

## РАЗДЕЛ 2. ЯЗЫК И СТИЛЬ СМИ

УДК 81.276.6:070

Архипенко Л.М.

### МОВА ЗМІ ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ: ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ, СПЕЦИФІКА ФУНКЦІОНАЛЬНОГО СТИЛЮ

*Архипенко Л.М. Язык СМИ как объект лингвистических исследований: история становления, специфика функционального стиля*

*В статье рассматривается язык СМИ как объект лингвистических исследований, осуществляется обзор основных вопросов истории становления и языковой специфики публицистического стиля.*

**Ключевые слова:** язык средств массовой информации, языковая специфика, публицистический стиль

*Архипенко Л.М. Мова ЗМІ як об'єкт лінгвістичних досліджень: історія становлення, специфіка функціонального стилю*

*У статті розглядається мова ЗМІ як об'єкт лінгвістичних досліджень, здійснюється огляд основних питань історії становлення та мовної специфіки публіцистичного стилю.*

**Ключові слова:** мова засобів масової інформації, мовна специфіка, публіцистичний стиль

*Arhipenko L.M. The Language of Mass Media as the Object of the Linguist Investigations: The history of development and the specific of the functional style*

*The article deals with the problem of the language of mass media as the object of the linguist investigations. The author has made the review of the main questions of the history and linguistic specific of the languages styles.*

**Key words:** the language of mass media, language specific, the languages styles

*Постановка проблеми.* На сучасному етапі головним чином мовна практика засобів масової інформації (ЗМІ) визначає основні тенденції розвитку лексико-семантичної, словотвірної, синтаксичної структур мови. Еволюціонуючи разом із політичною, економічною, науковою, культурною сферами громадського життя, мова публіцистики першою опиняється перед потребою словесного оформлення нових реалій.

Стиль засобів масової інформації як один із підстилів публіцистичного стилю має свої жанрові й мовні особливості, тобто систему композиційних прийомів та усталених зворотів і сукупність експресивно-образних засобів.

Узагалі термін “публіцистика” багатозначний і позначає: 1) вид літературної творчості, через який висвітлюються актуальні проблеми сучасності; 2) власне мовознавче явище - функціональний стиль сучасної української літературної мови.

Великий тлумачний словник сучасної української мови подає таке визначення публіцистики: “Рід літератури, що висвітлює актуальні проблеми сучасності; сукупність літературних творів цього роду” [2, с. 1003].

У “Російському тлумачному словнику” за редакцією В. Лопатіна і Л. Лопатіної зазначається, що “публіцистика - літературна творчість, присвячена суспільно-політичним питанням сучасності, а також... твори цього літературного жанру” [5, с.550]. Автори відносять публіцистику до літературної творчості й визначають галузь функціонування публіцистики - суспільно- політичну.

Отже, основною метою публіцистики є висвітлення актуальних проблем сучасності, вплив на читачів, спонукування їх до творчої діяльності, пропагування прогресивних ідей.

Мовна специфіка публіцистичних творів неодноразово була об'єктом пильної уваги мовознавців.

Видана М. Гусом, Ю. Горянським, М. Кагановичем у 1926 р. книга “Мова газети” зафіксувала критичне ставлення авторів до мови періодики: „по-перше, неправильна, по-друге, шаблонна, по-третє, малозрозуміла”.

У своїй праці “Наша газетна мова” (1928 р.) М. Гладкий також негативно оцінює тогочасну мову преси, оскільки остання не усвідомлює своїх завдань, є неорганізованою, безсистемною. Дослідник зауважує: “...не маючи мовних традицій від літературної мови в минулому..., наша газетна мова не потрапила сама знайти свою народну основу, тим паче не спромоглася вона збудувати на цій основі культурну вищу надбудову, а натомість збочила на легкий для неї шлях переймання з російської мови” [3, с. 14]. Отже, на думку автора, низькопробність тогочасної газетної мови зумовлена національними мовними і культурними проблемами.

Дослідник Я. Шафір у своїх роботах (20-ті рр.) розглядає мову газети в контексті “газетної культури”, орієнтованої на інтелектуальний рівень масового читача. Він звертає увагу на книжність мови преси, наслідування нею художньо-літературних традицій, окремими рисами газетної мови визнає “словоскорочення, іноземні слова, громіздкі за своєю структурою речення” [10, с.37].

