

РОЗДІЛ 4 ЗАГАЛЬНЕ МОВОЗНАВСТВО

УДК 811'42-92

DOI <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.24.1.26>

ДИСКУРСИВНІ ТА ФУНКЦІЙНО-СТИЛЬОВІ ВИМІРИ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ТЕКСТУ ЯК МЕТОДОЛОГІЙНОГО КОНСТРУКТУ

DISCOURSE AND FUNCTIONAL STYLISTIC DIMENSIONS OF THE PUBLICISTIC TEXT GENESIS AS A METHODOLOGICAL CONSTRUCT

Залужна О.О.,

orcid.org/0000-0002-7929-6769

*кандидатка філологічних наук, доцентка,
завідувачка кафедри англійської філології*

Донецького національного університету імені Василя Стуса

Холодюк О.О.,

orcid.org/0000-0002-1434-6606

*студентка II курсу магістратури факультету філології, психології та іноземних мов
Донецького національного університету імені Василя Стуса*

Статтю присвячено дослідженню співвідношення дискурсивних та функційно-стильових вимірів генези та функціонування публіцистичного тексту як методологічного конструкту. Об'єктом дослідження постає публіцистичний текст як ключовий елемент дискурсу та функційного стилю мовлення; предметом вивчення виступає специфіка генези та функціонування публіцистичного тексту в домені дискурсивного та функційно-стильового лінгвістичного аналізу. Успішна реалізація мети передбачає вирішення таких завдань: окреслити поняття «публіцистичний стиль» та «медіадискурс»; розглянути дистинктивні характеристики «функційного стилю» та типові риси його мовної реалізації; дослідити специфіку публіцистичного тексту в рамках дискурсивної парадигми; встановити характер співвідношення та взаємодії між двома вищезокресленими лінгвістичними підходами.

Публіцистичний стиль окреслюється як функційний стиль мовлення, який обслуговує широку сферу суспільних відносин (політичних, економічних, культурних, спортивних тощо) і функціонує в засобах масової інформації (друкованих джерелах та аудіо / відео матеріалах). Дискурс визначається як комунікативний процес, який відбувається між суб'єктом і об'єктом мовлення та формується і функціонує, підпорядковуючись вимогам соціального, культурного, історичного, часового, просторового та інших контекстів.

Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що дискурсивний і функційно-стильовий підходи до лінгвістичного аналізу тексту є дотичними, але не тотожними. Об'єктом наукового дослідження в обох наукових парадигмах виступає текст, який втім розглядається під іншими кутами з акцентом на різних параметрах. Функційно-стильовий підхід передусім має на меті вивчення специфіки функціонування мовних одиниць на різних рівнях (передусім лексичному, граматичному, синтаксичному) в системі функцій, які покликаний виконувати даний текст. В той час як дискурсивний підхід переміщає фокус на комплексну взаємодію контекстів (соціального, культурного, історичного, часового, просторового та ін.), які обумовлюють вибір тих чи інших засобів комунікації (як вербальних, так і паралінгвістичних), покликаних сприяти досягненню комунікативної мети.

Ключові слова: функційний стиль, публіцистичний стиль, медіадискурс, текст, комунікація, конструкт.

The article is devoted to the research of correlation between discourse and functional stylistic dimensions of genesis and functioning of publicistic text as a methodological construct. The object of the research is the publicistic text as a central element of discourse and functional style; the subject is the specific features of genesis and functioning of the publicistic text in the domain of discourse and functional stylistic analysis. The achievement of the goal becomes possible due to the fulfilment of the following tasks: define the notions of 'publicistic style' and 'media discourse'; highlight distinctive characteristics of 'functional style' and typical characteristics of its language representation; study specific features of the publicistic text within discourse paradigm; outline the correlation and interaction between the two linguistic approaches.

Publicistic style is defined as a functional language style which serves wide range of social relations (political, economic, cultural, sports, etc.) and functions in mass media (both printed and audio / video materials). Discourse is interpreted as a communicative process which takes place between subject and object of communication, forms and functions being restricted by requirements and regulations of social, cultural, historical, time, spatial and other contexts.

The analysis allows to state that discourse and functional stylistic approaches to the text linguistic analysis are related but not identical which is predetermined by the fact that the object of the research within both scholarly paradigms is the text which however is viewed from different angles with the emphasis on different parameters. Functional stylistic approach predominantly aims at studying specific features of the publicistic text on different language levels (mainly its vocabulary, grammar, syntax peculiarities) in the system of functions performed by the text. Discourse anal-

ysis in its turn shifts the focus onto the complex correlation of contexts (social, cultural, historical, time, spatial and others) which predetermine the choice of communicative means (both verbal and paralinguistic) aimed at achieving the communicative goal.

Key words: functional style, publicistic style, media discourse, text, communication, construct.

Постановка проблеми та її актуальність.

