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. Альбещенко 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 різнорідність 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

вигляді конкретних висловлювань із типовими конструкціями. Отже, немає позажанрових висловлювань. Вся мовленнєва діяльність – це вибір жанрів, що не виключає змін у жанрах та жанровому репертуарі. Жанрами є текстові зразки (і групи текстів), які історично склалися як такі, тобто. існують у суспільній мовленнєвій свідомості.

У західній науці, окрім використання в літературі для позначення різних літературних форм, таких як поезія, роман і драма, слово «жанр» також використовувалося для позначення будь-яких нелітературних типів дискурсу, які класифікуються відповідно до певних критеріїв, що відрізняються від один учений іншому. Б. Пелтрідж визначає жанри як способи, за допомогою яких люди «досягають результатів» за допомогою дискурсу [4, с. 62]. Дж. Свейлз розглядає жанр як «клас комунікативних подій, які мають спільні впізнавані комунікативні цілі» [6, с. 13]. Такі цілі допомагають визначити жанри та обмежити їх зміст і форму. У цьому ж ключі Я. Ренкема стверджує, що жанри в основному визначаються як «комунікативні засоби досягнення цілей» [5, с. 86]. Однак у подальших роботах про жанри Дж. Свейлз переглянув свій попередній погляд на цілі, сказавши, що жанри можуть мати кілька цілей, які можуть бути різними для кожного з учасників [2]. Крім того, види жанрів зі схожими лінгвістичними та риторичними особливостями можуть мати «разючі відмінності за комунікативною метою», за словами Дж. Свейлза та П. Роджерса. Комунікативне призначення жанру, далі, може розвиватися з часом. «Він може змінюватися… розширюватися або … зменшуватися» [7, с. 225]. «Це може відрізнятися в різних культурах, навіть якщо тексти належать до однієї жанрової категорії» [4, с. 65].

Деякі зарубіжні лінгвісти співвідносять поняття жанру з поняттям події. Д. Хаймс, наприклад, називає жанр характерною ознакою мовленнєвої події, зовнішнім по відношенню до події, і вважає, що жанр може співпадати з подією, а може бути його складовою частиною [3, с. 51–53]. Визначення Дж. Свейлза має комплексний характер і вказує на лінгвістичні і прагматичні параметри жанру. На думку науковця, жанр складається з класу комунікативних подій, що мають певні спільні комунікативні цілі, визнаються компетентними членами дискурсивної спільноти і становлять засади певного жанру. Ці засади утворюють каркас структури дискурсу та впливають на вибір певного стилю та змісту жанру. На додаток до визначених комунікативних цілей, жанри характеризуються подібністю у структурному, стилістичному та змістовному аспектах та розраховані на сприйняття певною цільовою аудиторією. Якщо жанр відповідає усім згаданим критеріям, він буде розглядатися дискурсивною спільнотою як прототипова модель [6, с. 272]. Український мовознавець Ф. С. Бацевич підкреслює наявність різних поглядів на розуміння лінгвістичної природи і сутності мовленнєвих жанрів. Він розглядає мовленнєвий жанр як: стилістичне явище; тип висловлювання; текстове явище; комунікативне явище [1, с. 49–52].

Актуальність розрізнення різних типів мовленнєвих жанрів підтверджується тим, що у них мовою вироблені особливі граматичні форми (наприклад, імператив) і інтонаційні показники. Різні комунікативні цілі визначають існування чотирьох типів мовленнєвих жанрів (інформативні, імперативні, оціночні, етикетні). Вони включають до свого складу досить багато жанрів, різняться всередині названих типів за іншими жанроутворюючими ознаками.

Література:

1. Бацевич Ф. Лінгвістична генологія : проблеми і перспективи : монографія. Львів : ПАІС, 2005. 264 с.

2. Askehave I., Swales J. M. Genre Identification and Communicative Purpose : A Problem and

Possible Solution // Applied Linguistics. 2001. № 22. P. 195–212.

3. Hymes D. H. On Communicative Competence // Sociolinguistics. Selected Readings / ed. by J.B. Pride & J. Holmes. L. : Penguin, 1972. P. 269–293.

4. Paltridge B. Discourse Analysis: An Introduction. 2nd ed. L. : Bloomsbury, 2012.

5. Renkema Jan. Introduction to Discourse Studies. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company, 2004.

6. Swales J. Genre Analysis : English in Academic and Research Settings. Cambridge : University Press, 1990. 272 p.

7. *Swales J. M., Rogers P. Discourse and the Projection of Corporate Culture : The Mission Statement // Discourse & Society. 1995. № 6. P. 223–42.*

ОСОБЛИВОСТІ ВЕРБАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПТУ UKRAINE В АНГЛОМОВНИХ ЗМІ ПІСЛЯ 2022 РОКУ

Трач В .І.
гр. ФПАм-22-1
Хмельницький національний університет
Наук. керівник – к. філол. н, доцент Купчишина Ю .А.

У сучасній лінгвістиці не існує єдиного підходу до трактування поняття «концепт». Залежно від парадигми, крізь призму якої вивчається це поняття, визначення відрізняються. Термін "концепт" латинського походження: ***conceptus*** – поняття від ***concipio*** *– збирати, вбирати у себе; представляти; уявляти, формулювати; утворювати, зачати тощо* [2, с. 306]. Концепт − передусім, ментальна одиниця й елемент свідомості, що виступає попередником між реальним світом і мовою, він охоплює і культурну інформацію, у якій вона фільтрується, переробляється й систематизується. [1, с. 215].

Вербалізація концепту – це процес вираження ідеї та значення певного об'єкта або події в словесній формі. Вербалізація дозволяє осмислити та передати концепт, який існує в свідомості носія мови, за допомогою мовних засобів, таких як слова, фрази, вислови тощо.

Концепт UKRAINE, який ми розгадаємо, є одним з найактуальніших та найполемічніших у сучасному англомовному дискурсі, особливо після початку повномасштабного вторгнення рф у 2022 році. ЗМІ використовують різні стратегії та тактики для формування певного образу України та її народу в свідомості своїх читачів, слухачів та глядачів.

Важливо дослідити, як змінилося ставлення до України в контексті її боротьби проти загарбників. Адже в України не завжди був позитивний портрет в англомовних ЗМІ. Часто Україна як реально існуюча країна постає перед читачами як країна, яка має негативне значення. Висловлюється критична оцінка ситуації з корупцією в Україні, яка є однією з найбільших перешкод для її розвитку та інтеграції в Європу. Вона поглиблює бідність, нерівність, соціальну напругу та погано впливає на імідж України в світовому співтоваристві.

*«Welcome to Ukraine, the most **corrupt** nation in Europe» [4]*
«Ласкаво просимо в Україну, найбільш корумповану націю в Європі»

В багатьох публікаціях Україна все ще означена, як колишня республіка СРСР. На перший погляд, таке формулювання може використовуватись для того, щоб дати загальну інформацію про Україну, її історію та демографію. Однак насправді воно має негативний