

DOI: 10.31866/2410-1311.37.2021.236019
УДК 316.774:81]:7.038.6

МОВЛЕННЄВА ПРАКТИКА У ПОСТМОДЕРНОМУ КУЛЬТУРЛІНГВІСТИЧНОМУ ПРОСТОРІ МАС-МЕДІА

Нечаєнко Тетяна Василівна

Доцент,

ORCID: 0000-0002-8329-2517, e-mail: nechaenko.t@gmail.com,
Київський національний університет культури і мистецтв,
вул. Є. Коновальця, 36, Київ, Україна, 01133

Для цитування:

Нечаєнко, Т.В. (2021). Мовленнєва практика у постмодерному культурлінгвістичному просторі мас-медіа. *Питання культурології*, (37), 181-190. doi: <https://doi.org/10.31866/2410-1311.37.2021.236019>.

Анотація

Мета статті — з'ясувати особливості трансформації мовленнєвої постмодерністської практики засобів масової інформації. Методологічною основою дослідження є сукупність наукових методів, які дали змогу виявити сутність культури мовлення мас-медіа, зокрема дискурсивний метод, скерований на культурологічне осмислення контекстів комунікації ЗМІ, а також системний підхід, який передбачає об'єктивність, всебічність у вивченні об'єкта дослідження. Наукова новизна полягає у з'ясуванні особливостей трансформації мовленнєвої культури у культурлінгвістичному просторі мас-медіа. Звернено увагу на прагнення сучасних ЗМІ до пріоритетного формування картини світу за рахунок не просто передавання повідомлення (перекладені на журналістську мову факти, події, явища буття), а формування соціальної реальності шляхом свідомого (упередженого) добору, акцентування й інтерпретації емпіричної дійсності. Зазначено, що у ситуації, коли інформація стає однією з основних цінностей у житті людей, мовленнєва культура безперервно піддається різним ревізіям і реконструкціям з боку мови засобів масової комунікації. Висновки. Одним із основних законів розвитку і функціонування мови є інформаційно-комунікативна традиція, яка визначає зміни мови, узаконюючи їх, надає мовній системі певну спрямованість, забезпечує історичний зв'язок минулих і нових мовних форм, постає основним засобом трансляції мовного досвіду. Наголошено, що на основі інформаційно-комунікативного синкретизму мовленнєвої культури і масової комунікації утворюється культурлінгвістичний простір мас-медіа, неоднорідний за своїм наповненням, але насичений інтелектуальними пошуками, вираженими у мовленнєвих формах. ЗМІ є атрактором мас-медійної культури. Динаміка останньої забезпечується ідеологічно і технологічно прогресуючими засобами масової інформації шляхом постійної

демонстрації її ціннісно-знакових утворень (конструктів) і їх публічної легалізації в продуктах масової комунікації, або публіцистичних медіатекстах.

■ **Ключові слова:** культура мовлення; мас-медіа; засоби масової інформації; журналістика; текст; мас-медійна культура; постмодернізм

■ Вступ

Сучасний стан культури та її інтенсивний розвиток, пов'язаний з освоєнням нових форм комунікацій, із розповсюдженням інформаційної техніки неминуче призводить до зміни параметрів соціокультурного простору, зокрема рольової і функціональної значущості журналістики. Отримавши *de jure* свободу слова, засоби масової комунікації претендують на свій пріоритет у формуванні картини світу, осмисленні людської природи. Вони вже не просто передають повідомлення (перекладені на журналістську мову факти, події, явища буття), а формують соціальну реальність шляхом свідомого (упередженого) добору, акцентування й інтерпретації емпіричної дійсності. В результаті змінюється і спосіб журналістського моделювання картини світу, і сам світ, представлений у журналістському тексті. Водночас журналістика покликана підтримувати ідеали культури, здатна виявити багато негативних тенденцій на шляху до глобального інформаційного суспільства. Сьогодні журналістика, поряд із традиційними освітніми структурами, стає одним із найважливіших соціальних інститутів у створенні і поширенні культурної інформації, у визначенні ціннісного змісту циркулюючих у суспільстві культурно-інформаційних потоків. Журналістський вплив на особистість стає безперервним, інтенсивним, універсальним. Сфера журналістики, система засобів масової інформації отримали в сучасному світі величезний вплив, а публіцистичні тексти становлять її головне змістовне наповнення.

