

РОЗДІЛ 9

ПОРІВНЯЛЬНО-ІСТОРИЧНЕ І ТИПОЛОГІЧНЕ МОВОЗНАВСТВО

УДК 811.161.2'367.2:81'38

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.17-2.22>

МЕДІАМОВА У ПРОЄКЦІЇ ЛІНГВОПРАКСЕОЛОГІЧНОЇ ПЕРСПЕКТИВИ

MEDIA LANGUAGE IN THE PROJECTION OF LINGUISTIC-PRAXEOLOGICAL PERSPECTIVE

Василенко В.А.,

orcid.org/0000-0001-9167-1130

кандидат філологічних наук, доцент,

професор кафедри гуманітарних дисциплін

Сумської філії

Харківського національного університету внутрішніх справ

У статті лінгвопраксеологічний вектор аналізу розглядається як перспективний для сучасної медіалінгвістики. Відображено найважливіші особливості цього підходу: предмет, ключові категорії, методики аналізу. Зазначено, що диференціація лінгвістики на підставі предмета – сфери функціонування мови демонструє евристичність результатів, оскільки вчені, розкриваючи специфіку використання мови в різних сферах, глибше дізнаються про форми і способи ефективного вживання мови в мовленні.

Показано, що для лінгвопраксеології центральними стають екстралінгвістичні чинники професійної поведінки, що дає змогу встановити правила ефективного використання мови в професійному мовленні, пояснити формування тих чи інших мовних проявів. Окреслено, що кризь призму прaxeологічного підходу предметом вивчення медіалінгвістики стає мовна системність медіатекстів різних типів, формально-сміслової структура яких створюється поєднанням і взаємодією як мовних, так і немовних компонентів, не лише внутрітекстових, а й міжтекстових чинників. За лінгвопраксеологічного підходу дослідник мас-медіа має справу із власне мовними одиницями, які найчастіше аналізуються як частини структури цілого тексту.

Зазначено, що у мовній структурі будь-якого висловлювання закладаються можливості попередження читацького «опору» когнітивному і емоційно-вольовому впливу з боку суб'єкта мовлення – без цього ефективний вплив на масову аудиторію неможливий. Виявлено, що поряд зі спрямованістю цих досліджень на вивчення закономірностей функціонування мови в різних ситуаціях професійного медійного спілкування їх відрізняє інтерес до опису правил ефективної професійної мовної поведінки, а це дає змогу широко використовувати типологічний метод, разом із тим встановлювати критерії ефективності окремих мовних дій або їх сукупностей у професійній мовній поведінці в медіасередовищі.

Сформовано власне зміслове бачення необхідності розроблення рекомендацій і застережень щодо організації ефективної мовної діяльності і створення результативних моделей певних напрямів роботи стосовно професійної індивідуальної і колективної мовної діяльності.

Ключові слова: лінгвопраксеологія, медіалінгвістика, ефективна мовна діяльність, медійне спілкування, текст.

The linguistic-praxeological vector of analysis is considered as perspective for contemporary media linguistics in the article. The topmost features of this approach, such as its subject, key categories, and methods of analysis are reflected in the survey. It is noted that the differentiation of linguistics on the basis of its subject (that is the sphere of language functioning) demonstrates the heuristic results. Whereas scientists reveal the specifics of language usage in different areas, they learn more about the forms and ways of effective language use in speech.

It is shown that extra linguistic factors of professional behavior become central for linguistic-praxeology. This allows establishing the rules of effective language usage in professional speech, to explain the formation of certain language manifestations. It is outlined in the research that the subject of media linguistics study becomes the linguistic system of media texts of different types through the prism of praxeological approach. It should be mentioned that the formal-semantic structure of these media texts is created by combining and interacting both linguistic and non-linguistic components, as well as intratextual and intertextual factors. In the linguistic-praxeological approach the mass media researcher deals with the actual language units that are often analyzed as part of the structure of the whole text.

