

## ГЕНЕЗИС ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ МЕДІЙНИКА В УМОВАХ ВІЙНИ

Стекольщикова В. А.

*Найбільше і найдорожче добро в кожного народу – це його мова, бо вона не що інше, як жива схованка людського духу, його багата скарбниця, в яку народ складає і своє давнє життя, і свої сподівання, розум, досвід, почування.*

*Панас Мирний<sup>1</sup>*

### ВСТУП

Журналіст пише не на століття, як письменник. Його пульс б'ється разом з часом. Він у гушавині життя, в горнилі живої, сьогоднішньої, масової мови. Вона стихійна, капризна і примхлива, саме вона стає мовою журналіста. Він творець, а мова – знаряддя його виробництва. Як будь-який майстер, він підганяє, приладжує інструмент під себе відповідно до своїх смаків і пристрастей. А в умовах війни через мову виникає парадоксальна взаємодія: мовлення як інструмент журналістської творчості береться автором з життя, а повертається ним у життя вже із наслідками його обробки. Цей процес діє в обох напрямках: життя дає журналістові слово, журналіст повертає його в життя. Стан живого мовлення у момент творіння визначає вибір журналіста в пошуку мовного засобу, а вибір журналіста, своєю чергою, може вплинути (і впливає) на об'єктивні процеси, що здійснюються у живому мовленні.

Відповідальність журналіста у виробленні суспільного мовного смаку перебільшити неможливо. Вона вимагає від журналіста високої культури у всьому. Він повинен бути володарем усіх багатств царства слова, відчувати – на основі знання, але вже на рівні інтуїції, – виразні та естетичні можливості всіх пластів літературної мови.

І вона насамперед передбачає віртуозність у використанні всіх мовних багатств, любов до слова, захоплення і милування ним, відношення до нього як до дива. Адже журналіст – професіонал слова.

---

<sup>1</sup> Мирний Панас. Рідна мова. URL: [http://bukvoid.com.ua/library/panas\\_mirnyi/ridna\\_mova/1.html](http://bukvoid.com.ua/library/panas_mirnyi/ridna_mova/1.html) (дата звернення: 20.01.2023).

## 1. Медійна текстотворчість крізь мовно-текстуальну призму

У сучасній гуманітарній науці справедливо утвердилась думка про чільне місце мови в розвитку людського суспільства, а отже, про можливість співвіднесення завдань лінгвістики з аналізом соціуму. І погоджуємося з Тетяною Космедою<sup>2</sup>, у працях якої рефреном звучить національна ідея: якою буде українська мова в ХХІ столітті, залежить сьогодні від нас, від того, як сучасне молоде покоління володітиме мовленням, на яких зразках учитиметься. Як відомо, культура сьогодні залежить від того, наскільки сучасне покоління увібрало у себе цінність попередньої культури свого народу, попередньої культури всього людства.

У дослідженнях В. Жайворонок<sup>3</sup> дотримується думки, «якщо словник мови – це те, що народ знає про себе і навколишній світ, тобто дзеркальне відображення народного світогляду у слові, то словник особистості свідчить про її індивідуальні обрії світосприймання, про рівень її духовності». Багатий словниковий запас мовця – одна з найперших ознак високої ерудиції, інтелектуального потенціалу, а його бідність – сигнал духовного убозтва, розумової обмеженості. Творчий сплав культури і мови є запорукою збагачення духовних цінностей кожної людини і всього суспільства загалом, слово, – говорив Василь Сухомлинський<sup>4</sup>, – найтонший різець, здатний доторкнутися до найніжнішої рисочки людського характеру. Вміти користуватися ним – велике мистецтво.

Мова – це своєрідний код, що складається з особливого роду знаків, які потенційно поєднують нас з навколишнім світом. Так, німецький філософ М. Хайдеггер<sup>5</sup> процес перетворення знаку із вказівки в позначення пов'язує зі зміною відношення до істини, з проникненням у неї.

Цікаво, що власне Хайдеггер у своїх філософських роботах подає блискучі уроки пізнання істини з пильного «вдивляння» в мову. «Спробуймо, – запрошує філософ, – прислухатися до мови. Про що вона говорить?».

---

<sup>2</sup> Космеда Т.А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики : формування і розвиток категорії оцінки. Львів : ЛНУ ім. Франка, 2000. С.5.

<sup>3</sup> Жайворонок В.В. та ін. Українська мова в професійній діяльності. Київ : Вища шк., 2006. С. 65–67.

<sup>4</sup> Сухомлинський В.О. Слово про слово. *Радянська Україна*. 1964. 16 січня.

<sup>5</sup> Скиба І.П. «Екзистуюча людина» як підґрунтя нового гуманізму у філософії М. Хайдеггера. *Вісник НАУ. Серія «Філософія. Культурологія»*. 2016. № 2 (24). С. 63–68.

У своїх працях науковці<sup>6</sup> дотримуються думки, що мовлення ситуативно зумовлене і ціленаправлене, мова ж не залежить від умов та обставин, її елементи позбавлені цілеспрямованості. Мова конкретна, актуальна та неповторна, абстрактна, відтворювальна, рухома, стабільна, суб'єктивна і довільна, об'єктивна і обов'язкова стосовно мовця. Мовлення відображає досвід індивіда, мова – досвід колективу.

В одній з ранніх робіт з естетики художньої творчості М. Бахтін<sup>7</sup> представляє структуру слова, роблячи акцент на діяльнісно-усвідомлюючому боці мови.

Мова в теорії Соссюра – це суспільний продукт мовневої здатності та система конвенцій, прийнятих у тому або іншому суспільстві. Ці конвенції забезпечують реалізацію мовневої здатності мовців. У. Еко<sup>8</sup> розглядає мову як один з кодів, здатних передавати та створювати інформацію в процесі комунікації. «Мовою... слід було б назвати систему, яка пояснює сама себе шляхом послідовного розгортання все нових і нових конвенціональних сенсів».

У роботах з типології культури Ю. Лотман<sup>9</sup>, визначаючи специфіку функціонування мови у соціокультурному просторі, уточнює відношення до мови як до коду і підкреслює роль невласне лінгвістичного в підході до явищ мови: «Код не має на увазі історії, тобто психологічно він орієнтує нас на штучну мову, яка і передбачається ідеальною моделлю мови взагалі».

