

Література:

1. Комиссаров В.Н. Современное переводоведение. Москва: ЕТС, 2002. 424 с.
2. Портер Е. Поліанна / пер. з англ. Б. Гори. Київ: Час майстрів, 2019. 296 с.
3. Портер Е. Поліанна / пер. з англ. В. Чайковського. Харків: Фоліо, 2019. 236 с.
4. Портер Е. Поліанна / пер. з англ. К. Рябовол. Київ: Знання, 2020. 223 с.
5. Porter Eleanor H. Pollyanna. Kyiv: Znannia, 2018. 238 p.

МЕДІАТЕКСТ ЯК ПРЕДМЕТ ВИВЧЕННЯ МЕДІАЛІНГВІСТИКИ

Дашкова К. В.

*аспірант, викладач кафедри романо-германської філології
та методики викладання іноземних мов
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

В останні роки розробляється новий науковий напрям на перетині декількох наук. Це – медіалінгвістика – наука про мову засобів масової інформації, багато в чому пов'язана з новими тенденціями в сучасній лінгвістиці в цілому і, як здається, має пряме відношення до когнітивних процесів, що відбуваються в мові.

Термін «медіалінгвістика» був запропонований Т.Г. Добросклонською і відображає ті тенденції, які спостерігаються в різнобічних дослідженнях і дозволяють окреслити коло проблем, пов'язаних з цією областю мови.

Т.Г. Добросклонська пропонує «концепцію медіатексту як багатошарового, багаторівневого явища, що реалізується в діалектичній єдності мовних і медійних ознак, і пріоритетний аналіз синтагматики як такого рівня опису, на якому в найбільш повній формі виражені всі основні властивості текстів масової інформації» [2].

Генезис слова «медіа» (від лат. «Media», «medium» – засіб, спосіб, посередник) дозволяє називати медіатекстом будь-який носій інформації, в тому числі традиційні книги, твори мистецтва або сучасні феномени технічного прогресу. Однак в якості узагальнюючого терміна медіатекст закріпився саме за текстами, що функціонують в масовій комунікації. Що ж стосується обсягу поняття «медіатекст», то його також слід обмежити, оскільки все, що медіатизується, втягується в сферу засобів масової інформації, цілком уживається в рамках цього поняття. Разом з тим свою пояснювальну силу термін знаходить при

розумінні медіатексту як сукупного творчого продукту трьох соціальних інститутів: журналістики, PR і реклами. В даний час медіатекст набув статусу базової категорії в нових напрямках лінгвістичної, філософської, журналістської, педагогічної наук – медіалінгвістиці, медіастилістиці, медіакультури, медіакритиці, медіаосвіті тощо [4].

Провідними ознаками медіатекстів можна вважати медійність (детермінація тексту форматними і технічними можливостями каналу), семіотичну інтегративність тексту (об'єднання в єдине комунікативне ціле різних семіотичних кодів), масовість (як в сфері створення, так і в сфері споживання медіапродуктів), відкритість тексту на змістовно-смысловому, композиційно-структурному і знаковому рівнях (масмедійна інтертекстуальність, в широкому розумінні терміну) [4].

Дотримуючись моделей комунікації, в основу виділення типів медіатекстів можна закласти такі категорії:

- канал поширення – преса, радіо, телебачення, Інтернет;
- інституційний тип тексту: журналістський, рекламний, PR-текст;
- типологічні характеристики видань/каналів;
- адресант (автор, виробник тексту) – соціальний/приватний, відповідно до чого в тексті формується авторська модальність (об'єктивне або суб'єктивне ставлення до дійсності);
- адресат (аудиторія) – масовий/спеціалізований;
- поводження (текст) – функціонально-жанрова і стилістична класифікація текстів трьох соціальних інститутів масової комунікації;
- код (мова) – вербальні, невербальні, вербально-невербальні типи текстів;
- тематична домінанта, що формує національний медіаландшафт [3].

Текстами засобів масової інформації є саме дискурс, вони завжди динамічні і сучасні, вони сприймаються учасниками комунікації в контексті подій, що відбуваються. Як відомо, матеріали, що стосуються цього регістру мови, являють собою «сплав» всього спектра функціональних стилів мови, в них функція повідомлення реалізується в тій же мірі, що і функція впливу, для чого використовується весь набір наявних у розпорядженні мови засобів. Саме тому матеріали засобів масової інформації цікаві з точки зору як загальних способів їх організації, так і приватних особливостей, характерних для певних видань. Важливо також осмислити своєрідність текстів засобів масової інформації, їх співвідношення з текстами інших стилів, адже ще недавно вчені відмовлялися надати цьому регістру особливий статус, виділити його характерні риси [1; 217].

Як справедливо зазначають лінгвісти, «мова журналістики є найяскравішим зрізом мови суспільства» [5]. Вона повинна бути яскравою, мати велику силу впливу, у багатьох своїх характеристиках вона близька до розмовної мови. Звичайно ж зрозуміло, що той чи інший

текст виконує певне соціальне замовлення, відображає політичні погляди певних верств суспільства з чіткої позиції і подається інформація [5].

Література:

1. Александрова О.В. Язык средств массовой информации как часть коллективного пространства общества. Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Филологический факультет, Учебное пособие для вузов, М., Альма Матер, 2008. С. 210-220.
2. Добросклонская Т.Г. Теория и методы медиалингвистики (на материале английского языка). М., 2000.
3. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М., 2008.
4. Казак М. Ю. Современные медиатексты: проблемы идентификации, делимитации, типологии. Медиалингвистика. 2014. № 1 (4). С. 65-76. URL: <https://medialing.ru/sovremennye-mediateksty-problemy-identifikacii-delimitacii-tipologii/> (дата звернення: 13.10.2021).
5. Малюга Е.Н. Подходы к изучению вопросительных предложений в англо-американской прессе. М., 2001.

ПРЕПАРУЮЧИ «СХИЗМАТРИЦЮ»: 5 ПИТАНЬ ДО ГОЛОВНОГО ТВОРУ БРЮСА СТЕРЛІНГА

Донець П. М.

*викладач кафедри романо-германської філології
та методики викладання іноземних мов
Міжнародний гуманітарний університет
Науковий керівник: **Ерліхман А. М.**
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри романо-германської філології
та методики викладання іноземних мов
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Рік тому виповнилося 35 років з дня публікації видатного науково-фантастичного роману Б. Стерлінга «Схизматриця». Тоді ми розглянули його та примикаючи до нього оповідання з позиції трансгуманізму і прийшли до висновку, що твір дійсно можна співвідносити зі згаданою доктриною на основі двох причин: 1) присутності в сюжеті транс-і постлюдей, що розвиваються еволюційним шляхом; 2) прямої згадки і апелювання до ідей трансгуманізму, наукового іморталізму