It is noted that there are certain opportunities to prevent the reader's "resistance" to cognitive and emotional influence from the part of the speech subject in the language structure of any statement. Effective influence on the mass audience is impossible without this phenomenon. It was also found that along with the focus of these surveys to study the patterns of language in different situations of professional media communication, they are interested in describing the rules of effective professional language behavior. Therefore this provides widespread usage of the typological method while establishing criteria for effectiveness of individual language actions or aggregates in professional language behavior in the media environment.

The own semantic vision of development necessity of recommendations and warnings concerning the organization of effective language activity and creation of effective models of certain work directions is formed in the research.

Key words: linguistic-praxeology, media linguistics, effective language activity, media communication, text.

Постановка проблеми. Лінгвістична інтерпретація вербалізованої свідомості суспільства, його окремих соціальних груп із метою адекватної комунікації та впливу стає важливим аргументом для глибоких лінгвомедійних розвідок.

Вектор досліджень мови засобів масової інформації відбувався в лінгвістичній науці за різними напрямками: соціолінгвістичним, психолінгвістичним тощо [1–4; 7; 15; 16]. Але у цих напрямках спрямованість до тієї чи іншої сфери спілкування не була методологічно важливим дослідницьким принципом. Типологічне вивчення закономірностей функціонування мови в різних сферах спілкування характерне для функціонально-стилістичних досліджень, тому медіалінгвістику, предметом вивчення якої є закономірності функціонування мови в одній із суспільно значущих сфер – мас-медіа, справедливо називають спадкоємицею функціонально-стилістичних дослідницьких традицій, закладених у низці праць, присвячених мові засобів масової інформації [7, с. 123–174].

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Аналіз наукової літератури дає змогу говорити про те, що визначення теоретичних основ медіалінгвістики, дослідження мас-медійного тексту, його структури та типологізації, методів його вивчення було здійснено в працях вітчизняних та зарубіжних лінгвістів, психолінгвістів, теоретиків мас-медіа: С. Бернштейна, Т. Добросклонської, В. Костомарової, І. Лисакова, Г. Солганика, С. Трескова, Д. Шмельова, А. Белла, Дж. Гербнера, М. Монтгомері, Р. Фаулера, Н. Фейерклафа та ін. Текст як продукт журналістської творчості був і є предметом вивчення багатьох українських дослідників: В. Здоровеги, А. Мамалиги, О. Пономарева, Б. Потятиника, В. Різуна, К. Серажим [3; 4; 9; 10; 14; 15].

Постановка завдання. Важливо підкреслити при цьому, що диференціація функціональної стилістики як науки, що досліджує закономірності функціонування мови в найбільш суспільно значущих сферах спілкування, на кілька дисциплін: медіалінгвістику, що досліджує мову в засобах масової інформації, документну лінгвістику, яка досліджує мову в правовій сфері, теолінгвістику, що досліджує релігійну мову, колоквіалістику, що досліджує розмовну мову, відбулася закономірно, відповідно до логіки розвитку самої науки. Новостворені дисципліни спрямовані на мовну варіативність кожного з функціональних стилів. Думається, саме про таку дослідницьку логіку писав В.В. Виноградов, коли пропонував розглядати функціонально-стилістичні системи, що складаються у соціально значущих сферах: розмовній, науковій, діловій, і мовні стилі:

соціально-групові, професійні та ін., особливості яких формуються під впливом суспільно-виробничого застосування мови [1, с. 4–9].

Зусилля медіалінгвістики сьогодні спрямовані на вивчення мовної варіативності, що складається всередині надзвичайно значущої функціонально-стилістичної системи – публіцистичного функціонального стилю. Незважаючи на скептичне ставлення деяких дослідників до диференціації лінгвістики на підставі предмета – сфери функціонування мови, такий підхід демонструє евристичність результатів, оскільки вчені, розкриваючи специфіку використання мови в різних сферах, глибше дізнаються про форми і способи ефективного вживання мови в мовленні. Переконливу, на нашу думку, правомірність такого підходу показало дослідження Т.Г. Добросклонської, де мова ЗМІ постала як діюча в різних умовах спілкування система [2, с. 32–44].

