



**North University Centre of Baia Mare
Faculty of Letters**

International scientific and practical conference

**PHILOLOGY IN EU COUNTRIES
AND UKRAINE AT THE MODERN STAGE**

December 21–22, 2018

***ROMANCE, GERMANIC AND OTHER LANGUAGES
THEORY OF LITERATURE
COMPARATIVE LITERARY STUDIES
GENERAL LINGUISTICS
COMPARATIVE-HISTORICAL, TYPOLOGICAL LINGUISTICS
TRANSLATION STUDIES
LANGUAGE AND MEANS OF MASS COMMUNICATION***

**Baia Mare,
Romania
2018**

ТАКТИКА ФОРМУВАННЯ НЕГАТИВНОЇ ОЦІНКИ В АНГЛОМОВНОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Сніховська І. Е.

кандидат філологічних наук,

доцент кафедри англійської мови

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Чумак Л. М.

викладач кафедри англійської мови

Житомирський державний університет імені Івана Франка

м. Житомир, Україна

Протягом кількох десятиліть не втрачає актуальності тема функціонування та рецепції текстів ЗМІ. На сучасному етапі медіалінгвістика як дисципліна зі своїм предметом та інструментарієм характеризується міждисциплінарністю, що дає їй змогу зберегти відкритість по відношенню до розробок і методів прагмалінгвістики, комунікативної лінгвістики, теорії дискурсу, лінгвокультурології, семіотики. Виходячи з провідних тенденцій в теорії мови масових комунікацій, О. В. Ширяєва визначає медіадискурс як «сукупність усіх текстів, які реалізують масову комунікацію в національному медіаландшафті, що пов'язана з аналогічним типом продукування мовлення в публічному міжнародному інтердискурсивному просторі» [7, с. 59].

Т. Г. Добросклонська визначає медійний дискурс як «сукупність процесів та продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації у всьому їх різноманітті та складності їх взаємодії» [1, с. 21]. Є. О. Кожемякин розглядає це явище як «тематично сфокусовану, соціокультурно обумовлену мовленнєво-мисленнєву діяльність у мас-медійному просторі» [2, с. 16].

Варто зазначити, що медійний дискурс є середовищем реалізації стратегії оцінки, яка втілюється в тактиках формування позитивної та негативної оцінки. Спосіб вираження оцінних значень лексичних одиниць вирізняє дві форми їх репрезентацій: експліцитну та імпліцитну. Якщо до середини ХХ століття в дослідженні засобів масової комунікації акцентувались функції інформування, пропаганди і організації, то сьогодні спектр цих функцій істотно розширився. У числі актуальних функцій медійного дискурсу О. В. Полікарпова, наприклад, називає «аксіологічно-креативну» [4]. Безперечно, провідною стратегією медійного дискурсу, особливо новинного, є стратегія об'єктивного інформування, при цьому журналіст привносить оцінний компонент у структуру повідомлення, керуючись метою внести зміни у когнітивну структуру реципієнта для відповідної корекції його соціальної орієнтації» [3, с. 88]. Відтак, не менш важливою виявляється стратегія оцінки, яка є скерована на вираження особистісного ставлення до повідомлення. Зазначені стратегії не виключають одна одну, а натомість є взаємодоповнюючими, й переважання однієї або іншої стратегії в медіатексті свідчить про вираженість позиції автора.

Тактику формування негативної оцінки визначаємо залученням лексичних інновацій в англomовний медійний дискурс початку ХХІ століття, структура, семантика і прагматика яких позиціонуються як неприйнятне, негативне, несхвальне ставлення до позначуваних явищ. Основна інтенція авторів, які використовують зазначену тактику в медійному дискурсі, – скерованість на конфлікт, дистанціювання [5, с. 54].

Актуалізація негативної оцінки, реалізована лексичними інноваціями в англomовному медійному дискурсі початку ХХІ століття, пов'язана з позначенням зневіри в успіх, у краще майбутнє; приниження, зневаги, презирства; занепокоєння; засудження; іронії, сарказму та репрезентована експліцитно або імпліцитно.

