

МЕДІАДИСКУРС ЯК ОБ'ЄКТ ЛІНГВІСТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Сучасне інформаційне середовище стрімко змінюється: з'являються нові медійні платформи, трансформуються формати комунікації, а разом із ними виникають нові об'єкти лінгвістичного аналізу. Сьогодні мова масової комунікації виконує значно ширші функції, ніж передача інформації: у її межах формуються смисли, інтерпретуються події та відбувається взаємодія учасників комунікації. У сучасному мовознавстві вивчення цих явищ закріпилась за медіалінгвістикою – міжгалузевою гуманітарною дисципліною, яка сформувалась наприкінці ХХ ст., та досліджує функціонування мови в засобах масової комунікації, а її базовими категоріями є медіатекст та медіадискурс [6, с. 98]. Саме тому вивчення медіадискурсу набуває особливої актуальності: воно дає змогу зрозуміти, як мовні засоби впливають на суспільну свідомість і формують сприйняття реальності.

У сучасній лінгвістиці дослідження медіадискурсу посідає одне з центральних місць. Це не випадково: засоби масової інформації дедалі активніше впливають на громадську думку та інтерпретацію суспільно значущих подій. У межах антропоцентричної парадигми мова розглядається вже не як замкнена формальна система знаків, а як живий, динамічний інструмент соціальної взаємодії, що функціонує в конкретних комунікативних умовах. У цьому контексті медіадискурс постає як особлива форма мовної діяльності, нерозривно пов'язана з позамовною дійсністю. Досліджуючи сутність медіадискурсу, варто зазначити, що саме поняття дискурсу є складним та багатовимірним явищем серед низки гуманітарних наук (лінгвістики, філософії, соціології, психології тощо). У лінгвістиці це поняття використовується досить широко, та не має єдиного тлумачення серед науковців. У широкому лінгвістичному розумінні дискурс розглядають як процес мовленнєвої діяльності, що формується під впливом соціального контексту й передбачає врахування прагматичних аспектів комунікації.

На думку українського вченого Ф. С. Бацевича, дискурс – це «тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різні форми вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників [...] синтез когнітивних, мовних і позамовних [...] чинників [...] має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [2, с. 138].

У працях Т. ван Дейка поняття «дискурс» розглядається як форма мовленнєвої діяльності, що охоплює усне й писемне мовлення, функціонує в межах певного соціального контексту та реалізує комунікативну взаємодію між учасниками, відображаючи їхні знання, переконання й соціальні відносини [1, с. 1–2]. У сучасній лексикографічній традиції, зокрема в «Словнику медіа та комунікацій» Марселя Данезі (2009), «дискурс» визначається у трьох основних значеннях: як ужиток мови в комунікації, як серйозна дискусія на певну тему та як специфічний стиль мовлення й письма (наприклад, «дискурс науки»). Особливої

ваги це визначення набуває через посилання на концепцію Мішеля Фуко, згідно з якою дискурс є формою влади, що артикулює та закріплює в мові ідеї, які сприймаються як істина. У сучасному розумінні дискурс охоплює також невербальні види комунікації, зокрема візуальний та наративний дискурси [3, с. 98].

Попри певну розбіжність у дефініціях, узагальнивши думки Ф. Бацевича, Т. ван Дейка та М. Данезі, можна дійти висновку, що дискурс – це складний комунікативний процес, що поєднує соціальний контекст, когнітивні механізми та мовні засоби. Такий підхід є теоретичною основою для вивчення медіадискурсу, який має складний міждисциплінарний характер і не має єдиного універсального визначення.

У сучасному мовознавстві дедалі більше уваги приділяють масовій комунікації, оскільки медіадискурс відображає не лише комунікативно-інформаційні, а й політичні, економічні та культурні процеси в суспільстві. Український мовознавець Д. Ю. Сизонов дає таке визначення: медіадискурс – це «глобальна універсальна категорія сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу, яка виступає певним тлом, у якому відбиваються актуальні настрої суспільства в різних сферах діяльності – політиці, економіці, культурі тощо, а також динамічні інноваційні процеси, як-от, лексичні новотвори, семантичні неологізми, «реанімовані» архаїзми, перифрази, крилаті вислови, запозичення з інших мов» [5, с. 389].