На тлі таких змін, коли інформація стає однією з основних цінностей у житті людей, мовленнєва культура безперервно піддається різним ревізіям і реконструкціям з боку мови засобів масової комунікації. Причому йдеться не стільки про семантику і стилістику повсякденного тезауруса спілкування і соціальної взаємодії індивідів і груп, скільки про принципи світовідчуття, світогляду і світорозуміння.

Проблематика мовленнєвої культури в ЗМІ є об'єктом вивчення Г. Бикової (2002), Г. Євсєєвої та В. Єгорової (2011), Ю. Єлісовенко (2001), А. Капельюшного (2002), О. Пономаріва (2001), О. Сербенської (2002) та ін. Різні аспекти розвитку культури мови ЗМІ досліджено в працях таких вчених, як: І. Грицай (2013), Н. Зикун (2012), Т. Крайнікова (2012), Л. Кудрявцева, Л. Дядечко, О. Дорофєєва, І. Філатенко та Г. Черненко (2005), О. Мітчук (2003), Г. Солганик (2003), О. Стишов (2003), Л. Супрун (2008), М. Яцимірська (2014) та ін. Окремі питання комунікативістики розглянуто Г. Арутюною (1998), Ф. Бацевич (2004), Є. Кожемякіним (2010) та ін. Проте, попри безперечну значущість праць вищеназваних авторів, проблема розгляду мовленнєвої культури, мас-медійної культури як культурних феноменів, а головне — як джерела культурологічного знання, в українській науці й досі залишається актуальною.

■ Мета статті

Мета статті полягає у з'ясуванні особливостей трансформації мовленнєвої постмодерністської практики засобів масової інформації. Методологічною основою дослідження є сукупність наукових методів, які дали змогу виявити сутність культури мовлення мас-медіа, зокрема дискурсивний метод, скерований на культурологічне осмислення контекстів комунікації ЗМІ, а також системний підхід, який передбачає об'єктивність, всебічність у вивченні об'єкта дослідження.

■ Виклад матеріалу дослідження

Мовленнєва культура в усі часи перебувала під значним впливом засобів масової комунікації, які публічно актуалізували в повсякденності літературне і розмовне мовлення, необхідне для соціального спілкування і взаємодії людей. Сьогодні ж інтенсифікація міжкультурних контактів за допомогою засобів масової комунікації впливає на характер різних джерел духовної культури, зокрема мовленнєвої, за рахунок можливостей принципового (змістовно-формального) коригування циркулюючих у суспільстві інформаційних потоків. Нові технології масової комунікації сприяють появі відмінних від попередніх соціокультурних і семантико-стилістичних настанов, що формуються в межах письмової та усної мовленнєвої культури. Водночас засоби масової комунікації впливають на мовну культуру читачів, глядачів, слухачів (аудиторії), з одного боку, властивою їм металінгвістичною практикою, а з іншого — поширенням лінгвістичних знань. Унаслідок трансформації усталених мовних бар'єрів і дифузії усної і письмової форм масової комунікації змінюються статус і функції безлічі граматичних і лексичних засобів, очевидними стають розбіжності між розумінням вербальної норми як незмінного літературного зразка, орієнтованого на національні традиції культури мовлення тощо.

Це свідчить про зрушення в уявленнях щодо ідеалу «хорошого» мовлення. На додаток, відбуваються значні трансформації соціально-культурного та семантико-стилістичного характеру, зумовлені новими інформаційно-комунікативними потребами індивідів, груп, класів, суспільства загалом через соціокультурну адаптацію до нової моделі суспільного життєустрою, що відбувається в масовій свідомості і поведінці громадян. Звідси виникають «тектонічні» процеси в сучасній мовленнєвій культурі: змінюються традиційні вербально-ціннісні смисли, зміщуються диспозиційно стійкі лексичні пласти, модернізуються імпліцитно звичні культурно-мовні коди. Саме від масштабу соціокультурних змін у суспільстві залежить динаміка ЗМІ — сукупність кількісних і якісних інформаційно-комунікативних перетворень за певний відрізок часу. Зі зміною суспільних і державних структур неминує змінюються і способи публіцистичного (сміслового і мовленнєвого) відображення та інтерпретації подій і явищ дійсності. У цьому разі мовленнєва модель масової комунікації наочно представляє суттєві зміни традицій, раніше властиві культурному простору країни.

