

**ОСОБЛИВОСТІ ТЕКСТІВ ПОЛІТИЧНОЇ ТЕМАТИКИ У СУЧАСНОМУ
МАСМЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ**

В статті висвітлено роль масмедійного дискурсу у формуванні суспільної думки засобами масової інформації, особливості текстів політичної тематики для реалізації цілеспрямованого впливу на читача.

Ключові слова: масмедійний дискурс, політична тематика, маніпулятивний вплив, засоби масової інформації

The article highlights the role of massmedia discourse in the formation of public opinion by means of mass information, the peculiarities of texts on political topics for the purposeful impact on the reader.

Keywords: massmedia discourse, political topics, manipulative influence, mass media

Політична тематика здебільшого опосередкована масмедійним дискурсом, особливості якого змінювались залежно від трансформації впливу на суспільство, а отже і сфери ЗМІ: від газет, іншої періодики та радіо до телебачення, мережі Інтернет та месенджерів з новинними каналами. Засоби масової інформації називають «третьою владою», оскільки саме це джерело дійсно має вплив на свідомість громадян, їх думку щодо всіх сфер життя, включаючи політичні процеси та події.

Дослідженням дискурсу та різних його типів займались лінгвісти Н. Арутюнова, Ф. Бацевич, Р. Блакар, Ю. Караулов, М. Фуко, А. Чудінов та інші. Серед сучасних дослідників, що вивчають питання саме масмедійного дискурсу – І. Жуков, П. Паршин, Ю. Шепель, О. Черниш, М. Яцимирська. Зауважимо, що у науковій літературі зустрічається поняття «політичного дискурсу», однак ми у дослідженні вивчаємо поняття «масмедійного дискурсу», як ширшого, що охоплює різну тематику, зокрема політичного характеру.

Немає єдиного загальноприйнятого визначення терміну «дискурс», що пов'язано з широтою використання даного поняття. Дискурс пов'язаний з «психологічними, соціокультурними, етнографічними принципами та стратегіями породження й розуміння мовлення в конкретних умовах» [3, с.303]. Дискурс одночасно є поєднанням мовлення та «надмовних факторів (виразна поведінка, що виявляється в загальнодоступних почуттєвому сприйняттю формах), необхідних для розуміння тексту» [3, с.303]. Таким чином дискурс охоплює розуміння про цілі комунікантів, умови здійснення мовлення та сприйняття інформації.

«Дискурс – це тип комунікативної діяльності, інтерактивне явище, мовленнєвий потік, що має різну форму вияву (усну, писемну, паралінгвальну), відбувається у межах конкретного каналу спілкування, регулюється стратегіями і тактиками учасників; синтез когнітивних, мовних і позамовних чинників, що має своїм результатом формування різноманітних мовленнєвих жанрів» [1, с.138]. Також в науковій літературі зазначається, що дискурс є елементом соціокультурної взаємодії [3, с.303]. В контексті вивчення цієї взаємодії вивчаємо масмедійний дискурс як інструмент формування картини світу суспільства. Поява проблематики масмедійного дискурсу зумовлена «тенденціями інтернаціоналізації та глобалізації, розвитком сучасних комунікаційних технологій у світовому суспільстві» [3, с.304]. Масмедійний дискурс охоплює вербальні та невербальні засоби в різних формах (усне або письмове мовлення) у поєднанні з різноманітними факторами, що реалізовано за допомогою засобів масової інформації [5, с.270].

Масмедійний дискурс значною мірою залежить від трансформаційних процесів суспільства, реагує на характер змін [4, с.310]. Масмедійний дискурс є різновидом дискурсу, що «становить сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності у сфері

масової комунікації в усьому розмаїтті і складності їх взаємодії» [4, с.310]. Центральним об'єктом дослідження масмедійного дискурсу є тексти, що мають особливості, залежні від способу передачі інформації. Масмедійний дискурс є «специфічним мовленнєво-мисленнєвим видом діяльності, характерним виключно для інформаційного масмедійного простору» [4, с.311].

Масмедійний дискурс характеризує мовлення у медіапросторі, оскільки «охоплює численні екстралінгвістичні фактори, пов'язані з особливостями творення медіаповідомлення, культурообумовленими способами кодування та декодування, а також соціально-історичним та політико-ідеологічним контекстом» [4, с.311].