Складність природи мови, процесів її функціонування, механізмів сприйняття, які визначають ефективність усіх інших компонентів діяльності журналіста, обґрунтовують необхідність виділити текстову діяльність, зокрема образну її частину, у самостійну форму творчої практики журналіста, визначити її специфіку, осмислити шляхи оптимізації та безпосередньо ефективності.

Журналістика досліджує нові для себе та суспільства теми й аспекти діяльності. Інвентар засобів, що є у розпорядженні ЗМІ, доводиться постійно поповнювати, переосмислювати, оновлювати, «вбудовувати» у систему наявних норм мови. Освоєння нового

---

<sup>6</sup> Авраменко О.М., Чукіна В.Ф. Стилїстика сучасної української мови. Київ : Грамота, 2008. С. 145.

<sup>7</sup> Повторєва С. Чурсїнова О. Естетика М. Бахтїна в контекстї постмодернїзму. *Науковий вїсник Чернївецького нацїонального унїверситету. Серїя «Фїлософїя»*. 2018. Вип. 806. С. 81–90.

<sup>8</sup> Мїтїна Л.С. Шїсть функцїй Умберто Еко у «Сьомїй функцїї мови» Лорана Бїне. *Вченї записки ТНУ іменї Вернадського. Серїя «Фїлологїя. Журналістика»*. 2021. Т. 32 (71). № 5. Ч. 2. С. 127–134.

<sup>9</sup> Лотман Ю.М. Избранные статьи: в 3 т. Таллин : Александра, 1992. Т. 2. 1992. С. 278.

пов'язане з пошуком мовних моделей, здатних дати ім'я явищу і включити це ім'я в широкі аксіологічні, парадигматичні та синтагматичні зв'язки, що об'єктивувалися в тексті.

Пошуком законів, закономірностей, загальних інваріантних характеристик у лінгвознаковій сфері, вивченні відношень між одиницями мови та одиницями мовлення, внаслідок чого в ній панує структурний підхід, займається лінгвістика мови. Сучасним лінгвістичним дослідженням, зокрема О. Сербенської<sup>10</sup>, В. Галич<sup>11</sup>, І. Кочан<sup>12</sup>, притаманний комунікативно-функціональний підхід до мови, що вимагає створення системи понять та методик у напрямі науки про мову.

«Матеріальним слідом» дискурсу є текст. М.А.К. Хеллідей<sup>13</sup> розглядає лінгвістичний акт комунікації як взаємодію на трьох різних рівнях: 1) як міжособову взаємодію або дискурс; 2) як взаємодію на рівні ідей або передачу повідомлення; 3) текстуальну взаємодію або текст. Але йдуть вони у такому порядку: дискурс включає повідомлення, а повідомлення включає текст.

В українській науці про масмедіа першою важливістю вивчення журналістики як дискурсу зрозуміла Катерина Серажим<sup>14</sup>, написавши про це явище цікаве і глибоке дослідження «Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність». По суті, вона ввела в українське журналістикознавство поняття дискурсу, що вже давно стало звичним у світовому мовознавчому просторі. Про те, що це так, свідчить величезна кількість праць українських і російських авторів. У науковому світі усталася думка, що дискурс сьогодні – це предмет спеціальної науки – дискурсивної лінгвістики.

Поняття дискурсу вбирає у себе семантику всіх попередніх мовознавчих термінів. Дискурс – це і текст, і висловлювання. Дискурс створюється за допомогою тексту й висловлювання, але не обмежується ними. Дискурс – це процес творення нових смислів, це здійснення мовою й текстами своєї світобудівної функції. А ці функції найбільш виразно й всебічно виявляються в журналістиці.

---

<sup>10</sup> Сербенська О.А. Мова газети в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства. *Мовознавство*. 1988. № 4. С. 21–26.

<sup>11</sup> Галич В.М. Письменницька публіцистика як метажанрове поняття. *Соціальні комунікації сучасного світу*. 2009. С. 57–58

<sup>12</sup> Кочан І.М. Лінгвістичний аналіз тексту. Київ : Знання, 2008. С. 11–19.

<sup>13</sup> Хеллідей М.А.К. Лингвистическая функция и литературный стиль. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1980. Вып. IX. С. 116–147.

<sup>14</sup> Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність : монографія. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2002. С. 58.

П.В. Зернецький<sup>15</sup> зазначає, що текст «є інформаційним слідом відповідної одиниці мовленнєвої діяльності – дискурсу». Таким чином, можна стверджувати, що дискурс являє собою реалізацію мовної компетенції – мовленнєвої діяльності.

На сьогодні поділяють підходи до визначення поняття «дискурс», застосовуючи категорії «форма» та «функція». До формального підходу належать визначення, за якими дискурс є мовою, вищою за рівень речення чи предикативної одиниці. У функціональному визначенні дискурс розглядається як будь-яке використання мови. До формально-функціонального визначення дискурсу належить його розуміння як цілісної сукупності функціонально організованих, контекстуалізованих одиниць використання мови. Принципове положення у разі визначення дискурсу полягає у тому, що дискурс визнається величиною значно ширшою, аніж текст, а саме як зв'язний текст, занурений у екстралінгвістичний контекст.

Дискурс може розумітися як результат процесу взаємодії комунікантів у соціокультурному контексті. Він є складним комунікативним явищем, що включає соціальний контекст, інформацію про комунікантів та знання процесів виробництва і сприйняття текстів.

Застосовуючи когнітивну модель до тексту або до його фрагментів, дослідник визначає способи організації змістів у тексті як можливості використання мовних засобів для відображення оточуючої дійсності. Об'єктом дослідження з точки зору когнітивного аспекту є розгортання змістів у тексті як результат мовленнєвої діяльності його автора.

Дискурс медіатексту є невизначено-адресатним. Переважно він належить до першого референційного типу, тобто є дискурсом, що відображає фрагмент можливого світу.

Таким чином, письмовий дискурс публікації ЗМІ, який базується виключно на дії семантичної мовленнєво впливаючої сили, є за широким термінологічним трактуванням П. Зернецького<sup>16</sup>, аргументативним. При цьому слід відзначити, що таке визначення аргументативного дискурсу як дискурсу знання є суто комунікативно-семіологічним, тобто таким, що визначає тип

---

<sup>15</sup> Зернецький П.В. Семантико-функціональні особливості побудови дискурсу політичної статті в англomовних мас-медіа. *Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки*. 2002. Т. 20. С. 35–38.

<sup>16</sup> Зернецький П.В. Семантико-функціональні особливості побудови дискурсу політичної статті в англomовних мас-медіа. *Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки*. 2002. Т. 20. С. 35–38.

