

## ЛІТЕРАТУРА

1. Вовк О. І. Особливості конструювання знань в аспекті когнітивної парадигми. *Лінгвістичні дослідження: Збірник наук. праць ХНПУ ім. Г. С. Сковороди*. Хмельницький, 2015. С. 116-122.
2. Кочерган М. П. Загальне мовознавство: підручник, 3-тє вид. Київ: Академія, 2010.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми. Полтава: Довкілля-К, 2008. 711 с.
4. Аскольдов-Алексеев С. А. Концепт и слово. *Русская словесность. От теории к структуре текста. Антология*. 1980. С. 10-15.
5. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка, их личностная и национальная специфика. Диссертация на соискание учёной степени доктора филологических наук. Специальность 10.02.19 / Воронежский государственный университет. Воронеж, 1997. 330 с.
6. Кубрякова Е. С. К проблеме ментальных репрезентаций. *Вопросы когнитивной лингвистики*. Москва: Институт языкознания; Тамбов. Тамбовский гос. университет им. Г. Р. Державина, 2007, С. 8-16.
7. Маслова В. А. Когнитивная лингвистика. 3-е изд. Минск: ТетраСистемс, 2005. 256 с.
8. Попова З. Д., Стернин И. А. Когнитивная лингвистика: учеб. изд. Москва: АСТ: «Восток-Запад», 2007. 226 с.
9. Lakoff G. *Metaphors we live by* / George Lakoff, Mark Johnson. Chicago; London: The University of Chicago Press, 2003. 276 p.
10. Loren Oliver, *Before I Fall*, Hooper Paperbacks, 2017 С. 190.
11. Macmillan Dictionary. Macmillan Publishers Limited, 2010. – URL: <http://www.macmillandictionary.com/>.

**Meleshko K. Lexical means of representation of the concept PROBLEM TEENAGER in the novel «Before I Fall» by L. Oliver.**

*The article focuses on the analysis of the lexical means of expressing the concept PROBLEM TEENAGER in Lauren Oliver's novel "Before I fall". Different approaches to the study of concepts are analyzed. The conceptual fields, representing the concept PROBLEM TEENAGER, as well as lexical means verbalizing them are investigated. Dominant lexical means are identified.*

**Key words:** concept, concept PROBLEM TEENAGER, conceptual field, lexical means.

**Т. О. Немирович-Данченко**

Науковий керівник – доц. А. М. Коваленко

## СТРАТЕГІЇ НОВИННОГО ДИСКУРСУ У СУЧАСНИХ АНГЛОМОВНИХ ЗМІ

*Стаття присвячена вивченню питання комунікативних стратегій у сучасних англомовних ЗМІ. Досліджується подання інформації у англомовних ЗМІ для загальної аудиторії та розглядаються класифікації тактик і стратегій. Під час дослідження були виявлені та систематизовані мовні засоби, що реалізують диктальну та модальну стратегії на матеріалі медіа-текстів інформаційного спрямування англомовних видань *The Guardians, The Washington Post*.*

**Ключові слова:** ЗМІ, стратегія, тактика, мовні засоби.

**Постановка проблеми.** Головного значення у процесі формування інформаційної картини світу набувають засоби масової інформації (ЗМІ).

ЗМІ не лише інформують аудиторію про значимі події, але і доносять до нас думку певних осіб, а також сприяють формуванню суспільної думки, застосовуючи при цьому різні стратегії, тактики та засоби подання інформації.

**Аналіз актуальних досліджень.** Вивчення комунікаційних можливостей медіа не один раз виступало у якості предмету досліджень таких науковців, як Л. В. Цурикова [7], Т. Є. Янко [8], Л. А. Фирстова [6], Р. Дилтс [10], Дж. Брайант [9] та інших. Дослідженню комунікаційно-маніпулятивного потенціалу медіавидань присвячені роботи комунікативно-прагматичного напрямку О. С. Іссерс [3], М. Ю. Сейранян [4], І. М. Борисової [1], В. Т. Дрібко [2]. Однак, незважаючи на чималу кількість праць, присвячених вивченню механізмів мовного впливу в ЗМІ, ця тема є актуальною у сучасній лінгвістиці.