Експліцитний спосіб негативної оцінки реалізується через лексичні одиниці конкретної семантики, яка, як і лексема *defensive pessimist*, номінує об'єкт, який характеризується *зневірою в успіх, у краще майбутнє: Defensive pessimists expect the worst and expend lots of energy mentally rehearsing how things might go wrong. But by doing this, they can improve the odds of achieving their goals* (The Guardian, 15.08.09). Інтенсифікацією оцінного значення цілого висловлення є використання негативно-маркованих одиниць (*expect the worst, expend lots of energy, go wrong*).

Морфологічний аспект експліцитного позначення негативної оцінки в медійному дискурсі репрезентований лексичними одиницями з суфіксами *-ie/-y, -o*, що є оцінним компонентом, створюють ефект соціальних протиріч і передають дещо зухвалу, нешанобливу, легковажну конотацію [8, с. 623]. За допомогою суфікса *-ie*, як у в лексичній інновації *Muzzie*, утвореній шляхом його додавання до усічення-апокопи *Muslim*, передається *приниження, зневага, презирство* до людей за груповою належністю: *Shepparton Magistrates Court today heard Mohammed had been asked about bomb-making and taunted as a «Muzzie» by his co-workers.... Mr. Regan told the court it was the nature of the town to use nicknames and refer to the Halal butchers as «Muzzies»* (Australian AP, 17.11.03). Лексему *Muzzie* вживають як до конкретної людини (*Mohammed*), так і до певної групи людей (*refer to the Halal butchers*).

Лексична інновація, у складі якої афікс характеризується емоційною нейтральністю, може виражати негативно-оцінні репрезентації експліцитним способом, наприклад, як із суфіксом *-ist* лексеми *information environmentalist* у наступному повідомленні: *The information age, it seems, is data-contaminated. And it's not just the volume of information that's worrisome; it's the lack of context in which it's delivered. At least that is the argument of a new and growing group of people some call «information environmentalists.» Their aim: to reclaim quiet mental space from the chirping persistence of cellphones, personal digital assistants, instant messaging, niche cable channels, and a virtual landscape littered with news, entertainment, and sales pitches* (Christian Science Monitor (Boston, MA), 10.05.04). Негативно-оцінне ставлення автора до змісту повідомлення вказує на його *занепокоєння* (*that's worrisome*) щодо такого соціального явища, як «інформаційне перенавантаження», і його негативного впливу. На прикладі описового пояснення лексичної інновації *information*

environmentalists виявляється й раніше зазначена загальномова тенденція привілею негативної оцінки порівняно з позитивною [6].

Використання телескопійної інновації *slacktivism* (**slack** – лексична одиниця негативної семантики + **activism**, що характеризується емоційно-нейтральним суфіксом *-ism*) унаочнює спосіб вираження оцінки *засудження* соціально значимого явища – мережевого активізму: *Since slacktivism and its convenience are probably not going anywhere any time soon, it should become the gateway into more direct, informative and effective forms of activism* (The Huffington Post, 22.02.13). Аналізований випадок оцінного судження щодо диванного активізму *slacktivism* (що повідомляє про «самозаспокійливі» дії, які спрямовані на підтримку у вигляді «лайків», онлайн-петицій, флешмобів та масових розсилок того чи іншого питання, що з'являється в соціальних мережах) містить низку ознак, а саме: вставне слово *probably*, вказівку в реченні на можливі наслідки *it should become the gateway into more direct, informative and effective forms of activism*, що створює ефект сатири на задоволеність самого слактивіста від ілюзії причетності до вирішення тієї чи іншої соціальної проблеми.