Опора на методологію функціональної стилістики, що вивчає «мову в єдності з іншими сутнісними властивостями людини – її діяльністю і свідомістю», причому в аспекті її ефективності, стала, по суті, базовим принципом медіалінгвістики, якій у цілому властивий функціоналізм. Мова, що розуміється, по-перше, як феномен реального функціонування в медіасфері і, по-друге, як засіб реалізації цілеспрямованої діяльності журналіста, рекламіста, фахівця зі зв'язків із громадськістю, засіб ефективного задоволення різноманітних професійних функцій, стає головним предметом досліджень у медіалінгвістиці. Діяльнісний підхід у всіх функціональних дослідженнях, який став панівним спершу у функціональній стилістиці, а потім і в інших пізніше сформованих функціональних напрямках лінгвістики поширюється і на медійну мову [3, с. 63–66; 15, с. 3–12].

Виклад основного матеріалу. Найважливішою особливістю дослідницького підходу авторів робіт, присвячених мові в засобах масової інформації, стає увага до мовної діяльності, мовної поведінки професіоналів у засобах масової інформації у тісній зумовленості професійними нормами і правилами. Ось чому вважаємо за доцільне представити сучасну медіамову у праксіологічній перспективі. Надамо коротку характеристику праксіологічного підходу в науці.

У філософських працях відзначається, що термін «праксеологія» уперше був використаний Л. Бурдье (1882), а введений у практику науки на початку ХХ ст. А. Еспінасом і Є. Слуцьким [6, с. 103–111]. Однак дисциплінарний статус праксіології було надано працями польського історика філософії та логіки Т. Котарбінського «Принципи раціональної

організації діяльності» (1946), «Праксеологія» (1947) і «Трактат про хорошу роботу» (1955), в яких «термін і основні ідеї П. були впорядковані як системи теоретичних і прикладних досліджень» [12].

У роботах Т. Котарбінського було запропоновано три рівні аналізу громадської діяльності. На першому рівні в праксеології передбачається розроблення типології дій і побудови системи категорій, на другому – типології ефективних нормативних систем дії в конкретно-історичному соціокультурному контексті, на третьому рівні – вироблення оцінки методів розвитку людських дій із погляду їхніх достоїнств.

Уточнюючи ці положення, Т. Котарбінський указує серед дослідницьких завдань праксеології аналіз техніки й аналітичний опис елементів і форм раціональної діяльності, створення «граматики дії» в порядку вироблення найбільш загальних норм максимальної доцільності дій, зокрема у вигляді загальнотехнічних рекомендацій і застережень стосовно професійної індивідуальної і колективної діяльності (роботи) [8, с. 775–888]. У сучасній філософії праксеологія постає як наука про ефективну реалізацію діяльності [13].

Розвиток діяльнісного підходу в медіалінгвістиці зумовлює можливість вивчення в ній мовної діяльності в мас-медіа з праксеологічних позицій. У цьому разі у центрі уваги медіалінгвістики – ефективна професійна мовна діяльність у медіасередовищі, представлена такими видами професійної мовленнєвої діяльності, як журналістська, рекламна і зв'язок із громадськістю. Отже, у межах медіалінгвістики доцільно виділити праксеологію професійної журналістської, рекламної та ПР-мовної діяльності. На нашу думку, у праксеологічному ключі медіалінгвістика виступає цілісною науковою дисципліною, спрямованою на досягнення закономірностей ефективного вживання мови в професійно значущих сферах спілкування, а тому має своє коло дослідницьких завдань.

Питання про дослідження мовної поведінки в професійно значущих сферах спілкування виникло в лінгвістиці у зв'язку з потребою в навчанні професійної комунікації іноземною мовою. З англійських робіт прийшли аббревіатури: спочатку ESP – English for Specific Purposes (англійська для спеціальних цілей його вивчення), потім LSP – Language for Specific Purposes (мова для спеціальних цілей). Але найчастіше, коли говоримо про ESP або LSP, маємо на увазі наукову й інженерну, ділову та економічну мови, кожна з яких згодом розбивається ще на підмови професійної зайнятості [16, с. 56–61].

Розрізняються підходи до визначення сфери спілкування, в яких діють мови для спеціальних

цілей: одні дослідники професійні мови розглядають у числі академічних інші не лише в рамках академічного, а й ділового та правового дискурсів [2]. Окрім того, розрізняється розуміння самого поняття «мова». Більшість дослідників професійною мовою називає тільки створений для цілей такого спілкування лексикон. Нам видається ця позиція обмеженою.

