

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-250-0-12>

UKRAINIAN MEDIA LINGUISTIC STUDIES

УКРАЇНСЬКІ МЕДІАЛІНГВІСТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

Shuliak S. A.

*Doctor of Philological Sciences,
Professor,
Professor at the Department of Applied
Linguistics and Journalism
Pavlo Tychyna Uman State
Pedagogical University*

Шуляк С. А.

*доктор філологічних наук, професор,
професор кафедри прикладної
лінгвістики та журналістики
Уманський державний педагогічний
університет
імені Павла Тичини*

Zadoiana L. M.

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor at the Department
of Applied Linguistics and Journalism
Pavlo Tychyna Uman State
Pedagogical University
Uman, Ukraine*

Задояна Л. М.

*кандидат філологічних наук,
доцент кафедри прикладної
лінгвістики та журналістики
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини
м. Умань, Україна*

Специфіку, методикау й особливості дослідження медіалінгвістики визначено в наукових працях Т. Ковалевської, Г. Сарміної, О. Селіванової, Д. Сизонова, Н. Слухай, Л. Шевченко, Н. Шумарової та ін.

У комплексі медіалінгвістичних проблем як інтегрального гуманітарного знання важливо зосередити увагу на мовознавчій аспектології, що й визначає один зі складників цього синкретичного поняття; очевидно, що йдеться про вербалізовану дійсність, представлену в медіа; вербалізація дійсності в такому разі передбачає загальний, рівневий і компонентний аналіз мовних засобів, які функціонують у цій комунікативній сфері [4, с. 7].

Лінгвіст, який працює з медіатекстами, має відповісти на складні питання екстралінгвістичних мотивацій і реальних обставин творення тексту, комунікативної спеціалізації та перспективи розвитку жанрів літературної мови, зважаючи на особливості жанрів медіа, а також міжстильових жанрових модифікацій [4, с. 8].

Л. Шевченко зазначає, що деталізація мовних особливостей окремих медійних текстів, рівневий аналіз характеристик ЗМІ, жанрів і підстилів цієї важливої комунікативної сфери суспільного життя –

все це результативний шлях до розробки перспективної медіалінгвістичної проблематики в Україні [4, с. 9].

У контексті мовної динаміки, варіативності в сучасній медіасфері варто говорити про розширення семантичної парадигми, зокрема кольору, як екстралінгвальну відповідь на реалії об'єктивного світу [5, с. 290].

Колористичні форми, зокрема в масмедіа, виявляються вихідними для подальшого розвитку мови, естетичної свідомості й, передусім, розуміння процесів національного мовомислення [5, с. 288].

Оказіональні й узуальні конотативні значення дієслів мови засобів масової інформації аналізує А. Стадній, зазначаючи, що в газетних текстах переважають власне семантичні okazіональні значення дієслів [2, с. 31].

Особливості мови ідеології в засобах масової комунікації вивчає Н. Рудніченко. Політичні процеси, мова, використовувана для їх інтерпретації, і масова комунікація як процес обміну соціально важливою інформацією в межах суспільства формують єдиний ідеологічний дискурс [1, с. 264].

Створення нових політичних метафор за динамічними і продуктивними моделями має суперечливий характер: з одного боку, готові моделі з великим успіхом можуть застосовувати маніпулятори масовою свідомістю (передовсім, через засоби масової комунікації), а з іншого – дослідники метафорики та масової комунікації отримують змогу оперувати новими масивами політичних метафор та розшифровувати їх [3, с. 312].

Динаміку української мови в масовій комунікації та специфічний для медіасфери функціональний ресурс мовних одиниць різних рівнів репрезентовано у словниках [6; 7; 8; 9].

Література:

1. Рудніченко Н. Особливості мови ідеології в засобах масової комунікації. *Мовні і концептуальні картини світу* : збірник наукових праць. Київ, 2003. Вип. 9. С. 264–267.
2. Стадній А. С. Оказіональні й узуальні конотативні значення дієслів у мові сучасних ЗМІ. *Мовознавчий вісник* : зб. наук. пр. Черкаси, 2014. Вип. 18. С. 30–34.
3. Чадюк Ю. Метафоризація як прийом комунікативного впливу у сучасних засобах масової комунікації. *Мовні і концептуальні картини світу* : збірник наукових праць. Київ, 2003. Вип. 9. С. 309–312.

4. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 3–12.

5. Шевченко Л. І., Дергач Д. В. Медійні константи масової мовної свідомості: колористика. *Мовні і концептуальні картини світу* : збірник наукових праць. Київ, 2013. Вип. 43, ч. 4. С. 286–292.

6. Шевченко Л. І., Сизонов Д. В. Нові слова та фразеологізми в українських медіа : словник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2018. Ч. 1. 120 с.

7. Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю. Нові слова та фразеологізми в українських мас-медіа : словник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2019. Ч. 2. 119 с.

8. Шевченко Л., Сизонов Д. Нові слова та фразеологізми в українських масмедіа : словник. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2020. Ч. 3. 120 с.

9. Шевченко Л. І., Сизонов Д. Ю. Нові слова та фразеологізми в українських масмедіа : словник / відп. ред. Л. І. Шевченко. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2021. Ч. 4. 100 с.