дискурсу на основі реалізації в ньому як домінуючого лише одного аспекту функціонування мовних знаків – семантичного.

Аргументація є головним методом досягнення прагматичних цілей масово-інформаційного дискурсу. Аргументація відображає комунікативні наміри та світ мисленнєвих дій автора дискурсу, що ставить за мету синхронізувати та узгодити свої думки з думками читача.

На сьогодні медіатекст являє інтерес для різних галузей знань – лінгвістики та її різновидів (соціо-, прагма-, етнолінгвістики тощо), семіотики, дискурс-теорії, мовленнєвої комунікації, соціології, психології, педагогіки, методики. Кожна наука по-різному підходить до визначення та розуміння такого матеріалу, тому газетний текст розуміють і як документ, що репрезентує реальність або один з її аспектів, і як саму реальність у її інтерпретованій формі, і як вид діяльності. Внаслідок цього були вироблені інтердисциплінарні підходи та інтегративні методики дослідження такого матеріалу. Інтегративні технології дослідження – це нові методики, що використовують перевтілені категорії різних підходів. При цьому слід враховувати принцип взаємодоповнюваності та верифікативності<sup>17</sup>.

Будь-який текст слід розглядати як результат мовленнєвого макроакту, оскільки він має мету і є частиною загального потоку спілкування. Публікація загалом та медіатекст зокрема націлені на спілкування та вплив на суспільство, тому газетні тексти мають відповідати принципам спілкування та принципу прагматичної достатності.

Метою будь-якої публікації є успішність, тому вона розрахована на визначену аудиторію. У разі визначення характеру ілюквативного складника мовленнєвого акта можна користуватися уявленням (образом) адресата, яке можна відобразити у вигляді матриці, що об'єднує ті параметри адресата, які необхідно змінити. Такими параметрами є: інформованість, відношення до результату діяльності, відношення використання контролю над діяльністю, відношення до виконання дій у складі такого виду діяльності, відношення до партнера по комунікації<sup>18</sup>.

Рецептивність дискурсу журналістської статті, тобто установка на читача, характеризується спрямованістю на середнього читача.

---

<sup>17</sup> Яцимірська М.Г. Сучасний медіатекст : Словник-довідник. Львів : ПАІС, 2005. 128 с.

<sup>18</sup> Желтухіна М.Р. Про зміст дискурсу мас-медіа. *Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка*. 2007. № 11 (128), Ч. 1. С. 27–40.

Когнітивним підґрунтям публікації ЗМІ є повторюваність основних семантичних схем побудови її змісту. Журналістику можна охарактеризувати як повторювану неповторність<sup>19</sup>. Конкретний журналістський матеріал як будь-яка авторська робота є неповторним, але проблематика певної статті накладає деякі межі на творчу діяльність журналіста. Повторюваність тем у широкому розумінні – це особливість праці журналіста.

Представник Київської школи лінгвістів Ф. Бацевич<sup>20</sup> у своїх дослідженнях дотримується думки, що дискурси статей відрізняються певною змістовою і формальною стереотипністю.

Окремі дослідники, розглядаючи новини в масмедіа як певний тип дискурсу, визначають два узагальнювальні пласти його структури – релевантності та риторичних операцій<sup>21</sup>.

Професор А. Мамалига вважає, що сприйняття мовного твору починається зі сприйняття семантико-стилістичних одиниць, які в процесі ознайомлення, роботи з текстом групуються у свідомості читача в уже власне комунікативні одиниці. А уміння правильно відтворювати думку не менш важливе, ніж уміння правильно добирати окремі слова чи звороти.

Як зазначає М. Яцимівська<sup>22</sup>, сьогодні розрізняють три аспекти дослідження дискурсу: соціопсихологічний, когнітивний та лінгвістичний. Зокрема, когнітивний рівень містить у собі плани (моделі будь-яких явищ та подій, скерованих на досягнення поставленої мети); фрейми (моделі, що репрезентують конвенційні знання про будь-які поняття); схеми (моделі, що перебувають у часових та причиннових зв'язках); сценарії (фіксовані плани, на основі яких можна визначити ролі та очікувані дії партнерів по комунікації).

Саме аналіз структури тексту як засобу комунікації і став одним з магістральних напрямів лінгвістики тексту, а це означало, що на передній план виходять не проблеми семантичної або формальної близькості послідовно розташованих висловлювань, а проблеми комунікативної організації тексту та текстової діяльності. У цьому випадку текст розглядають як засіб мовної комунікації, що вимагає

---

<sup>19</sup> Сметанина С.И. Медіатекст в системі культури: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2002. С. 294.

<sup>20</sup> Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : «Академія», 2004. С. 97.

<sup>21</sup> Дейк Т.А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация. Москва : Професс, 1989. С. 61.

<sup>22</sup> Яцимівська М. Драган Н. Медіатекст як продукт журналістської творчості: психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій. *Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика»*. 2007. Вип. 30. С. 267–276.

від мовця під час розгортання текстового змісту дотримування певних прагматичних правил, які мають забезпечувати спільний для комунікантів фонд знань – картину світу, пресупозицію тощо<sup>23</sup>.

Аналіз тексту як засобу комунікації «актуалізує цілу низку нових комунікативно прагматичних категорій, таких як: намір адресата та інтенція тексту, генеративні типи текстів, тип комунікативного процесу, до якого належить текст (наукове, побутове мовлення), категорія контактності, комунікативні стратегії автора, комунікативна ефективність, комунікативно функціональна типологія текстів<sup>24</sup>.

Більшість учених підкреслюють дві головні характеристики тексту – зв'язність і цілісність.

«Зв'язність не має ступеня, вона або є, або її нема. Цілісність – це характеристика тексту як змістової одиниці й визначається впродовж усього тексту. Вона має психолінгвістичну природу. Суть феномену цілісності – в ієрархічній організації планів (програм), висловів, що використовує реципієнт, сприймаючи текст. Зовнішні (мовленнєві та словесні) ознаки цілісності виступають для реципієнта як сигнал, який дозволяє йому, не чекаючи нового сприйняття тексту, прогнозувати його можливі межі, обсяг і, найголовніше, його змістову структуру й використовувати усі ці дані для легшого та адекватного сприйняття»<sup>25</sup>.