Уважаємо, що професійна орієнтованість під час уживання мови в тій чи іншій професійній сфері відбувається не лише в лексиці. Цілі і завдання професійного спілкування впливають на відбір та комбінацію засобів усіх рівнів мовної системи і формують мовну системність, яка складається для вираження професійно значущих смислів. Іншими словами, доречно говорити про мовну організацію текстів, підпорядковану цілям професійного спілкування.

З урахуванням зазначених обставин ми пропонуємо подивитися на медіалінгвістичне дослідження з погляду праксеології – науки про ефективну організацію професійної діяльності.

1. У центрі уваги медіалінгвістики – специфічна мовна організація професійних сфер: журналістики, реклами, ПР і різноманітних ситуацій медійного спілкування, іншими словами, мова як інструмент здійснення ефективної професійної мовленнєвої діяльності суб'єкта. Для даного напрямку, як і для всієї функціональної лінгвістики, характерно розглядати мовну діяльність у прямій залежності від екстралінгвістичних чинників (від ситуації спілкування в масмедіа, цілей і завдань спілкування, типу змісту, жанру і т. ін.), які зумовлюють форми мовної організації, їх стилістично-мовну системність. У різних лінгвістичних напрямках у центрі уваги знаходяться різні екстралінгвістичні фактори і детермінованість ними вживання мови. Для лінгвопраксеології центральними стають екстралінгвістичні чинники професійної поведінки, що дає змогу встановити правила ефективного використання мови в професійному мовленні, пояснити формування тих чи інших мовних проявів.

На основі екстралінгвістичних чинників, які є значущими для професійного спілкування в тій чи іншій ситуації, проводяться типологічні дослідження, які дають змогу побачити не лише атрибути мовної діяльності (цілі, завдання учасників, простір поширення), а й її структуру: дії та операції, а також окремі техніки досягнення професійних завдань. За лінгвопраксеологічного підходу цілі та завдання спілкування трактуються як професійно орієнтовані. Тим самим у медіалінгвістичному мовознавстві ситуація спілкування розглядається як окремий випадок реалізації призначення (цілей і завдань) професійної діяльності.

В останні роки освоюються нові тематичні сфери як ситуації спілкування в масмедіа: у центрі уваги опиняються не лише політико-ідеологічні, а й спортивні, культурно-просвітницькі, науково-просвітницькі, а також рекламні засоби масової інформації [4, с. 63–66; 10, с. 15–21]. Це освоєння відбувається з використанням різних методів і методик: інтенціонально-стилістичних, прагмалінгвістичних, когнітивно-семантичних, лінгвoseміотичних, що дають змогу диференційовано вивчати ефективність уживання мови в різних класах текстів. Виходячи з професійно-діяльнісного трактування мови, варіативність медіамовлення пов'язується з необхідністю об'єктивності різних форм професійного спілкування, що складаються під впливом широкого спектру позалінгвістичних чинників у різних сферах і ситуаціях медійного спілкування.

2. Професійна комунікативна діяльність у медіалінгвістиці постає як цілеспрямована персуазивна мовна активність суб'єкта, що відправляє різними каналами поширення свій «меседж» з урахуванням смислової позиції аудиторії. Цілі і завдання цього посилу передбачені професійними обов'язками суб'єкта в тій чи іншій ситуації, а форма – традиціями їх виконання. Смислова позиція суб'єкта виражається з різним ступенем прояву. У дослідженнях аналізувалася й аналізується мовна поведінка окремих публіцистів, а також типологічна категорія авторської позиції, а також специфіка радіо- і телемовлення [5, с. 68–69; 15, с. 3–12].