Медіадискурс вивчається в різних наукових підходах (психологічному, соціологічному, політичному), однак особливе значення має комунікативний підхід, який підкреслює його здатність не лише відображати, а й інтерпретувати події, впливаючи на свідомість аудиторії. У роботі «Теорія медіалінгвістики» (2021) Л. І. Шевченко та Д. Ю. Сизонов виокремлюють низку характерних ознак медіадискурсу: групова співвіднесеність, публічність, полемічна зорієнтованість, інсценування, масова спрямованість, інформаційна глобальність, всеохопність і прецедентне місце в геокультурній картині світу [7, с. 41].

Диверсифікація медійних каналів – від друкованих до інтерактивних – визначає особливий статус медіадискурсу в медіалінгвістиці. У сучасній лінгвістиці виокремлюють два підходи до типології медіадискурсу. Перший визначає медіадискурс як специфічний тип мовленнєво-мисленнєвої діяльності, характерний лише для сфери масмедіа; в його межах виділяють політичний, науковий, релігійний тощо варіанти. Другий підхід трактує медіадискурс ширше: ним називають будь-який вид дискурсу, реалізований у сфері масової комунікації [7, с. 41–42].

Центральною категорією медіадискурсу є медіатекст. Розрізнення понять «дискурс» і «текст» бере свій початок завдяки французькій школі дискурсу, зокрема працями Е. Бенвеніста, П. Шародо, П. Серіо та інших. Е. Бенвеніст надав слову дискурс термінологічного значення, визначивши його як «мовлення, привласнене мовцем». У його розумінні дискурс – це «усіляке висловлювання, яке зумовлює наявність комунікантів: адресата, адресанта, а також наміри адресанта певним чином впливати на свого співрозмовника» [4, с. 284]. У дослідженнях П. Шародо текст – це зорове втілення мовлення, неповторний результат, що залежить від мовця та умов його створення. Водночас він наголошує, що текст перетинається з багатьма дискурсами, кожен із яких належить до певного жанру й співвідноситься

з конкретною комунікативною ситуацією [4, с. 284]. Таким чином, текст і дискурс не протиставляються, а пов'язані причинно-наслідковими відношеннями: текст є продуктом дискурсивної діяльності.

У сфері масової комунікації поняття тексту набуває ширшого значення, оскільки медіатекст виходить за межі вербальної знакової системи. Як зазначає Д. Ю. Сизонов, медіатекст – це «різномірнева структура, що об'єднує вербальні, візуальні, аудіовізуальні та інші компоненти в єдиному смисловому просторі, орієнтованому на масову аудиторію» [5, с. 391]. Важливою характеристикою медіатексту є його мовна динамічність, яка виявляється в лексичних інноваціях, авторських неологізмах та мовних кліше. Отже, медіатекст – це різновид тексту, орієнтований на масову аудиторію, що поєднує вербальні й медійні одиниці, вирізняється особливим типом автора та має виражену прагматичну спрямованість. Медіадискурс, своєю чергою, постає як зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними та іншими чинниками.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Van Dijk T. A. *Discourse as Structure and Process*. London : SAGE Publications, 1997. 356 p.
2. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної прагматики : підручник. Київ : ВЦ «Академія», 2011. 304 с.
3. Данезі М. Словник медіа та комунікацій / пер. з англ. Запоріжжя : ЗНУ, 2009. 250 с.
4. Наукові записки. Серія "Філологічні науки" (Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя) / відп. ред. проф. Г. В. Самойленко. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2014. Кн. 2. 305 с.
5. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia Linguistica*. 2013. Вип. 7. С. 389–392.
6. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.
7. Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю. Теорія медіалінгвістики : підручник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. 214 с.