Різноманітні питання, пов'язані з дослідженням градації та стратифікації мовного континууму, принципами виділення і диференціації одиниць мовної системи, знаходяться в центрі лінгвістичних досліджень вже не одне десятиліття і досі викликають жваву дискусію серед науковців. Однак можна з упевненістю стверджувати, що консенсус із даного питання все ще не досягнений. Загально визнаним є той факт, що дивергенція мовного середовища може вивчатися в функційно-стильовій, дискурсивній, когнітивній та інших площинах, що дозволяє говорити не тільки про системність мови та її багаторівневу організацію, але і про багатовимірність мови як унікального когнітивно-комунікативного феномена в парадигмі соціально-комунікативного існування людини. Дана концепція узгоджується з поглядами на мову Д. Крістала, який розглядає модель мовного середовища у вигляді модульної системи, яруси (levels) якої знаходяться в рівнозначному положенні по відношенню один до одного [1]. Втім, слід зазначити, що ці площини функціонують не паралельно, а перехрещуються і радше відбивають бачення одного і того самого тривимірного об'єкта – мови – під різними кутами.

Дискусійним також залишається питання щодо визначення функційної / дискурсивної приналежності того чи іншого мовного сегмента (тексту). Особливі труднощі в цьому контексті викликає мова засобів масової інформації та комунікації через їхній всеосяжний та всепроникний характер, неоднорідність жанрової структури та різноплановість тематичного наповнення. Результатом такої гетерогенності є численні дослідження, які розглядають мову засобів масової інформації в рамках як функційно-стильового [2; 3], так і дискурсивного підходу [4; 5]. Дане явище певною мірою обумовлене динамічним розвитком наукової парадигми, в результаті чого стає можливим перехід від уявлення про мову як систему функцій до бачення мови як функційної сутності на перетині та у єдності когнітивної та лінгвістичної свідомості мовця, яка є передумовою здатності пізнавати та категоризувати світ для функціонування в ньому як соціально-комунікативної одиниці.

Вивчення співвідношення різноформатних елементів мовного середовища (таких як дискурс і функційний стиль) представляє собою досить

складне, але в той же час актуальне завдання. У зв'язку з цим виникає правомірне запитання про те, чи мають подібні дослідження взаємовключний характер по відношенню одне до одного або ж взаємодоповнюючий.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Дослідження тексту в рамках функційних стилів мовлення має довгу та усталену традицію [2; 6], в той час як дискурсивні дослідження є відносно новим виміром лінгвістичного вивчення тексту [7; 8]. Втім обидва підходи не втрачають своєї актуальності, про що свідчить низка наукових розвідок останніх років, де публіцистичний текст постає як втілення відповідного функційного стилю мовлення [3; 9; 10], так і як об'єкт вивчення окремого типу дискурсу [4; 5; 8; 11].

Співвідношення та характер взаємодії між поняттями «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» неодноразово поставали об'єктом лінгвістичного дослідження (див., наприклад, наукову розвідку А. Д. Белової [2]), проте аналіз наукової літератури за темою демонструє, що існує певна невизначеність щодо меж та наповнення вищезазначених понять.

Дане дослідження спирається з-поміж інших на бачення Г. Кука [12] та Б. Джонстоуна [13], які правомірно вважають, що дискурс-аналіз суттєво виходить за межі функційно-стильового підходу до вивчення тексту і повинен враховувати «контекст» (культурний, історичний, соціальний тощо), в парадигмі якого відбувається процес комунікації.

Постановка завдання. Пропонована наукова розвідка спрямована на встановлення співвідношення дискурсивних та функційно-стильових вимірів генези та функціонування публіцистичного тексту як методологічного конструкту. Об'єктом дослідження постає публіцистичний текст як ключовий елемент дискурсу та функційного стилю мовлення; предметом вивчення виступає специфіка генези та функціонування публіцистичного тексту в домені дискурсивного та функційно-стильового лінгвістичного аналізу. Успішна реалізація мети передбачає вирішення таких завдань: окреслити поняття «публіцистичний стиль» та «медіадискурс»; розглянути дистинктивні характеристики «функційного стилю» та типові риси його мовної реалізації; дослідити специфіку публіцистичного тексту в рамках дискурсивної парадигми; встановити характер спів-

відношення та взаємодії між двома вищеокресленими лінгвістичними підходами.

Виклад основного матеріалу. *Публіцистичний стиль* – це функційний стиль мовлення, який обслуговує широку сферу суспільних відносин (політичних, економічних, культурних, спортивних тощо) і функціонує в засобах масової інформації (друкованих джерелах та аудіо / відео матеріалах).

Базові критерії визначення стильового статусу мови засобів масової інформації містяться в традиційному визначенні стилю, функційного стилю і їхніх базових ознак. Стиль потрактуємо як різновид мови, закріплений у суспільстві за однією з найбільш широких сфер соціального життя, який частково відрізняється від інших різновидів тієї ж мови на всіх її рівнях: фонетичному, лексичному, граматичному, синтаксичному тощо. Функційний стиль визначаємо як різновид літературної мови, де мова виступає в тій чи іншій соціально-значущій сфері, специфіка якої обумовлена особливостями комунікації в даній сфері. Для кожного функційного стилю існує регулярна відтворюваність, передбачуваність вживання певних мовних явищ [14].