Прагнучи впливати на аудиторію з метою ефективності впливу суб'єкт, обдумуючи предмет своєї мови і виробляючи до нього ставлення, бере до уваги не стільки адекватні інтенції адресата, скільки протилежні тим, які автор прагне викликати. Отже, у мовній структурі будь-якого висловлювання закладаються можливості попередження читачького «опору» когнітивному і емоційно-вольовому впливу з боку суб'єкта мовлення – без цього ефективного впливу на масову аудиторію неможливий. Відображення взаємодії з адресатом як умова ефективності мовного впливу в центрі уваги медіалінгвістичних досліджень [16, с. 56–61]. Таким чином, прагнучи виявити, які особливості мовної поведінки в різних ситуаціях професійного спілкування, у медіалінгвістиці проводяться типологічні дослідження, що встановлюють специфіку мовного прояву в різних сферах медійного спілкування.

4. Розуміючи, що будь-яка діяльність здійснюється за допомогою інструментарію, важливо знати засоби діяльності, які вивчаються по-різному. В одних дослідженнях у центрі уваги окремі мовні одиниці, що виступають як техніка здійснення того чи іншого професійного комунікативного завдання.

У центрі уваги інших досліджень – репродуктивні мовленнєві форми діяльності, наприклад мовні жанри. Центральною, безумовно, стає категорія медіатексту [2, с. 28–43], оскільки досягнення журналістом, рекламистом, фахівцем зі зв'язків із громадськістю професійних цілей можливе тільки за допомогою текстів. Важливо, що в медіатексті, як і в будь-якому іншому, відбивається не лише результат, а й процес мовної діяльності суб'єкта з досягнення професійних цілей.

Такий підхід показує, як у концептосфері, композиції і архітектоніці медіатекстів виражаються механізми інформаційного впливу й у мовних одиницях (діях, актах, субжанрах) розгортається специфічна мовна діяльність.

Формальний бік тексту, на нашу думку, слід розглядати у тісній взаємодії з глибинним, змістовним рівнем. Тому наша робота присвячена саме розробленню інтенціонально-стилістичного підходу до вивчення медіатексту, що дає змогу побачити зумовленість лінгвістичної організації медіатексту динамікою його змістовно-сислової структури, яка, своєю чергою, зумовлена всім комплексом екстралінгвістичних чинників, що діють у тій чи іншій професійно орієнтованій комунікативній ситуації. Саме цей підхід дає змогу побачити мовну поведінку в усій її різноманітності, виявити в ній не лише те, що відповідає правилам професійної поведінки, а й те, що не відповідає, виробити критерії невідповідності і практичні рекомендації щодо їх усунення.

За лінгвопраксіологічного підходу дослідник мас-медіа має справу із власне мовними одиницями, які найчастіше аналізуються як частини структури цілого тексту. Цілісний текст як одиниця спілкування постає у його компонентах: комунікативних кроках, мовних актах, мовних жанрах, мовних діях, комунікативно-мовних блоках, зміна яких відображає послідовність, алгоритми мовної діяльності. Причому важливо підкреслити: лінгвіст не може ігнорувати тієї обставини, що мовні одиниці створюються під впливом професійної інтенціональності системною взаємодією мовних засобів.

Саме в медіалінгвістиці текстом може розглядатися не тільки окремий мовний контент, а й їх сукупність у межах газетного номера, який «є континуумом, складеним із взаємопов'язаних частин – текстів публікацій» [9]. Тим самим предметом вивчення медіалінгвістики стає мовна системність медіатекстів різних типів, формально-сислова структура яких створюється поєднанням і взаємодією як мовних, так і немовних компонентів, не лише внутрітекстових, а й міжтекстових факторів.

5. Особливе місце займають дослідження нормативного та етичного аспекту мовної поведінки

в мас-медіа. Необхідність практичної регуляції мовної поведінки в засобах масової інформації потребувала розроблення наукових основ літературного редагування [14]. Сьогодні впевнено можна говорити про становлення лінгвоетики [5, с. 68–69]. Одна з гострих лінгвоетичних проблем – проблема діагностування девіантних форм мовної поведінки, а отже, і питання критеріїв визначення брехні, демагогії, наклепу, образи та інших форм мовної агресії. Створення, з одного боку, типології ефективних мовних технологій і технік для тієї чи іншої форми спілкування, з іншого – типології професійних мовних помилок, проступків і «злочинів» вимагає вироблення критеріїв оцінки результатів діяльності. У зв'язку із цим поряд із проблемою створення теорії результативних моделей певних галузей мовної роботи у лінгвопраксіології мас-медіа потрібне розроблення рекомендацій і застережень щодо організації ефективної мовної діяльності. Такого роду пошуки ведуться низькою вчених [3, с. 63–66; 7, с. 12–25]. Праксіологічний підхід поряд з іншими сприяє вирішенню проблеми.