Отже, радикальні зміни обумовлюють відповідні зміни багатьох соціальних інститутів, включно з засобами масової інформації. Основною метою дискурсу в ЗМІ, зокрема в періодичній пресі, було і залишається передання (або ретранслявання) інформації різних типів. Будь-яка інформація сприймається з вели-

ким позитивним ефектом, коли сам спосіб її передання викликає відчуття задоволення, відповідає естетичним потребам адресата. Передаючи різноманітну культурну, історичну, наукову інформацію, ЗМІ сприяють поповненню фонду знань своїх читачів, слухачів, глядачів. ЗМІ не випадково називають четвертою владою: їхній вплив на погляди і поведінку людей очевидний. Однак сьогодні сучасні ЗМІ, вдаючись до металінгвістичної максимізації тезауруса спілкування, нерідко формують віртуальну картину світу, не адекватну реальній дійсності, і, працюючи на стику «інформація-комунікація-управління», навмисне впроваджують у суспільну свідомість нові (часто відмінні від попередніх) соціокультурні норми буття. А оскільки людина не сторонній спостерігач того, що відбувається, а й сама безпосередньо включена в існуючу повсякденність, тому одночасно змінює і повсякденність, і себе. Це виходить на образ постмодерністської культури, яка характеризується витісненням «законодавчої» парадигми розуму «інтерпретативною».

Найвиразніше світоглядна концепція постмодернізму проглядається в його літературній практиці, яка долає межі між реальним і віртуальним, масовим й елітарним, різними жанровими рішеннями тексту. Центральним терміном у поетиці постмодернізму є поняття інтертекстуальності. Саме вона передає специфічне постмодерністське світосприйняття, в якому різні ситуації актуальної дійсності, факти історії, предмети, особи відокремлені, не вписані в єдину систему, химерно розкидані: «постмодернізм розриває зсередини традиційні уявлення про цілісність, стрункість, закінченість естетичних систем, піддає радикальному перегляду ряд фундаментальних постулатів "аристотелевського" циклу культури» (Лосев, 2000, с. 37). Постмодернізм розглядає інтертекстуальність як особливий вид оповідної техніки, призначеної для створення «фрагментованого» дискурсу, тобто фрагментарності оповіді, «де на перший план виходить не раціональна, логічно оформлена філософська рефлексія, а глибоко емоційна, внутрішньо відчута реакція сучасної людини на навколишній світ» (Еко, 1998, с. 32).

Системний підхід до проблеми інтертекстуальності дає змогу застосувати висновки щодо специфіки функціонування цієї категорії не лише до художнього тексту, а й до кожного тексту, включеного в систему культури, і навіть публіцистичного. «...Будь-яка динамічна система занурена в простір, в якому розміщуються інші динамічні системи, а також уламки зруйнованих структур, своєрідні комети цього простору. Отже, будь-яка система живе не тільки за законами саморозвитку, але також включена в зіткнення з іншими культурними структурами ... Зі сказаного, між іншим, випливає, що будь-який ізольований розгляд іманентного руху та впливів неминуче призводить до спотворення картини» (Лотман, 1992, с. 187). Останнє, ймовірно, визначає методологічний підхід до вивчення інтертекстуальних впливів при осмисленні динаміки розвитку текстів різних функціональних стилів. «Чужий» культурний текст у творчій майстерні журналіста, механізм його «впровадження», можливі інформативні та виражальні ефекти і «провали», особливо чітко фіксують стан текстів ЗМІ лише при врахуванні всіх тих інновацій, які очевидні сьогодні в публіцистичному стилі як функціонуючій системі і в текстах того культурного простору, в якому він існує. З цього погляду спроба «прочитати» журналістський текст крізь призму постмо-

дернізму з його колоритом інтертекстуальності при осмисленні медіатексту як феномена культури видається цілком обґрунтованою.