У 60-70-ті рр. ХХ ст. з'являється інтерес до дослідження мови періодичних видань у стилістико-функціональному аспекті. Першим повним спеціальним монографічним дослідженням, присвяченим питанням функціональної стилістики публіцистичних творів, стала праця В. Костомарова “Російська мова на газетній шпальті”, у якій автор дослідив публіцистичний стиль у функціональній безпосередності, не застосовуючи загальномовних критеріїв для його оцінки. Дослідник визначає газетну мову “як систему явищ, цілком неповторних ні в якій іншій сфері спілкування”.

З активним розвитком ЗМІ (преси, теле-, радіокомунікацій) постало питання стильової визначеності мови суспільної комунікації. Д. Баранник визнає за мовою ЗМІ статус окремого функціонального стилю й відзначає важливість простежити типологічні особливості мови кожного з різновидів масової інформації “в напрямі всіх складників мовної структури: морфологічних, синтаксичних, лексичних і фразеологічних” [1, с. 15].

У сучасній стилістиці мову ЗМІ традиційно розглядають як окремий підстиль публіцистичного стилю, чи власне публіцистичний підстиль, що обслуговує періодику, радіо, телебачення, рекламу [9, с.22]. Разом із тим термін “мова засобів масової інформації” використовують у ширшому значенні як будь-яку усну чи писемну публіцистику [4, с.88]. Зберігається тенденція розглядати мову масової інформації як окремий функціональний стиль української мови. Так, А. Нелюба [7, с. 15], наголошуючи на інформативно-пропагандистській та агітаційній функціях стилю ЗМІ, виділяє такі його підстили: публіцистичний (у межах якого існують кіно-, відео-, теле-, радіопубліцистика, газетна й журнальна публіцистика), політико-агітаційний, ораторський, рекламний.

Як зазначалося вище, основна функція публіцистичного стилю взагалі й мови ЗМІ зокрема - це активний вплив на читача чи слухача, зацікавлення суспільно й політично важливою інформацією. Цей підстиль має специфічні мовні особливості. У ньому сформувалася й постійно продукується нова суспільно-політична лексика й фразеологія: ідеологеми, що відображають політичні орієнтири, доктрини партій, рухів, громадських організацій, номени на позначення суб'єктів політики, лексика, що відображає функціонування інститутів влади, називає суспільні морально-етичні поняття тощо. Орієнтація на сьогодення, новизну, швидку реакцію й оцінку зумовлюють, з одного боку, пасивізацію старих ідеологем й актуалізацію сучасних, семантичні видозміни й перетворення наявних лексем, розширення варіантності й синонімії [6, с.273-275].

Останнім часом активізувався науковий підхід лінгвістів до дослідження мови мас-медіа як визначального чинника динаміки лексико-семантичних та словотворчих процесів української мови. У монографії “Динамічні процеси в лексико-семантичній системі та в словотворі української мови кінця ХХ ст. (на матеріалі мови засобів масової інформації)” О. Стишов стверджує, що “мова українських мас-медіа віддзеркалює стан сучасної української мови, відбиваючи її багатофункціональність. ступінь інтелектуалізації, оновлення і стилістичне перегрупування словника” [9, с. 12]. Мовознавець С. Єрмоленко визнає мовну практику ЗМІ як таку, що відіграє визначальну роль у виробленні мовного стандарту, формуванні мовних смаків, моди на слововживання.

Отже, основними етапами становлення та вивчення мови засобів масової інформації були такі:

- 20-ті рр.: мовознавці звертаються до дослідження мови преси (так званої газетної мови), оскільки на той час засоби масових комунікацій були представлені переважно газетною і журнальною періодикою (М. Гус, Ю. Горянський, М. Каганович, М. Гладкий, Я. Шафір). Дослідники визнають незадовільний стан тогочасної преси, зокрема звертають увагу на її низькопробність, шаблонність; газетна мова розглядається в контексті мови художньої літератури;

- 60-80-ті рр.: значна увага дослідників приділяється виявленню функціонально-стилістичних особливостей мови преси (Д. Баранник, В. Костомаров, Т. Винокур);

- кінець ХХ ст. - початок ХХІ ст.: загострення інтересу мовознавців до мови масових комунікацій як до визначального чинника динаміки словникового складу української мови (С. Єрмоленко, Л. Мацько, О. Пономарів, О. Стишов); виділення мови ЗМІ в окремий функціональний стиль, у межах якого виділяють публіцистичний підстиль (А. Нелюба).