Висновки. Отже, у сучасній медіалінгвістиці виділяються три найважливіших проблемних поля, дослідження в яких, на нашу думку, повинні вестися саме в праксіологічній перспективі.

1. Із метою «вироблення найбільш загальних норм максимальної доцільності» необхідно створювати типології медіамовлення з «аналітичним описом елементів і форм» мовної діяльності, що включає встановлення алгоритмів ефективної професійної мовної поведінки в різних ситуаціях спілкування. Один зі шляхів – вивчення композиційно-мовних форм побудови медіатекстів із різною «граматикою дії» (Т. Котарбінський).

2. Розробляти, з одного боку, типології ефективних мовних технологій і технік для тієї чи іншої форми спілкування, з іншого – типології професійних мовних помилок, проступків і злочинів у процесі роботи, критерії оцінки результатів діяльності.

3. Необхідно вести активне розроблення рекомендацій і застережень щодо організації ефективної мовної діяльності і створення результативних моделей певних напрямів роботи стосовно професійної індивідуальної і колективної мовної діяльності. Тим самим медіалінгвістика постане науковою дисципліною, повністю спрямованою на вивчення закономірностей функціонування мови в різних ситуаціях професійного медійного спілкування і на опис правил ефективної професійної мовної поведінки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Виноградов В.В. Сюжет и стиль. Сравнительно-историческое исследование. Москва : АН СССР, 1963. 192 с.
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь. Москва : Флинта : Наука, 2008. 263 с.
3. Жовтобрюх М.А. Мова української періодичної преси (кінець XIX – поч. XX ст.) : монографія. Київ : Наук. думка, 1970. 304 с.
4. Зикун Н.І. Культура мови ЗМІ і рівень довіри до медіатекстів. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*. 2012. Вип. 31. С. 63–66.
5. Карпенко В.О. Основи редакторської майстерності. Теорія, методика, практика: підручник. Київ : Університет України, 2007. С. 68–69.
6. Комаха Л.Г. Тадеуш Котарбінський як засновник праксеології. *Мультиверсум. Філософський альманах* / гол. ред. В.В. Лях. Вип. 25. Київ : Український центр духовної культури, 2001. С. 103–111.
7. Кормилицына М.А., Сиротинина О.Б. Функциональная стилистика и её место в современной лингвистике. *Стилистика как речеведение. Сборник научных трудов славянских стилистов, посвященный памяти М.Н. Кожинной* / под ред. Л.Р. Дускаевой. Москва, 2013. 268 с.
8. Котарбинский Т. Задачи праксеологии. *Избранные произведения*. Москва : Издательство иностранной литературы, 1963. С. 775–888.
9. Різун В.В., Непийвода Н.Ф., Корнеєв В.М. Лінгвістика впливу : монографія. Київ, 2005. 148 с.
10. Мамалига А. Сучасні напрями досліджень мови соціальних комунікацій. *Стиль і текст*. 2012. Вип. 13. С. 15–21.
11. Почепцов Г. Теорія комунікацій. Київ : Київський університет, 1999. 308 с.
12. Праксеология. Мирный диалог разных логик. Диалогика. URL: <http://dialogika.info/prakseologiya/> (дата звернення: 27.05.2021).
13. Пщоловский Т. Принципы совершенной деятельности. Введение в праксеологию / пер. с польск. Киев, 1993. 272 с.
14. Різун В.В. Літературне редагування : підручник. Київ : Либідь, 1996. 240 с.
15. Шевченко Л.І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 3–12.
16. Шмельова Т.В. Медиалингвистика как медийное речеведение. *Медиатекст как полиинтенциональная система* : сборник статей / отв. ред. Л.Р. Дускаева, Н.П. Цветова. Санкт-Петербург, 2012. С. 56–61.