Інший важливий момент постмодерністської стратегії — ототожнення свідомості людини з письмовим текстом «як нібито єдино можливим засобом його фіксації більш-менш достовірним способом» — пов'язаний із тим, що «буквально все стало розглядатися як текст: література, культура, суспільство, історія та, нарешті, сама людина. Положення, що історія і суспільство можуть бути прочитані як текст, призвело до сприйняття людської культури як єдиного інтертексту, який своєю чергою слугує ніби передтекстом будь-якого нового тексту» (Арутюнова, 1998, с. 223–224). Таким чином, для «суб'єкта, який пізнає, інтертекстуальність — це ознака того способу, яким текст прочитує історію і вписується в неї» (Арутюнова, 1998, с. 225). На відміну від засобів класичної естетики, основу якої «становлять образність, відображення реальності, глибинна справжність», постмодернізм вирізняється «поверхневим конструюванням ... артефакту» (Лосев, 2000, с. 43), відповідно, постмодерністський текст зосереджений не на відображенні дійсності, а на її моделюванні.

Безумовно, лексична система мови якнайтісніше пов'язана з позамовною дійсністю. Однак у сучасному суспільстві, на жаль, відсутня орієнтація і прагнення до творення. У засобах масової інформації тією чи іншою мірою присутній вектор руйнівної спрямованості, відсутні ідеали добра і творення, конструктивного реформування та духовного відродження. Мовна свобода, яка переросла в мовну агресивність до слів-фетишів, висловлювала насамперед зміни політичних орієнтирів і пов'язане з цим прагнення звільнити свідомість. Повідомлення про факти насильства, катастрофи, різного роду аномальні явища є вельми помітним фрагментом інформаційного поля сучасної преси. Не можна не відзначити перенасиченість деяких газет негативною інформацією, а також зниження (якщо взагалі не зняття) культурного цензу в доборі матеріалу для опублікування. За таких умов заборона на інформацію розцінюється як ознака повернення до тоталітаризму, як факт, що преса спотворює дійсність.

Таким чином, основою розвитку і функціонування мови має бути інформаційно-комунікативна традиція, яка визначає її зміни, узаконюючи їх, задає мовній системі певної спрямованості, забезпечує історичний зв'язок минулих і нових мовних форм, стає основним засобом трансляції мовного досвіду. Трансформація культурлінгвістичних традицій у суспільстві є неминучим причинно-наслідковим феноменом його розвитку в умовах переходу з індустріальної в інформаційну фазу.

Висновки

Виходячи з положення про те, що синкретизм мовної культури і масової комунікації має своїм генезисом інформаційні потреби індивіда, групи, класу, суспільства, що підлягають задоволенню в цілях самозбереження і розвитку суб'єктів соціально-історичного процесу, на основі цього інформаційно-комунікативного синтезу утворюється культурлінгвістичний простір мас-медіа, хоча і неоднорідний за змістовним наповненням, але насичений інтелектуальними пошуками, вираженими у мовленнєвих формах.

Засоби масової інформації є атрактором мас-медійної культури — інформаційно-комунікативним феноменом повсякденності, який володіє трансформованими соціолінгвістичними ознаками і властивостями, що знаходять конкретне вираження в мас-культурних медіатекстах. Динаміка мас-медійної культури забезпечується ідеологічно та технологічно швидко прогресуючими засобами масової інформації шляхом постійної демонстрації її ціннісно-знакових утворень (конструктів) і їх публічної легалізації в продуктах масової комунікації, або публіцистичних медіатекстах. Цій динаміці мас-медійної культури властиві дві провідні тенденції: 1) постійно діюче протиборство традиціоналістського (реального) і мас-культурного (віртуального) модусів мовленнєвої культури, які зазвичай відображають істотні відмінності у акторів соціального процесу в ставленні до того, що відбувається насправді; 2) постійно діючий процес обміну, заміщення, дифузії вербальних ресурсів: класичних (літературного мовлення) і постмодерністських (розмовного мовлення), які помітно різняться за соціолінгвістичними якостями, і свідчать про домінування в сьгоднішніх ЗМІ культурного вербально-візуального ряду низького рівня.

Подальшого вивчення потребує питання культури мовлення конкретних мас-медіа, що дасть змогу отримати порівняльну характеристику тенденцій її розвитку, уможливить прогноз щодо функціонування культури мовлення конкретних мас-медіа.