Типологія медійного дискурсу визначається відповідно до жанрів та функцій тексту-повідомлення (наприклад, рекламний дискурс або публіцистичний). Залежно від каналу комунікації визначають радіодискурс (засобами радіомовлення), теледискурс (засобами телебачення), комп'ютерний дискурс (засобами мережі інтернет). Ці типи дискурсу охоплюють «аудіо, візуальний та аудіовізуальний канали впливу в медіа-просторі» [3, с.304]. Отже, масмедійний дискурс існує у медіапросторі, що визначає його додаткові особливості.

Завданням ЗМІ є задоволення суспільної потреби у зображенні актуальної реальності, інтерпретованої для передачі широкій аудиторії. [3, с.303]. Отже, масмедійний дискурс сприяє створенню та систематичному розповсюдженню інформації, значущої для суспільства, зокрема щодо суспільно-політичних процесів.

Політика є сферою життя суспільства, яка стосується кожної людини, незважаючи на те, чи цікавиться ця людина питаннями політики. Особливістю політичних текстів є те, що більшість їх створена професійними журналістами та політологами для цілеспрямованого впливу на населення певної держави. Саме тому політична тематика визначає «особливий тип спілкування, для якого характерна висока ступінь маніпулювання свідомістю громадян» [2].

Враховуючи низький рівень медіаграмотності та критичного мислення серед пересічного населення, приходимо до висновку, що в політичних текстах реалізується прихований вплив [2]. В наукових дослідженнях знаходимо підтвердження, що громадяни здебільшого «не розуміють і не сприймають того, про що їм сповіщають засоби масової інформації, вони не мають навичок раціонально сприймати й аналізувати повідомлення, не прагнуть цього та навіть інтуїтивно намагаються цьому протидіяти» [2].

Тексти політичної тематики у масмедійному дискурсі мають на меті певний соціальний вплив: «забезпечення політичних інтересів деяких соціальних груп, певне ідеологічне навантаження» [2]. В подібних текстах також прихована ідеологія, яка віддзеркалює погляди певних людей. Дослідники В. Лойко та Ю. Шепель зазначають, що масмедійний дискурс є «інструментом маніпулятивного впливу на читача» [3, с.307] та «ідеології, як передумови маніпулятивності, неможливо уникнути: вона включає орієнтацію на масову аудиторію, що є не лише передумовою маніпуляції, а її необхідною умовою» [2]. Аналізуючи вище зазначене, приходимо до висновку, що тексти політичної тематики необхідно досліджувати, враховуючи прихований зміст, забарвлення та мету кожного повідомлення.

Використання певної мови вже є показником політичної приналежності, адже є спільною ознакою для інших членів соціуму, що спілкуються цією мовою. Особливостями текстів політичної тематики є:

- специфічна лексика (окрема лексика для опису політичних процесів, подій чи явищ);
- специфічна структура (пов'язана з прийомами впливу на читача);
- специфічна реалізація (усне або письмове мовлення, аудіо та відео-виступи, заздалегідь створені політологами або журналістами) [1].

Мовознавці досліджують семантику, прагматику текстів політичної тематики, а також мотиви та прихований зміст повідомлення, характер його цілеспрямованого впливу.

Отже, масмедійний дискурс є видом дискурсу, що охоплює процеси та продукти мовленнєвої діяльності засобами масової інформації. До такої діяльності належить суспільно-політична. Головною особливістю текстів політичної тематики є те, що більшість їх створені професійними журналістами та політологами для цілеспрямованого впливу на населення певної держави. Мовознавці вивчають масмедійний дискурс невіддільно від контексту його цілеспрямованого впливу на населення (в аспекті текстів політичної тематики – здебільшого маніпулятивного впливу). Тексти політичної тематики мають специфічну структуру залежно від жанру, специфічну реалізацію (наприклад, виступ по телебаченню або інтерв'ю політика), специфічну лексику.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. К.: Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Лойко В.В. До питання маніпуляції суспільною свідомістю у політичному дискурсі ЗМІ. URL:http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vzhdu/2011_57/vip_57_38.pdf
3. Шепель Ю. Медіа-дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача: *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. № 3. С. 302–307.
4. Черниш О. Сутнісні характеристики понять «медіадискурс» та «медіатекст» у сучасній медіалінгвістиці. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство)*. 2013. С. 309–313.
5. Яцимірська М. Медіатекст як продукт журналістської творчості (психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій). *Вісник: Серія «Журналістика»*. Львівський національний університет ім. І.Франка. Львів, 2007. Вип. 30. С. 267–276.

Рекомендує до друку науковий керівник доцентка Просяннікова Я.М.