**Мета нашого дослідження** полягає у виявленні, систематизації та аналізі мовних засобів втілення стратегій і тактик сучасних англомовних ЗМІ.

Сьогодні у суспільстві головним способом комунікації і, зокрема, медійної є мова, тому вона є основним способом висвітлення інформації та думки осіб, що мають авторитет у суспільстві. Отже, актуальним стає питання подання інформаційних повідомлень широкому загалу за допомогою мовних засобів. Сучасні медіатексти складаються за комунікативними стратегіями. Об'єктивне висвітлення тих чи інших подій, донесення поглядів експертних осіб – це звичайне у світовій практиці явище, що не має у вітчизняній науці потрібного вираження, чим і зумовлюється необхідність його всебічного вивчення.

**Виклад основного матеріалу.** Одним із способів реалізації комунікативно-маніпулятивних можливостей текстів є стратегії комунікативного впливу.

Стратегії комунікативного впливу зазвичай зустрічаються у певному типі дискурсивної взаємодії, і закріплені за різними соціальними інститутами та ролями відповідно до певних інституційних ознак [3].

Крім того, щоб передана інформація змогла благотворно вплинути на цільову аудиторію, редакторам новинних текстів слід заздалегідь вибудувати структурний порядок проходження інформаційних блоків.

Вчені виділяють 2 стадії медіа-планування [5; 9]:

1. Формування необхідної стратегії.
2. Використання тактичних прийомів, щоб дана стратегія змогла реалізуватися.

Стадія 1 включає в себе обговорення основної проблеми події, головних цілей та самої стратегії побудови випуску. Тактичний елемент планування полягає в тому, щоб втілити у життя ці стратегії.

1. Формування стратегії.

Оцінка положення – установка цілей поширення інформації – планування стратегій.

2. Вибір тактики.

Оцінка засобів інформації відбір засобів інформації – визначення бюджету на роботу із засобами інформації.

3. Оцінка стану.

Перед кожним плануванням необхідно оцінити положення про те, як саме буде реалізована інформація. Вкрай важливими факторами вважаються – фактори навколишнього середовища, що знаходяться за межами можливостей бізнесу.

4. Встановлення цілей поширення інформації.

Планувальники повинні починати з постановки особливих цілей, які впливають з висновків аналізу.

Цілі планування в ЗМІ – це показники того, якими мають бути результати поширення тієї чи іншої інформації. Ці цілі необхідно сформулювати точно, щоб ними можна було керувати, також необхідно, щоб вони були реально здійсненними, щоб цілі можна було реалізувати на практиці в рамках бюджету [5].

Це все сприяє реалізації основної стратегії *текстовості*. І, крім того, впливає на ступінь простоти розуміння та оцінки інформації, отже – на успішність передачі інформації та створення новинного тексту.

При аналізі регулярного використання різноманітних вербальних і невербальних засобів досягнення різних комунікативних цілей у час швидкого розвитку комунікації, вчені використовують термін *стратегія*, визначаючи стратегії як ймовірні засоби втілення та реалізації комунікативних дій в медіадискурсі та мовні засоби вираження цих дій. Вибір адресантом необхідних мовних засобів для досягнення певних комунікативних цілей в конкретних умовах спілкування дослідники розглядають як реалізацію певної стратегії у медіадискурсі [7].

Існує кілька видів класифікацій стратегій. Традиційно дослідники виділяють наступні стратегії [8; 7; 3]:

- когнітивні,
- мовні,

- комунікативні,
- прагматичні,
- семантичні,
- риторичні.