■ Список використаних джерел

- Арутюнова, Н. Д. (1998). *Язык и мир человека*. Языки русской культуры.
- Бацевич, Ф. С. (2004). *Основи комунікативної лінгвістики*. Академія.
- Бикова, Г. П. (2002). *Українська мова та культура мовлення*. Видавничий центр НАУ.
- Грицай, І. С. (2014, 14 серпня). *Засоби масової інформації як окремих підстиль публіцистичного стилю*. <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1008>
- Євсєєва, Г. П., & Єгорова, В. С. (2011). До питань культури мовлення в ЗМІ (на прикладі видань Дніпропетровщини). *Вісник Дніпропетровського університету*, 19(11). *Серія: Мовознавство*, 17(3), 65–72.
- Єлісовенко, Ю. П. (2001). Культура і техніка мовлення в телерадіожурналістиці. *Стиль і текст*, 2, 45–52.
- Зикун, Н. І. (2012). Культура мови ЗМІ і рівень довіри до медіа текстів. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Філологічні науки*, 31, 63–66.
- Капелюшний, А. (2002). Росіянізми в телевізійному мовленні і в газетному тексті. *В Телевізійна й радіожурналістика* (с. 21–26). Світ.
- Кожемякин, Е. А. (2010). Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки*, 12(83), 6, 13–21.
- Крайнікова, Т. (2012). Мовна культура українських ЗМІ: тлумачення інтернет-користувачів. *Стиль і текст*, 13, 107–115.
- Кудрявцева, Л. О., Дядечко, Л. П., Дорофєєва, О. М., Філатенко, І. О., & Черненко, Г. А. (2005). Сучасні аспекти дослідження мас-медійного дискурсу: експресія – вплив – маніпуляція. *Мовознавство*, 1, 58–66.

- Лосев, А. Ф. (2000). *История античной эстетики* (Т. 8, кн. 1: Истоки тысячелетнего развития). Фолио.
- Лотман, Ю. М. (1992). *Избранные статьи* (Т. 1, с. 46–57). Александра.
- Мітчук, О. (2003). Нова суспільно-політична лексика сучасних ЗМІ. В *Телевізійна й радіожурналістика* (с. 43–51). Світ.
- Пономарів, О. А. (2001). *Культура слова: мовностилістичні поради* (2-ге вид.). Либідь.
- Сербенська, О. А. (2002). Ефірне мовлення у взаєминах з усною мовою. В *Телевізійна й радіожурналістика* (с. 32–37). Світ.
- Солганик, Г. Я. (2003). О языке и стиле газет. В М. Н. Володина (Ред.), *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. Издательство МГУ. http://levartist.narod.ru/text12/15.htm#%D0%B7_01
- Стишов, О. А. (2003). *Українська лексика кінця ХХ століття (на матеріалі мови засобів масової інформації)* [Монографія]. Видавничий центр КНЛУ.
- Супрун, Л. В. (2008). Сучасне мовлення ЗМІ: зони ризику. *Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия "Филология. Социальная коммуникация"*, 21(60), 1, 154–159.
- Эко, У. (1998). *Отсутствующая структура. Введение в семиологию*. Петрополис.
- Яцимірська, М. (2014). Мова ЗМІ в культурному і творчому дискурсі. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, 39, 344–349.

References

- Arutyunova, N. D. (1998). *Yazyk i mir cheloveka [The Language and the World of Man]*. Yazyki russkoy kul'tury [in Russian].
- Batsevych, F. S. (2004). *Osnovy komunikativnoi linhvistyky [Fundamentals of Communicative Linguistics]*. Akademiia [in Ukrainian].
- Bykova, H. P. (2002). *Ukrainska mova ta kultura movlennia [Ukrainian Language and Culture of Speech]* Vydavnychiy tsentr NAU [in Ukrainian].
- Eco, U. (1998). *Otsutstvuyuschaya struktura. Vvedenie v semiologiyu [Missing Structure. Introduction to Semiology]*. Petropolis [in Russian].
- Hrytsai, I. S. (2014, August 14). *Zasoby masovoi informatsii yak okremiy pidstyl publitsystychnoho styliu [The media as a separate background of journalistic style]*. <http://www.kamts1.kpi.ua/node/1008> [in Ukrainian].
- Iatsymirskaya, M. (2014). Mova ZMI v kulturnomu i tvorchomu dyskursi [The language of the media in cultural and creative discourse]. *Visnyk of the Lviv University. Series Journalism*, 39, 344–349 [in Ukrainian].
- Kapeliushnyi, A. (2002). Rosiianizmy v televiziinomu movlenni i v hazetnomu teksti [Russianisms in television speech and the newspaper text]. In *Televiziina y Radiozhurnalistyka [Television and Radio Journalism]* (pp. 21–26). Svit [in Ukrainian].
- Kozhemyakin, E. A. (2010). Massovaya kommunikatsiya i mediadiskurs: k metodologii issledovaniya [Mass communication and media discourse: to research methodology]. *Belgorod State University Scientific Bulletin. Humanities*, 12(83), 6, 13–21 [in Russian].
- Krainikova, T. (2012). Movna kultura ukrainskykh ZMI: tlumachennia internet-korystuvachiv [Language culture of Ukrainian media: interpretation of Internet users]. *Styl i Tekst*, 13, 107–115 [in Ukrainian].