*Висновки:* Отже, аналіз літератури доводить неухильне еволюціонування мови засобів масової інформації, зумовлене зростанням ролі мас-медіа у формуванні громадської думки, демократичними зрушеннями в суспільній свідомості. На сучасному етапі стильові особливості мови масової інформації в різних її площинах (семантичній, синтаксичній, словотвірній тощо) становлять, значний науковий інтерес, адже мовна практика ЗМІ є основним “полігоном” в апробації нового, переосмисленні, перетворенні існуючого, узвичаєнні лексичних новацій у свідомості мовців.

**Джерела та література**

1. Баранник Д.Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації //Мовознавство. - 1983. - №6. - С. 13-17.
2. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. - К.; Ірпінськ: ВТФ "Дерун", 2004. - 1440 с
3. Гладкий М. Наша газетна мова. - К.: Державне видавництво України, 1928 / Фотопередрук Олексі Горбача. - Мюнхен, 1992. - 174 с.
4. Дудик П.С. Стилїстика української мови: Навчальний посібник. - К.: Видавничий центр "Академія", 2005. - 368 с.
5. Лопатин В.В., Лопатина Л. Е. Русский толковый словарь. - 5-е изд. стереотип. - М.: Русский язык, 1998. - 832 с.
6. Мацько Л.І. та ін. Стилїстика української мови: Підручник / Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О.М. Мацько. - К.: Вицашк., 2003. - 462 с.
7. Нелюба А. Теорія і практика ділової мови. - Х.: Акта, 1997. - 192 с.
8. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови: Підручник. - Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. - 248 с.
9. Стишов О. А. Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації): Монографія. - К.: Вид. центр КНЛУ, 2003. – 388 с.
10. Шафир Я. Вопросы газетной культуры. - М. - Л.: Госиздат, 1927. - 209 с.

*Поступила до редакції 09.08.2007р.*

**УДК 811.161.2'42**

**Бакун О.В.**

**МЕТАФОРИ В ДИСКУРСІ ГАЗЕТИ „КОМУНІСТ”: ДОСВІД КОНТЕНТ-АНАЛІЗУ**

*Бакун А.В. **Метафори в дискурсе газети «Коммунист»: опыт контент-анализа***

*Статья посвящена вопросам изучения метафоры в украинских коммунистических СМИ. Рассматриваются разные методы анализа политического дискурса. Дается обзор самых частотных метафорических моделей украинского коммунистического дискурса и возможных интенций, которые они скрывают.*

***Ключевые слова:** дискурс, политический дискурс, когнитивный анализ, контент-анализ, метафора, метафорическая модель*

*Бакун О.В. **Метафори в дискурсі газети „Комуніст”: досвід контент-аналізу***

*Стаття присвячена питанням вивчення метафори в українських комуністичних ЗМІ. Розглядаються різні методи аналізу політичного дискурсу. Дається огляд найчастотніших метафоричних моделей українського комуністичного дискурсу та можливих інтенцій, які вони приховують.*

***Ключові слова:** дискурс, політичний дискурс, когнітивний аналіз, контент-аналіз, метафора, метафорична модель*

*Вакуп А.В. **Metaphors in the discourse of the newspaper "Communist": the expirience of content analysis***

*The article is devoted to the problem of study of metaphor in Ukrainian communis mass media. Different methods of analysis of political discourse are examined. The analysis of the most frequent metaphorical models of Ukrainian communist discourse and possible intentions they disguise is given.*

***Key words:** discourse, political discourse, cognitive analysis, content analysis, metaphor, metaphorical model*

*Актуальність.* За останні десятиліття інтерес до вивчення політичного дискурсу як засобу впливу значно зріс. Матеріалом для досліджень зазвичай слугують корпуси текстів у ЗМІ та публічні виступи політиків.

Аналіз політичного дискурсу може здійснюватися на базі критичного, когнітивного, описового (дескриптивного) та кількісного підходів.

Когнітивний лінгвістичний аналіз політичного дискурсу розглядає моделювання структур свідомості учасників комунікації, встановлення ментальних моделей, зумовлених ідеологією влади, тощо. Ця техніка дозволяє трансформувати уявлення людини про те, що її оточує, її симпатії, антипатії та ціннісні переконання. При цьому вона дає можливість судити і про політичну ситуацію, оскільки внутрішні моделі світу є частиною об'єктивної політичної картини. Когнітивний аналіз здійснюється за