Наступним прикладом позначення негативної оцінки є використання лексичних інновацій у медійному дискурсі, у семантиці яких оцінка виражається лише імпліцитним способом. Експлікація оцінних значень повідомлення без застосування негативних лексичних або морфологічних маркерів відбувається на рівні контексту, як, наприклад: *Expect the globesity business to grow fast, then, along with its expanding customers* (The Economist, 25.09.03). Імпліцитна негативна оцінка в зазначеному висловленні щодо глобальної індустрії (*globesity business*) з виробництва «ліквідів від ожиріння», нових харчових добавок передається *іронією, сарказмом*. Посилению ефекту негативної оцінки сприяють лексеми *grow fast, expanding*, оскільки чим швидше розвивається виробництво ліків від ожиріння, тим вищим є попит на них, а отже, і зростає кількість її споживачів.

Отже, негативна природа оцінки явищ, об'єктів дійсності, виражених лексичними інноваціями, задіяних в англійській медійній дискурсу початку ХХІ століття, пов'язана з позначенням *зневіри в успіх, у краще майбутнє; приниження, зневаги, презирства; занепокоєння; засудження; іронії, сарказму* та репрезентована експліцитно або імпліцитно.

Література:

1. Добросклонская Т. Г. Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации. Вестник МГУ. Сер. 10: Журналистика. 2006. № 2. С. 20–23.
2. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. 2010. № 12(83). Вып. 6. С. 13–21.
3. Манаенко Г. Н. Специфика дискурса масс-медиа в современном информационном пространстве. Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. 2005. № 1. С. 87-97.

4. Поликарпова Е. В. Аксиологическая функция современных масс-медиа. Ростов н/Д: Изд-во СКНЦ ВШ, 2002. 80 с.
5. Ружникова О. М. Актуализация высказываний согласия в диалогическом дискурсе (на материале современного английского языка): дис. ... канд. филол. наук. Архангельск, 2004. 202 с.
6. Скворцова Е. В. Лексико-семантические аспекты асимметрии положительной и отрицательной зон оценки (на материале русского и английского языков) : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Орел, 2012. 20 с.
7. Ширяева О. В. Информационно-аналитический медиадискурс: прагмасемантический, когнитивный и коммуникативный аспекты (на материале российской деловой прессы: дисс. ... д-ра филол. наук. Майкоп, 2015. 308 с.
8. Wentworth H., Flexner B. S. Dictionary of American Slang. Second Supplemented Edition. New York : Thomas Y. Crowell Publishers, 1975. 766 p.

СИНЕРГЕТИЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ КОНЦЕПТУ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Степанов В. В.

*аспірант кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови
Запорізький національний університет
м. Запоріжжя, Україна*

Невід'ємним атрибутом життя соціуму постає мова – універсальний засіб комунікації та пізнання. Функціонуючи в суспільстві, вона виступає провідним поширювачем інформації про події та явища світу, що в процесі обмірковування продукує абстрактні ментальні структури, або концепти.

Концепт як об'єкт наукових розвідок неодноразово вивчався фахівцями. Фігуруючи як міждисциплінарне утворення крізь призму психологічного (Д.С. Ліхачов [6, с. 4]), логічного (Н.Д. Арутюнова [2, с. 3–7]), філософського (В.В. Колесов [5, с. 36]), культурологічного (Ю.С. Степанов [11, с. 43]) та інтегративного (С.Х. Ляпін [7, с. 9]) підходів, концепт зазнав перенесення в лінгвістичну царину: з'явилися когнітивний (наприклад, З.Д. Попова та Й.А. Стернін [10, с. 34]) і лінгвокультурний (наприклад, В.І. Карасик та Г.Г. Слишкін [4, с. 75–80]) підходи до трактування його природи. Утім, як і в міждисциплінарному, так і в суто лінгвістичному ракурсах концепт залишається структурною формацією, яка є не чим іншим як системою.

Сьогодні термін «система» нерідко розуміється не лише як взаємопов'язана сукупність компонентів, але і як самоорганізоване єдине ціле, що вивчається окремою наукою – синергетикою. Запропонований німецьким фізиком Г. Хакеном для опису лазерного випромінювання і проектування самоорганізації макроскопічних структур на природні й соціальні системи [14, с. 1–52], цей термін згодом поширився в міждисциплінарній площині для вивчення будь-яких самоорганізованих