**Когнітивна стратегія** зазвичай реалізується через деякі мовні ходи, які відносяться до репрезентації комунікативного контексту, в якому і починається дискурс. Це ментальні процеси, які спрямовані на засвоєння та переробку інформації з метою навчання.

Отже, когнітивні стратегії є засобом обробки інформації, в той час, як мовні стратегії регулюють загальний стиль медіадискурсу. Ця стратегія визначає вибір засобів для досягнення комунікативних цілей, семантику, стилістику та прагматичну спрямованість медійного дискурсу і тексту.

Разом з тим, також існує **комунікативна стратегія**. Так, Т. Янко визначила комунікативну стратегію як «підбір адресантом певного комунікативного наміру, сортування великої кількості інформації з тих чи інших комунікативних елементів та вибір послідовності комунікативних елементів в тексті» [8].

**Прагматична стратегія** необхідна для - досягнення прагматичних цілей, якими в контексті новинного дискурсу можуть бути пряма оцінка, аргументування, використання експресивної оцінки і т.д.

**Семантична стратегія** використовується для обробки рекурентних моделей, а також створення семантичної структури дискурсу або його частини. Головну роль при цьому відіграє контекстуалізація мовних засобів — основний елемент трактування висловлювань комунікантів.

**Риторична стратегія** функціонує на декількох етапах через те, що вона прагне доступності загальних стилістичних та прагматичних цілей учасників комунікації [4].

Як було зазначено вище, основна стратегія новинного дискурсу це стратегія *текстовості*, яку використовують для формування повного, закінченого, складного тексту. Ця стратегія використовується у кожній дискурсивній практиці і лежить в основі творення усіх текстових творів.

Також виділяють допоміжні стратегії (диктальна, модальна), які присутні в різних жанрах та стилях дискурсу. Та, за великим рахунком, використання цих стратегій залежить тільки від намірів адресанта, наприклад, якщо той хоче щось повідомити та проаналізувати, запитати і т. д. [6].

1. Диктальна стратегія є базовою допоміжною стратегією інформаційних текстів, оскільки вона використовується для неупередженого інформування цільової аудиторії про події, які відбулися нещодавно [1].

Ми вважаємо, що дана стратегія відноситься до явищ когнітивної лінгвістики, оскільки вона пов'язана безпосередньо з тим, щоб не лише передати інформацію адресатам, але й домогтися того, щоб ця інформація успішно піддалася категоризації людиною і, відповідно, залишилася в його пам'яті в упорядкованому вигляді.

Диктальна стратегія, яка є базовою у досліджуваному нами новинному дискурсі, представлена тактикою інформування.

Ми проводимо наше дослідження тактик з точки зору прагматики, тобто ми розглядаємо текст з точки зору комунікативного ходу, оскільки він вважається однією з найбільш наочних характерних рис переважання тієї чи іншої тактики в новинному дискурсі і в дискурсі в цілому.

Як приклад можна навести уривок статті ***Russia celebrates Crimea annexation while Ukraine looks to West for support***, у якій втілюється диктальна стратегія. Тобто інформація подається виключно для того, щоб донести її до аудиторії, без будь-якого нав'язування певних висновків.

*MOSCOW – Deep-booming fireworks rent the sky in Moscow and in Crimea on Friday night to celebrate the territorial expansion of Russia at Ukraine's expense.*

*Earlier in the day, President Vladimir Putin, defiant in the face of growing Western pressure, signed a treaty of accession moments after it was ratified by the upper house of parliament. The deal gives the Crimean Peninsula to Russia, but it has pushed a diminished Ukraine further toward the West.*

*In Brussels, Ukraine's leaders signed an agreement committing the country to closer ties with the European Union and said they had been promised more than \$1 billion in additional economic aid. Russia, meanwhile, has become the target of expanded sanctions.*

*The E.U., following the lead of the United States, added a dozen names.*

*Friday to its list of Russian officials subject to visa and financial restrictions. But efforts by eastern members of the E.U. to pursue much tougher measures were rebuffed by leaders of bigger countries worried about the consequences for their own economies. (The Washington Post – March 21, 2014).*

З уривку видно, що автори утримуються від навішування ярликів та подання власних суджень. Висвітлюється факт святкування приєднання Кримського півострову до Російської Федерації. Вказується на те, що це

підштовхнуло Україну шукати допомоги у країн Заходу. Не використовуються прикметники з емоційним забарвленням, що є в цілому стратегією видання The Washington Post.