Медіатекст, на відміну від тексту, – це твір масово-інформаційної діяльності та масової комунікації. Суть медіатексту – конкретна інформація, що виражена мовленням з метою впливу на громадську думку, переконання. За медіатекстом стоїть мовна особистість журналіста, його світосприйняття, інтелектуальний рівень, когнітивна здатність. Головним комунікативним завданням медіатексту є опис «внутрішнього тексту» так, як вважає журналіст. Прихована інформація, яка впливає з тексту завдяки асоціативності його одиниць, називається підтекстом. Для медіатексту і тексту взагалі характерні логічна закінченість висловлювань, комунікативний намір та прагматична установка.

Деякі дослідники вважають подію, медіаподію та медіатекст комунікативною матрицею журналістики. Зокрема, у своїй роботі

---

<sup>23</sup> Штерн І.Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики : Енциклопедія. Київ : АртЕк, 1998. С. 200.

<sup>24</sup> Радзівєвська Т.В. Текст як засіб комунікації. Київ : Інститут української мови, 1993. С. 31.

<sup>25</sup> Леонтьев А.А. Основы психолінгвістики. Москва : Смысл, 1997. С. 57.



О. Новіков<sup>26</sup> розглядає поняття зовнішньої і внутрішньої форми тексту. Під зовнішньою формою розуміється сукупність мовних засобів, включаючи їх змістову сторону, що реалізує задум автора, а внутрішня форма – це «розумова освіта», яка формується в інтелекті людини і співвідноситься із зовнішньою формою не частково, а загалом відповідає всій сукупності таких мовних засобів».

Відомий теоретик журналістики професор Львівського університету імені Івана Франка Володимир Здоровега<sup>27</sup> писав, що «журналістська праця – це не просто вміння вправно написати замітку чи статтю, хоча ці ази ремесла треба засвоїти, а своєрідний спосіб сприйняття світу, спосіб бачення реальності, спосіб мислення і світовідчуття, спосіб існування й усвідомлення себе у неспокійному житті».

## **2. Мовленнєво-культурологічний депозитарій інтенсифікаторів текстотворчості медійників**

Слово – одне з наймогутніших комунікативних знарядь людини. Безсиле саме по собі, воно стає могутнім і нездоланим, дієвим і привабливим, якщо сказане вміло, щиро і вчасно. А саме так – цілеспрямовано, своєчасно, щиро і вміло – повинні користуватися словом журналісти у сфері своєї практичної діяльності. Недарма народна мудрість вчить: *не говори так, щоб тебе змогли зрозуміти, а говори так, щоб тебе не могли не зрозуміти*. Це особливо важливо, коли результат текстотворчості журналіста передбачає значний суспільний і естетичний вплив його на читача.

Мовна характеристика – невід’ємна частина індивідуальної характеристики людини, віддзеркалення її загальної культури. Рівень мовної культури журналіста свідчить про її духовність чи бездуховність, інтелект чи невігластво.

Журналістські твори – мова високої культури. У них – і художня виразність, і логічна стрункість, і багата барвиста лексика – краса мовлення (авторський стиль), що торкається нашого розуму, а подекуди і серця. Журналіст спілкується з читачем, слухачем за допомогою образного, яскравого текстотворення. Чим ця краса досягається, крім таланту? Здається, доцільно дібране слово – і наша мова (усна чи писемна) звучить прекрасно. Але ота неповторна чарівність фрази дістається майстру слова і пера опануванням вимог сучасної літературної мови. «Виразним, змістовним, чистим і

---

<sup>26</sup> Новиков А.И. Текст и его смысловые доминанты. Москва : Институт языкознания РАН, 2007. С. 17.

<sup>27</sup> Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.

зрозумілим, з правильним стилістичним забарвленням – таким мовлення є лише тоді, коли мовець володіє правилами побудови речення, багатством словника й здатністю бездоганного добору лексем відповідно до стилів мовлення, манерою писати щиро та з повагою до читача»<sup>28</sup>.

Сучасні комунікаційні технології, що їх пропонують нам ЗМІ, стимулюють пошук нових риторичних, стилістичних засобів, нових форм масового впливу на читачів, слухачів, глядачів. Важко переоцінити значення цих форм для забезпечення цілісності, повнокровності організму національної культури.

Уточнення потребує визначення поняття «мова ЗМІ», яке не ототожнюється з розумінням публіцистичного стилю. На сьогодні маємо справу з жанрами, окремими мінісферами інформаційного простору, в яких реалізується мовна особистість журналіста. Розчленувати єдиний процес творення продукту масової інформації на власне інформативний і публіцистичний компонент досить складно. Знаний в Україні фахівець у сфері видавничої справи та масової інформації професор Зиновій Партико<sup>29</sup> у своїх дослідженнях орієнтує вивчення та усвідомлення масово-комунікативної сфери через категорію інформації. Причому Зиновій Васильович наполягає на тому, що журналістикознавство має спиратися на класичну теорію інформації як розділу кібернетики, яка і дає, на його думку, загальнонаукове поняття інформації.

Культура мови ЗМІ – це проблема, що так чи інакше наявна в будь-якій національній спільноті, часто стає предметом публічного обговорення та пильної уваги мовознавців, письменників, узагалі людей, небайдужих до виражальних можливостей слова або до престижу своєї мови.

Але в Україні питання культури української мови загалом стояло і стоїть принципово інакше, ніж у національно «благополучних» суспільствах, бо його драматичним тлом є багатостраждальна історія нашої мови взагалі, століття прямих заборон і переслідувань або більш-менш прихованого підступного витіснення її з публічного вжитку, величезний мартиролог людей, які за неї обставали і за це постраждали.

Традицію «консультування» читача та мовця підхопив і продовжує відомий український мовознавець, перекладач,

---

<sup>28</sup> Кисіль Г.Г., Кучинський М.В. Культура сучасної української літературної мови. Київ : Міленіум, 2005. С. 117.

<sup>29</sup> Партико З. Загальне редагування: нормативні основи. Львів : Афіша, 2006. 416 с.

публіцист, професор Олександр Пономарів<sup>30</sup>. Протягом кількох років він виступає в масових українських виданнях із бесідами на теми української мови, з мовними порадами.

Теоретик мовознавчої практики С. Єрмоленко<sup>31</sup> у дослідженнях нових комунікативних технологій і мовної культури журналіста розглядає інноваційні форми передавання інформації, запровадження різноманітних комунікативних тактик, аудіовізуальних засобів зацікавлення слухачів, глядачів, читачів, ставить нові вимоги до підготовки журналістів, зокрема до виховання їхньої мовної культури. Цій проблемі Світлана Яківна присвятила низку відомих в Україні наукових праць та монографій з лінгвостилістики, правопису, культури мови.