- Kudriavtseva, L. O., Diadechko, L. P., Dorofieieva, O. M., Filatenko, I. O., & Chernenko, H. A. (2005). Suchasni aspekty doslidzhennia mas-mediinoho dyskursu: ekspresiiia – vplyv – manipuliatsiia [Modern aspects of the study of mass media discourse: expression – influence – manipulation]. *Movoznavstvo*, 1, 58–66 [in Ukrainian].
- Losev, A. F. (2000). *Istoriya antichnoy estetiki [History of Ancient Aesthetics]* (Vol. 8, Book 1. Istoki tysyacheletnego razvitiya [The Origins of Millennial Development]). Folio [in Russian].
- Lotman, Yu. M. (1992). *Izbrannye stat'i [Featured Articles]* (Vol. 1, pp. 46–57). Aleksandra [in Russian].
- Mitchuk, O. (2003). Nova suspilno-politychna leksyka suchasnykh ZMI [New socio-political vocabulary of modern media]. In *Televiziina y Radiozhurnalistyka [Television and Radio Journalism]* (pp. 43–51). Svit [in Ukrainian].
- Ponomariv, O. A. (2001). *Kultura slova: movnostylistychni porady [Culture of the Word: Linguistic Stylistic Advice]* (2nd ed.). Lybid [in Ukrainian].
- Serbenska, O. A. (2002). Efirne movlennia u vzaiemynakh z usnoiou movoiu [Broadcasting in the relationship with oral language]. In *Televiziina y Radiozhurnalistyka [Television and Radio Journalism]* (pp. 32–37). Svit [in Ukrainian].
- Solganik, G. Ya. (2003). O yazyike i stile gazet [On the language and style of the newspaper]. In M. N. Volodina (Ed.), *Yazyk SMI kak ob'ekt mezhdistsiplinarnogo issledovaniya [The Language of the Media as an Object of Interdisciplinary Research]*. Izdatel'stvo MGU. http://evartist.narod.ru/text12/15.htm#%D0%B7_01 [in Russian].
- Styshov, O. A. (2003). *Ukrainska leksyka kintsia XX stolittia (na materialy movy zasobiv masovoi informatsii) [Ukrainian Vocabulary of the Late 20th Century (on the Material of the Language of the Media)]* [Monograph]. Vydavnychiy tsentr KNLU [in Ukrainian].
- Suprun, L. V. (2008). Suchasne movlennia ZMI: zony ryzyku [Modern media broadcasting: risk areas]. *Uchenye Zapiski Tavricheskogo Natsional'nogo Universiteta im. V. I. Vernadskogo. Seriya "Filologiya. Sotsial'naya Kommunikatsiya"*, 21(60), 1, 154–159 [in Ukrainian].
- Yelisovenko, Yu. P. (2001). Kultura i tekhnika movlennia v teleradiozhurnalistytsi [Culture and speech technique in television and radio journalism]. *Styl i Tekst*, 2, 45–52 [in Ukrainian].
- Yevsieieva, H. P., & Yehorova, V. S. (2011). Do pytan kultury movlennia v ZMI (na prykladi vydan Dnipropetrovshchyny) [On the culture of speech in the media (on the example of publications of Dnepropetrovsk region)]. *Visnyk Dnipropetrovskoho Universytetu*, 19(11). *Seriia: Movoznavstvo*, 17(3), 65–72 [in Ukrainian].
- Zykun, N. I. (2012). Kultura movy ZMI i riven doviry do media tekstiv [Culture of media language and the level of trust in media texts]. *The Research Papers of Kamianets-Podilskyi National Ivan Ohienko University. Philological Sciences*, 31, 63–66 [in Ukrainian].