2. *Модальна* стратегія являє аудиторії точку зору автора, Вона може виражатися опосередковано або прямо (останнє частіше зустрічається в аналітичних текстах). Ми розглядаємо явні шляхи вираження оцінної, які виробляються завдяки експресивним засобам суб'єктивної модальності. Сюди належать такі засоби:

- лексичні (експресивна лексика і фразеологія);
- морфологічні (підсилювальні частки, вставні слова з емоційно-оцінним змістом);
- синтаксичні (інверсія, суб'єктивно-оцінні конструкції);
- власне текстові (повтор та інші стилістичні фігури) [4].

Розглянемо втілення модальної стратегії на прикладі уривку зі статті ***How annexing Crimea allowed Putin to claim he had made Russia great again.*** У цьому медіатексті використані деякі засоби, що вказують на те, якої точки зору дотримується авторка.

*The show of force in Ukraine was played as Russia's greatest moment since the second world war. But it's a risky strategy.*

*It was unsurprising, then, when Moscow moved swiftly to quash Russia's nascent "snow revolution", as it was being called by some English-language journalists. Repression came in the form of beatings and violent dispersals, arrests of opposition leaders and protesters on trumped-up charges, show trials of dissidents – most famously of Pussy Riot – and further curtailments of the already limited freedoms of the press, speech and assembly.*

*But Putin's efforts to head off a potential colour revolution went beyond repression to a campaign that might have been called "Make Russia great again", aimed at constructing a positive sense of Russian identity. Through a strategic combination of propaganda and geopolitical aggression, Putin's government promoted a narrative meant to bolster patriotism, and Russian xenophobia and paranoia along with it.*

*By the end of 2013, the Russian opposition movement had fallen apart, but Putin had a new headache: the Maidan revolution in neighbouring Ukraine, a massive, mostly nonviolent protest movement that occupied central Kiev for months, and culminated in the flight of Ukraine's Russia-friendly president, Viktor Yanukovich, in February 2014.*

*This began as a response to Yanukovych's refusal to sign an EU association agreement. Therefore, as far as Putin was concerned, it signified yet another western encroachment on his sphere of influence. The world seemed to be closing in on Russia.*

*But Putin was prepared. Setting in motion a plan that had clearly been developed in advance, polite "little green men" in military gear without insignia swarmed over the peninsula of Crimea. In just days, with almost no bloodshed, Ukrainian troops on the peninsula had been contained or won over, Crimean politicians had been induced to dissolve the parliament and replace the prime minister with a member of Crimea's Russian Unity party, and the region had been "reunited" with Russia. The Russian propaganda machine was already in overdrive, convincing the Russian populace, as well as the inhabitants of Crimea and eastern Ukraine, that post-Maidan Kiev was a "fascist junta" led by bloodthirsty Ukrainian nationalists who planned to exterminate Russian speakers, crucify Russian children, and so on. (March 22, 2017).*

Такі словосполучення як: *the show of force, and Russian xenophobia and paranoia, the Russian propaganda machine* є емоційно забарвленими та виражають відношення автора до зазначених у статті подій та персоналій. Як оцінні судження можна розглядати словосполучення *trumped-up charges, propaganda and geopolitical aggression, Russian xenophobia and paranoia, a massive, mostly nonviolent protest movement, Crimean politicians had been induced to dissolve*.