Як зазначає В. Жайворонок<sup>32</sup>, журналістський твір – це процес самовираження мовця, який використовує словниковий склад мови для особистого користування. Та чи вдається йому скористатися цим багатством належним чином? На жаль, далеко не завжди.

Мова і культура перебувають в одній поняттєвій площині та як духовні вартості органічно пов'язані між собою. Мова – це прояв культури. «Мова утримує в одному духовному полі національної культури всіх представників певного народу і на його території, і за її межами. Вона цементує всі явища культури, є їх концентрованим виявом»<sup>33</sup>.

Отже, дамо визначення поняття «культура мови». Це – галузь мовознавства, що займається утвердженням (кодифікацією) норм на всіх мовних рівнях. Використовуючи відомості історії української літературної мови, граматики, лексикології, словотвору, стилістики, культура мови виробляє наукові критерії в оцінюванні мовних явищ, виявляє тенденції розвитку мовної системи, проводить цілеспрямовану мовну політику, сприяє втіленню норм у мовну практику<sup>34</sup>.

*Культура мовлення* передбачає дотримання мовних норм вимови, наголосу, слововживання і побудови висловів, точність, ясність, чистоту, логічну стрункість, багатство і доречність мовлення.

---

<sup>30</sup> Пономарів О.Д. Культура слова: мовностилістичні поради. Київ : Либідь, 2001, 240 с.

<sup>31</sup> Єрмоленко С. Я. Штрихи до соціального портрета українців (за матеріалами тлумачних словників). *Лінгвістика*. 2003. Вип. 1. С. 37–44.

<sup>32</sup> Жайворонок В.В. та ін. Українська мова в професійній діяльності. Київ : Вища шк., 2006. С. 258.

<sup>33</sup> Радевич-Винницький Я., Іванишин В. Мова і нація: тези про місце і роль мови в національному відродженні України. Львів, 2012. С. 96.

<sup>34</sup> Пінчук Ю.В. Риторика, культура та техніка мовлення. Київ : КНТ, 2007. С. 36.

Культура мовлення визначається різними авторами по-різному, оскільки у неї багато первісних і суміжних наукових дисциплін. Передусім культура мовлення звертається до системи мови, а також до взаємин «мова – людина», до їх нормальної побудови.

На ступінь володіння журналістом багатствами мови вказує культура його мовлення та образність його текстів. Як надійна опора у висловленні незалежності думки, вона забезпечує самовираження особистості, регулює емоційні та етичні норми її поведінки. Тому занурення у точності слововживання – це практично усвідомлене самокоригування рівня загальної культури особистості.

І відповідно, висока культура текстотворчості журналістів – це досконале володіння літературною мовою у процесі спілкування та професійна мовленнєва майстерність.

Дослідниця культури мови і мовлення Н. Бабич<sup>35</sup> культуру мовлення пропонує описати за допомогою таких критеріїв, комунікативних якостей, які ми можемо характеризувати і як притаманні журналістській мовно-стилістичній діяльності.

*Правильність мовлення* – це відповідність мовної структури висловлювання чинним мовним нормам.

*Точність* пов'язується з ясністю мислення, а також зі знанням предмета мовлення і значення слова. Уміння оформляти і виражати думки адекватно предметові або явищу дійсності зумовлюється знанням об'єктивної дійсності, постійним прагненням пізнавати реальний світ, а також знанням мови. Розуміння предметно-понятійної віднесеності слова, його емоційно-експресивного забарвлення, місця у стилістичній палітрі, сполучуваності з іншими словами – усе це в комплексі дає нам знання слова, вміння виокремити його з мовної системи.

Точність мовлення залежить від інтелектуального рівня журналіста, багатства його активного словникового запасу, ерудиції, володіння логікою думки, законами її мовного вираження.

*Логічність* – смислова погодженість частин висловлювання і тексту.

*Змістовність* – насиченість висловлювання об'єктивно цінною інформацією.

*Стислість* – прагнення виразити максимальну за обсягом інформацію мінімальною кількістю усіх мовних засобів.

*Ясність* – зрозумілість для адресата вираженої мовою думки.

*Чистота* – це відсутність у мові нелітературних елементів.

---

<sup>35</sup> Бабич Н.Д. Основи культури мовлення. Львів : Світ, 1990. С. 78.

*Виразність* – використання невичерпних ресурсів виражальних засобів української мови. Провідна її риса лежить в основі мистецтва володіння словом. Як подає представниця львівської школи мовознавців О. Сербенська<sup>36</sup>, виразність мовлення забезпечується образністю та чіткістю мови. Великою мірою це вміння застосовувати виражальні засоби української мови. Професор О. Сербенська активно та плідно досліджує питання культури мови, зокрема мовної компетенції журналістів. Низка її наукових статей розкривають суть проблеми і доводять недосконалість володіння сучасних журналістів барвами та колоритом, багатством та «образним світом» сучасної української мови.

*Багатство* – максимально можливе насичення висловлювання різними, неповторюваними засобами мови, необхідними для вираження змістовної інформації.

Ю. Пінчук<sup>37</sup> у своїй роботі говорить, що багате мовлення – це естетично привабливе мовлення, яке відображає вміння застосувати тропи, образно-емоційну лексику, стійкі вислови, урізноманітнити мову синонімами, знання синтаксичних виражальних засобів. Мати «дар слова» означає вміти так організувати своє мовлення, щоб воно вплинуло на людину не лише змістом, а і своєю формою, чуттєвим моментом, щоб принести задоволення тим, на кого це мовлення спрямоване.

*Доречність* відповідає темі повідомлення, його логічному та емоційному змістові, складу слухачів або читачів, інформативним, виховним, естетичним й іншим завданням.

*Естетичність* – оптимальність мовного оформлення висловлювання, його гармонія і цілісність, повнота реалізації стилістичних можливостей мови, її загальнолюдської сутності.

*Дієвість* – такий добір мовних засобів, що сприяють здійсненню очікуваного впливу на свідомість або підсвідомість слухача або читача, досягненню мети спілкування.

Праця над своїм мовленням викликає повагу і, без сумніву, дає результати. Шляхів вдосконалення є безліч, а процес триває усе життя.