SPEECH PRACTICE IN THE POSTMODERN CULTURAL AND LINGUISTIC SPACE OF MASS MEDIA

Tetiana Nechaenko

Associate Professor,

ORCID: 0000-0002-8329-2517, e-mail: nechaenko.t@gmail.com,

Kyiv National University of Culture and Arts,

Kyiv, Ukraine

Abstract

The purpose of the article is to find out the peculiarities of the transformation of speech postmodern practices of the media. The research methodology is a set of scientific methods that allowed to identify the essence of the mass media speech culture, in particular, a discursive method, directed to the cultural comprehension of media communication contexts, as well as a systematic approach that involves objectivity, comprehensiveness in studying the research object. The scientific novelty is to find out the peculiarities of the transformation of speech culture in the cultural language mass media. We are drawing our focus towards the desire of modern media to the priority formation of the picture of the world due to not just messaging (facts, events, phenomena of being translated into the journalism), and it is the formation of social reality through a conscious (biased) selection, emphasizing and interpretation of empirical reality. The article accented that in a situation where information becomes one of the central values in people's lives, speech culture is continuously subjected to various revisions and reconstruction from the language of mass communication. Conclusions. One of the significant laws of development and functioning of language is a piece of information and communicative tradition that defines the language changes, legitimizing them, gives the movement of a linguistic system of a particular direction, provides a historical connection of past and new language forms, is an effective means of broadcasting language experience. It is emphasized that information and communicative syncretism of speech culture and mass communication forms a cultural and linguistic space of mass media, heterogeneous in its filling but saturated with intellectual searches expressed in speech forms. The media is an attractor of mass media culture. The dynamics of the latter are provided by ideologically and technologically progressive media by constant demonstration of its value and sign-oriented formations (constructions) and their public legalization in products of mass communication or journalistic media constructs.

Keywords: speech culture; mass media; mass media; journalism; text; mass media culture; postmodernism

РЕЧЕВАЯ ПРАКТИКА В ПОСТМОДЕРНОМ КУЛЬТУРЛИНГВИСТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ МАСС-МЕДИА

Нечаенко Татьяна Васильевна

Доцент,

ORCID: 0000-0002-8329-2517, e-mail: nechaenko.t@gmail.com,

Киевский национальный университет культуры и искусства,

Киев, Украина

Аннотация

Цель статьи — выяснить особенности трансформации речевой постмодернистской практики средств массовой информации. Методологической основой исследования является совокупность научных методов, позволивших выявить сущность культуры речи масс-медиа, в частности, дискурсивный метод, направленный на культурологическое осмысление контекстов коммуникации СМИ, а также системный подход, предусматривающий объективность, всесторонность в изучении объекта исследования. Научная новизна заключается в выяснении особенностей трансформации речевой культуры в культурлингвистическом пространстве масс-медиа. Обращено внимание на стремление современных СМИ к приоритетному формированию картины мира за счет не просто передачи сообщений (переведенные на журналистский язык факты, события, явления бытия), а формирования социальной реальности путем сознательного (предвзятого) подбора, акцентирования и интерпретации эмпирической действительности. Указано, что в ситуации, когда информация становится одной из основных ценностей в жизни людей, речевая культура непрерывно подвергается различным ревизиям и реконструкциям со стороны языка средств массовой коммуникации. Выводы. Одним из основных законов развития и функционирования языка является информационно-коммуникативная традиция, определяющая изменения языка, узаконивающая их, придающая языковой системе определенную направленность, обеспечивающая историческую связь прошлых и новых языковых форм, становясь основным средством трансляции речевого опыта. Отмечено, что на основе информационно-коммуникативного синкретизма речевой культуры и массовой коммуникации образуется культурлингвистическое пространство масс-медиа, неоднородное по своему наполнению, но насыщенное интеллектуальными поисками, выраженными в речевых формах. СМИ являются аттрактором масс-медийной культуры. Динамика последней обеспечивается идеологически и технологически прогрессирующими средствами массовой информации путем постоянной демонстрации ее ценностно-знаковых образований (конструктов) и их публичной легализации в продуктах массовой коммуникации, или публицистических медиатекстах.

Ключевые слова: культура речи; СМИ; средства массовой информации; журналистика; текст; масс-медийная культура; постмодернизм