**Висновки.** Отже, здійснений аналіз продемонстрував, що сучасні англomовні ЗМІ активно застосовують різноманітні стратегії та тактики для донесення інформації у статтях загального спрямування. На нашу думку, у більшості випадків вони керуються диктальною та модальною стратегією, що передбачає втілення тактики інформування, тактики донесення авторської точки зору. Перспективу подальших розробок вбачаємо у поглибленому аналізі інформування у сучасних англomовних ЗМІ у прагмалінгвістичному аспекті.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Борисова И. Н. Дискурсивные стратегии в разговорном диалоге. *Русская разговорная речь как явление городской культуры*. под ред. Т.В. Матвеевой. Екатеринбург: АРГО, 1996. С. 21-48.
2. Дрібко В. Т. Категорія суб'єктивної модальності. – URL: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/philosophy-and-philology-311/linguistics-and-foreign-languages-in-the-world-today-311/7613-kategoriya-subktivno-modalnost>
3. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. 3-е изд., стер. Москва: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
4. Сейранян М. Ю. Конфликтный дискурс и его просодический строй. Москва: МГПУ, 2016. 242 с.

5. Скригун Н. П. Медіапланування в системі маркетингових комунікацій. – URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/16369/1/>
6. Фирстова Л. А. Дискурсивные стратегии и тактики в рамках телепублицистического дискурса: на материале русскоязычных и англоязычных информационных программ: дисс.. канд. филол. наук. Саратов, 2008. 339 с.
7. Цурикова Л. В. Дискурсивные стратегии как объект когнитивно-прагматического анализа коммуникативной деятельности. *Вопросы когнитивной лингвистики*. Москва, 2007. Выпуск 4. С. 98-108.
8. Янко Т. Е. О понятиях коммуникативной структуры и коммуникативной стратегии. *Вопр. языкознания*. Москва, 1999. Выпуск, 4. С. 37-43.
9. Bryant J. *Fundamentals of Media Effects 2 Edition*. Illinois: Waveland. Press, 2013. 410 p.
10. *Change*. California: Meta Publications, 2001. 330 p.
11. Diltz R. B. *Sleight of Mouth: The Magic of Conversational Belief*.

***Nemyrovich-Danchenko T. News discourse strategies in modern English mass media.***

*The article focuses on the analysis of communication strategies in modern English mass media. The information presentation in English media for the audience and the review of classification tactics and strategies are examined. During the research language means were identified and systematized, which implement the dictation and modal strategies in media texts of the English newspapers The Guardians, The Washington Post.*

**Key words:** mass media, strategy, tactics, language means.

**О. П. Отрохова**

Науковий керівник – доц. В. В. Герман

## **СКЛАДНІ ВИПАДКИ ВЖИВАННЯ ПАСИВНИХ ДІЄПРИКМЕТНИКІВ В ОСВІТЯНСЬКИХ НОРМАТИВНО-ПРАВОВИХ ДОКУМЕНТАХ**

*У статті розглядаються особливості функціонування пасивних дієприкметників у нормативно-правових документах та аналізуються складні випадки їх вживання відповідно до історичних і сучасних норм української мови.*

**Ключові слова:** пасивний дієприкметник, мовна норма, ділова мова, нормативно-правовий документ.

**Постановка проблеми.** Дієприкметник є тією особливою граматичною формою, з якою пов'язано багато проблем щодо нормативності її вживання в українській мові. Складні випадки вживання дієприкметників фіксуються в діловому стилі, зокрема в документах про освіту. Особливості вживання пасивних дієприкметникових форм, труднощі їх граматичного виявлення, на наш погляд, є актуальною культуромовною проблемою.

**Аналіз актуальних досліджень.** Аналіз наукової літератури показав, що накопичений теоретичний і практичний матеріал стосується здебільшого загальних положень стосовно семантико-граматичного аспекту дієприкметника (І. Кучеренко, І. Вихованець), мовних норм його застосування (Б. Антоненко-Давидович), складних випадків вживання