Мова – не лише знаряддя спілкування, а й знаряддя мислення. Мовна діяльність – водночас і мисленнева діяльність. Особлива роль мовлення впливає, крім усього іншого, з його нерозривного зв'язку з мисленням. Зв'язок цей двосторонній. Теза «яке в людини

---

<sup>36</sup> Сербенська Олександра / упоряд. В. Лизанчук. *Серія «Заслужені професори Львівського національного університету імені Івана Франка»*. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014.

<sup>37</sup> Пінчук Ю.В. *Риторика, культура та техніка мовлення*. Київ : КНТ, 2007. 160 с.

мислення, таке й мовлення» багато в чому правомірною буде і у формулюванні: «Яке у людини мовлення – таке й мислення»<sup>38</sup>.

Культура мови медійників повинна відрізнятися національною самобутністю, смисловою точністю, багатством та різносторонністю словника, граматичною правильністю, логічною стрункністю, художньою зображальністю.

### **3. Соціопсихологічні компоненти журналістської текстотворчості як першооснова для медійної майстерності**

Текст у журналістській діяльності – це «слово для справи». Виходячи з цього, можна сказати, що медіатекст у будь-якій формі, що має типологічну структуру, виконує роль засобу впливу на маси.

Для розуміння сутності журналістського тексту необхідно збагнути одну принципову річ: зміст медіатексту принципово не замкнений ані визначеною схемою теоретичної абстракції, ані чітким естетичним каноном, а пов'язаний із відкритою, такою, що розвивається, ситуацією реальної дійсності й існує практично як прикладна ділова ідея<sup>39</sup>.

Типологічна структура не охоплює всіх індивідуальних впливів, які можуть бути у медіатексті; вона формується із суспільно необхідних і соціально зумовлених елементів, які через свою практичну придатність здатні стимулювати мисленнєву, емоційну і волюву активність читача у сфері соціальної практики. Тому саме на реалізацію типологічної структури тексту свідомо або несвідомо орієнтовані всі зусилля автора. Тут необхідно підкреслити, що типоформуючим ефектом впливу є справжній ефект, тобто справжній результат використання тексту конкретними людьми у справжніх ситуаціях. Справжність ефекту під впливом медіатексту буде об'єктивно проявлятися в актах зміни поведінкових планів (програми поведінки) і реальної поведінки суб'єктів соціальної дії: людей, організацій, інститутів.

Із цього загального призначення тексту як реальної важливої життєвої основи, на якій відбувається прийняття важливих рішень читачем, постає проблема ефективності тексту і тих засобів, атрибутів, параметрів, критеріїв, факторів, що забезпечують цю ефективність.

---

<sup>38</sup> Шестакова Е. Слово естетичне і слово комунікаційне. *Збірник Харківського історико-філологічного товариства*. 2006. Т. 12. С. 369–377.

<sup>39</sup> Стекольщикова В.А. Соціопсихологічні механізми впливу інвестигативного медіатексту на розвиток ідейно-естетичних вподобань реципієнта. *Образ*. 2021. Випуск 1 (35). С. 60–67.

На думку М. Феллера<sup>40</sup>, ефективність тексту, в нашому випадку це стосується і медіатексту, визначається ефективністю його структури. Ефективність же структури «виявляється в тому, що читач розуміє і сприймає повідомлення згідно із замислом автора».

Ефективність медіатексту залежить від тих обставин, в яких відбувається процес спілкування: психофізичних станів автора і читача, їхніх мотиваційно-цільових сфер, умов спілкування. Самостійно ефективність тексту, зрозуміло, не існує. Ефективність його структури – один зі складників однієї соціальної ефективності, пов'язаної з іншими і підпорядкованої інформаційній цінності й значущості.

Знаком ефективності структури медіатексту є його архітектонічна досконалість. Вона інакше не існує, ніж у графічно-знаковій тканині, яка є формою всього того, що відбувається на сцені Психіки Автора і Свідомості Суспільства. Тому питання оформлення твору є архіважливим.

Досконала архітектоніка тексту ЗМІ впливає не тільки на ефективність його сприймання. Вона має і виховне значення, розвиваючи (або порушуючи) логічну, емоційну, мовну культуру читача.

Основне призначення медіатексту – це вплив на людину. Вся його структура повинна бути пристосована до виконання цієї основної функції.

Від чого ж залежить структура тексту в плані комунікативному? Від характеру функції впливу на людину. Від чого ж залежить цей характер? Від таких факторів:

- 1) ситуації написання і сприймання тексту;
- 2) мотиву діяльності, в яку включена комунікація;
- 3) комунікативної мети;
- 4) комунікативного смислу тексту.

Авторська психологічна структура тексту (тобто його зміст) повинна бути орієнтована на адресата з урахуванням психології його сприймання й розуміння. С. Рубінштейн<sup>41</sup> у роботі «До психології мовлення. Про розуміння» подає своєрідну концепцію взаємодії та взаємовпливу тандему «мовлення–порозуміння».

---

<sup>40</sup> Різун В.В. Аспекти теорії тексту. *Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту* / В.В. Різун, А.І. Мамалига, М.Д. Феллер. Київ : РВЦ «Київський університет», 1998. 336 с.

<sup>41</sup> Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. Санкт-Петербург : Питер, 2002. С. 541–543.

Авторська психологічна структура ніколи не може бути тотожною з перцептивною, але вона повинна наблизитися до неї.

Журналістика – особлива сфера людської діяльності. І, як будь-яка сфера, має спеціальну сукупність мовних і мовленнєвих засобів, що дозволяє ефективно відобразити всі її особливості, співвідноситься з конкретним стилем – публіцистичним. Тому одна зі складових частин професіоналізму журналіста – це, безумовно, знання особливостей публіцистичного стилю, який розрахований на масового адресата та поєднує у собі «стандарт та експресію», здатний інформувати і переконувати, висловлювати власну думку автора і суспільно-соціальну.

Основна функція цього стилю – донесення інформації, формування громадської думки. Яскравою ознакою публіцистичного стилю є вдале поєднання логіки викладу з емоційним забарвленням. Типовими мовними ознаками публіцистичного стилю є такі:

- широке використання суспільно-політичної, юридичної, економічної, технічної та культурно-освітньої лексики;
- наявність емоційно забарвлених слів, тропів, фразеологізмів;
- використання всіх типів речень;
- наявність окликів і риторичних запитань;
- повтори; непрямої порядок слів;
- пристрасний, оцінний тон мовлення (наприклад пафосний).

