження мовлення, можна пояснити зростанням популярності понять «жанр мовлення» або «жанр спілкування», оскільки саме вони останнім часом все частіше зустрічаються на сторінках лінгвістичних видань. Багатство мовленнєвих жанрів (МЖ) обумовлено різноманітністю людської діяльності, всі види якої пов'язані з використанням мови. У кожній сфері діяльності існує цілий спектр МЖ, який піддається змінам та трансформуванню і знаходиться у прямій залежності від розвитку та ускладнення самої діяльності. Звідси – надзвичайна різноманітність МЖ, куди відносяться діалог, побутова розповідь, лист, військова команда, літературні жанри, ділові документи, публіцистика, наукові виступи тощо. Мовленнєвий жанр як об'єкт дослідження вивчається у низці наук, серед яких найповніше представлені лінгвістичний і соціопрагматичний аспекти теорії мовленнєвих жанрів.

Сучасний підхід до поняття «жанру» передбачає, що це поняття охоплює як літературознавчий термін, так і певний набір універсальних текстів. Людська мова існує у