Т. Єщенко<sup>42</sup> виділяє такі загальні мовні ознаки текстів публіцистичного стилю:

- поєднання логічності доказів, точності висловлення з емоційно-експресивною образністю, уживання художніх засобів – епітетів, порівнянь, метафор, оксиморонів тощо;
- використання суспільно-політичної лексики, економічних понять, політичних термінів;
- багатозначної, образної лексики, усталених висловів;
- наявність риторичних запитань, вигуків, повторів;
- відповідний тон мовлення (пристрасний, іронічний, саркастичний тощо), вживання точних найменувань (час, місце, учасники подій), okazіоналізмів;
- пристрасні, закличні, спонукальні типи висловлень, широке використання звертань, розщеплених речень, повторів, антитез.

Текстам публіцистичного стилю властивий широкий вияв авторської індивідуальності<sup>43</sup>.

---

<sup>42</sup> Єщенко Т.А. Лінгвістичний аналіз тексту. Київ : ВЦ «Академія», 2009. С. 92–94.

<sup>43</sup> Авраменко О.М., Чукіна В.Ф. Стилїстика сучасної української мови. Київ : Грамота, 2008. 256 с.



«Публіцистика немислима без філософського серйозного осмислення дійсності, без світорозуміння, без почуттів, без пошуків нового бачення людини і життя, без сучасного трактування «вічних» питань моралі»<sup>44</sup>, – зазначав В. Здоровега. Він пише: «Теорія публіцистики як органічна складова частина загальної теорії журналістики повинна сприяти підвищенню журналістської майстерності, посиленому впливу засобів масової інформації пропаганди на людину».

Теорія публіцистики Володимира Здоровеги охоплює всі аспекти публіцистичної творчості: це зміст і форма публіцистичного твору, природа публіцистичного узагальнення, природа і функції публіцистики, образність у публіцистиці, де образ трактується як засіб, а не мета публіцистичного тексту, досліджує публіцистику в контексті науки та художньої літератури, розглядає публіцистику у системі масової комунікації.

В. Здоровега вважав основною функцією публіцистики формування громадської думки. «Найбільш чітке визначення, усвідомлення об'єкта публіцистики має не тільки теоретичне, але й практичне значення. Чимало змістовних матеріалів, які друкуються в газетах чи передаються за згодою інших ЗМІ, залишають читача байдужими, а значить за змістом і формою не є публіцистикою у суворому розумінні цього слова»<sup>45</sup>. Саме тому Володимир Здоровега доводить, що публіцистика починається там, де є думка. Адже публіцистичний твір не лише відображає дійсність, а й осмислює її: «публіцист вдається до логічно-абстрактної і конкретно-образної форми мислення, використовує словесний образ або образний вираз, деталь, образ-критику, образ-персонаж».

Що ж до сучасної публіцистики, то невимогливі жанри, що й визначають обличчя видання, зобов'язані демонструвати свого творця – розумного, справедливого, чуйного, який гостро відчуває гармонію та відповідність. І для цього єдиний спосіб – мовні засоби. Тільки так можна втілити впливаючу функцію. Саме тут і зійшлися журналіст та письменник. Обидва виявляють свою особистість у мовленні як елементи її культури. Звичайна, стандартна, не індивідуальна мова не може бути естетично виразною. Мова

---

<sup>44</sup> Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. С. 104.

<sup>45</sup> Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. С. 45–49.

покликана приносити задоволення своєму адресатові. Таке бачення публіцистичної творчості у своїй роботі представляє й О. Микитюк<sup>46</sup>.

Робота журналіста зі створення матеріалу, призначеного для публікації, представлена в роботі як особливий вид діяльності – *текстова діяльність*. Об'єктами цієї діяльності є реальна подія – *медіаподія* (модель дійсності, отримана в процесі діяльності журналіста) – *медіатекст*, в якому шукає баланс складна природа мови, – матеріал творчості, особисті пріоритети та смаки творця, інтереси й можливості друкованого видання, а також ефективність цієї діяльності – результативне сприйняття кінцевого продукту – тексту – потенційною читацькою аудиторією.

Аналіз специфіки текстової діяльності в ЗМІ у мовному та функціональному аспектах спирається на дослідження, що стосуються двох діалектично пов'язаних сторін мови – мовної системи і мовної діяльності, а також її продукту – тексту.

Бажано навчитися читати власний текст чужими очима. Принципово важливо розрізнати первинне та остаточне сприйняття тексту.

За Е. Шестаковою<sup>47</sup>, віддавна існують генетично відмінні типи словесності. Зокрема, логоцентрична словесність стала підставою створення художньої літератури, а ширше – естетичного слова. Фактоцентрична – для виникнення журналістики, а ширше – слова.

Розуміючи характер інновацій у світі та пресі, все частіше переносять акцент з осмислення ролі ЗМІ як соціального інституту, функціонування якого визначається суспільно-політичною ситуацією, на дослідження медіадискурсу (тексту ЗМІ, взятого в подієвому аспекті, у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними чинниками), засобів його виразності та ефективності цих компонентів<sup>48</sup>.

## ВИСНОВКИ

Є підстави сподіватися, що спільні зусилля журналістів, філологів, наукові дослідження досвідчених учених, аналітичні спостереження викладачів позитивно вплинуть на формування іміджу українських ЗМІ та авторитету України у сучасному світі, а

---

<sup>46</sup> Микитюк О.Р. Сучасна українська мова: самобутність, система, норма. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. 440 с.

<sup>47</sup> Шестакова Е. Слово естетичне і слово комунікаційне. *Збірник Харківського історико-філологічного товариства*. 2006. Т. 12. С. 369–377.

<sup>48</sup> Сметанина С.И. Медіатекст в системе культуры: динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2002. С. 142.

найголовніше – вони можуть переконливо показати перевагу свободи власного «Я», безкорисливості, об'єктивності над бульварщиною, низькою сенсаційністю, маніпулюванням свідомістю довірливих людей.

Аудиторія, що сприймає текст, здатна зрозуміти його сенс тільки в контексті з іншими текстами, тобто в контексті власної пам'яті, накопиченої інформації про культурні традиції, історичні факти – в контексті певної картини життя. Саме цей досвід, іншими словами, знання про світ, є запорукою успішності акту комунікації. «Розуміння тексту вбирає у себе не лише знання мови, але й знання світу», – підкреслює відомий дослідник дії соціо-культурних чинників на механізм вживання мови Т.А. ван Дейк<sup>49</sup>.

Ступінь поглинутості журналіста в текстову діяльність може бути розглянутий як важливий показник рівня професійної майстерності. Причому слово «майстерність» стосовно текстової продукції має не тільки прикладний характер. Подібний підхід до цієї сторони журналістської практики відповідає сучасному стану розвитку суспільства і мови як важливого компонента культури.

### Література

1. Авраменко О.М., Чукіна В.Ф. Стилїстика сучасної української мови. Київ : Грамота, 2008. 256 с.
2. Бабич Н.Д. Основи культури мовлення. Львів : Світ, 1990. 232 с.
3. Бацевич Ф.С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : «Академія», 2004. 344 с.
4. Галич В.М. Письменницька публіцистика як метажанрове поняття. *Соціальні комунікації сучасного світу*. 2009. С. 57–58.
5. Дейк Т.А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация. Москва : Професс, 1989. 311 с.
6. Єрмоленко С.Я. Штрихи до соціального портрета українців (за матеріалами тлумачних словників). *Лінгвістика*. 2003. Вип. 1. С. 37–44.
7. Єщенко Т.А. Лінгвістичний аналіз тексту. Київ : ВЦ «Академія», 2009. 264 с.
8. Жайворонок В.В. та ін. Українська мова в професійній діяльності. Київ : Вища шк., 2006. 431 с.
9. Желтухіна М.Р. Про зміст дискурсу мас-медіа. *Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка*. 2007. № 11 (128), Ч. 1. С. 27–40.
10. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості : підручник. Львів : ПАІС, 2004. 268 с.

---

<sup>49</sup> Дейк Т.А. Ван. Язык. Познание. Коммуникация. Москва : Професс, 1989. С. 79–84.

11. Зернецький П.В. Семантико-функціональні особливості побудови дискурсу політичної статті в англomовних мас-медіа. *Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки*. 2002. Т. 20. С. 35–38.
12. Кисіль Г.Г., Кучинський М.В. Культура сучасної української літературної мови. Київ : Міленіум, 2005. 269 с.
13. Космеда Т.А. Аксиологічні аспекти прагмалінгвістики : формування і розвиток категорії оцінки. Львів : ЛНУ ім. Франка, 2000. 350 с.
14. Кочан І.М. Лінгвістичний аналіз тексту. Київ : Знання, 2008. С. 11–19.
15. Леонтьев А.А. Основы психолінгвістики. Москва : Смысл, 1997. 287 с.
16. Лотман Ю.М. Избранные статьи: в 3 т. Таллин : Александра, 1992. Т. 2. 1992. 480 с.
17. Мітіна Л.С. Шість функцій Умберто Еко в «Сьомій функції мови» Лорана Біне. *Вчені записки ТНУ імені Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2021. Т. 32 (71). № 5. Ч. 2. С. 127–134.
18. Микитюк О.Р. Сучасна українська мова: самотність, система, норма. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2010. 440 с.
19. Новиков А.И. Текст и его смысловые доминанты. Москва : Институт языкознания РАН, 2007. 224 с.
20. Партико З. Загальне редагування: нормативні основи. Львів : Афіша, 2006. 416 с.
21. Пінчук Ю.В. Риторика, культура та техніка мовлення. Київ : КНТ, 2007. 160 с.
22. Повторева С., Чурсінова О. Естетика М. Бахтіна в контексті постмодернізму. *Науковий вісник Чернівецького національного університету. Серія «Філософія»*. 2018. Вип. 806. С. 81–90.
23. Пономарів О.Д. Культура слова: мовностилістичні поради. Київ : Либідь, 2001, 240 с.
24. Радевич-Винницький Я., Іванишин В. Мова і нація: тези про місце і роль мови в національному відродженні України. Львів, 2012. 212 с.
25. Різун В.В. Аспекти теорії тексту. *Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту* / В.В. Різун, А.І. Мамаліга, М.Д. Феллер. Київ : РВЦ «Київський університет», 1998. 336 с.
26. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 720 с.
27. Скиба І.П. «Екзистуюча людина» як підґрунтя нового гуманізму у філософії М. Хайдеггера. *Вісник НАУ. Серія «Філософія. Культурологія»*. 2016. № 2 (24). С. 63–68.

28. Сербенська О.А. Мова газети в аспекті соціально-культурного розвитку суспільства. *Мовознавство*. 1988. № 4. С. 21–26.
29. Сербенська Олександра / упоряд. В. Лизанчук. *Серія «Заслужені професори Львівського національного університету імені Івана Франка»*. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2014.
30. Серажим К.С. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність : монографія. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2002. 392 с.
31. Сметанина С.И. Медиатекст в системе культури: динамические процессы в языке и стиле журналистики концы XX века. Санкт-Петербург : Изд-во Михайлова В.А., 2002. 383 с.
32. Стекольщикова В.А. Соціопсихологічні механізми впливу інвестигативного медіатексту на розвиток ідейно-естетичних вподобань реципієнта. *Образ*. 2021. Випуск 1 (35). С. 60–67.
33. Сухомлинський В.О. Слово про слово. *Радянська Україна*. 1964. 16 січня.
34. Хэллiday М.А.К. Лингвистическая функция и литературный стиль. *Новое в зарубежной лингвистике*. Москва : Прогресс, 1980. Вып. IX. С. 116–147.
35. Шестакова Е. Слово естетичне і слово комунікаційне. *Збірник Харківського історико-філологічного товариства*. 2006. Т. 12. С. 369–377.
36. Штерн І.Б. Вибрані топіки та лексикон сучасної лінгвістики : Енциклопедія. Київ : АртЕк, 1998. 335 с.
37. Яцимірська М. Драган Н. Медіатекст як продукт журналістської творчості: психолінгвістичний аналіз логічного сприйняття та емоцій. *Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика»*. 2007. Вип. 30. С. 267–276.
38. Яцимірська М. Сучасний медіатекст : Словник-довідник. Львів : ПАІС, 2005. 128 с.
39. Мирний Панас. Рідна мова [http://bukvoid.com.ua/library/panas\\_mirny/ridna\\_mova/1.html](http://bukvoid.com.ua/library/panas_mirny/ridna_mova/1.html) (дата звернення: 20.01.2023).

**Information about the author:**

**Stiekolshchykova Valentyna Andriivna**,  
PhD in Social Communications, Associate Professor,  
The Head of the Department of Journalism and Philology  
Pylyp Orlyk International Classical University  
2, Kotelna Str., Mykolayiv, Ukraine, 54003