Внутрішньо-стильова градація публіцистичного стилю передбачає його поділ на *інформаційний і публіцистичний підстили*, а також виділення чотирьох основних жанрових груп в його ієрархічній структурі: *інформаційної, аналітичної, художньо-публіцистичної і рекламної*. Жанрова різноманітність публіцистичного стилю багато в чому обумовлена процесом взаємопроникнення стилів, у результаті чого дана функційно-стильова одиниця стає певним пунктом конвергенції мовних жанрів. У зв'язку з цим представляється можливим виокремити в кожній групі базові жанри, які утворюють ядро групи, і периферійні, які виникають у ході взаємодії стилів і володіють значною кількістю міжстильових елементів [15].

Функційно-стильовий аналіз публіцистичного тексту передусім передбачає вивчення специфіки функціонування мовних одиниць на різних рівнях в парадигмі функцій, які покликаний виконувати даний текст. Саме тому в рамках функційно-стильового підходу до вивчення публіцистичного тексту серед ознак, властивих даному стилю, з-поміж інших акцентують на поєднанні логічних доказів і полемічного викладу; емоційно-експресивному представленні матеріалу, який містить точні найменування, дати, події, формулювання положень і фактів, думки учасників подій і їхнє позитивне або негативне тлумачення автором; широкому використанні художніх засобів (епітетів, порів-

нянь, метафор, фразеологічних зворотів тощо) [5].

Зазначається, що мова засобів масової інформації, з одного боку, має певну єдність, цілісність, що обумовлено особливостями її використання в сфері масової комунікації, заданістю форм, стійкою тематичною структурою. З іншого боку – характеризується високим ступенем функційно-стильової різноманітності, що відображає універсальність тематики, відкритість і рухливість публіцистичного тексту при його взаємодії з усіма іншими сферами використання мови [10].

Публіцистичний функційний стиль має низку параметрів, які визначають специфіку його реалізації в системі мови: а) він є історично і соціально обумовленою категорією; б) виокремлюється в системі мови на підставі низки факторів, серед яких провідну роль відіграють стильові, змістовні та мовні; в) характеризується сукупністю мовних засобів на всіх рівнях мови; г) може в своїй периферійній зоні перехрещуватися з іншими функційними стилями, але зберігає ядерні домінуючі характеристики; д) є динамічною парадигматичною системою, яка припускає подальше стратифікування на підсистеми.

Як було зазначено раніше, дана наукова розвідка поділяє думку, що дискурсивний підхід до вивчення публіцистичного тексту репрезентує значно ширший погляд на текст як на соціально-комунікативну одиницю.

Аналізуючи різні підходи до розуміння сутності дискурсу, систематизуючи сфери його реалізації, необхідно виділити базові координати визначення дискурсу. *Дискурс* визначаємо як комунікативний процес, який відбувається між суб'єктом і об'єктом мовлення та формується і функціонує, підпорядковуючись вимогам соціального, культурного, історичного, часового, просторового та інших контекстів.

Наслідуючи ідеї М. Л. Макарова, виокремлюємо наступні потрактування дискурсу: формальне (розуміння дискурсу як утворення вище рівня речення), функційне (широке розуміння дискурсу як уживання мови; вузьке розуміння – як цілісної сукупності функційно організованих, контекстуалізованих одиниць уживання мови), ситуативні інтерпретації (психологічний, соціальний, культурний тощо) [11, с. 36].

На особливу увагу в цьому контексті, з нашої точки зору, заслуговує розподіл на *полідискурс* і *метадискурс*. Так, у порівнянні з дискурсом у вузькому розумінні сфера діяльності полідискурсу перетинається з іншими типами дискурсу, оскільки «полідискурс є набором дискурсів, який відтворює себе у необмеженій кількості тек-

стів, об'єднаних спільною сферою застосування і специфічною ідеологією» [6, с. 272] (наприклад, функціонування дискурсу засобів масової інформації перетинається з рекламним, політичним, діловим і т.д.). Метадискурс, який розглядається як «гібридна сукупність дискурсивних параметрів, яка є інваріантним для деяких типів тексту, які функціонують у різних комунікативних сферах» [6, с. 278], реалізується за допомогою інших типів дискурсу (наприклад, аргументативного, риторичного, публічного, персуазивного). Так, наприклад, аргументативний дискурс розглядається як «соціальна дія, яка виконується користувачами мови в процесі спілкування один з одним в соціальних ситуаціях, які вимагають переконання одного з учасників комунікації в чомусь, і проваджувана в рамках того чи іншого суспільства і культури в цілому» [16, с. 347].

Дискурсивні дослідження функціонують на перетині соціолінгвістики, лінгвістичної прагматики, когнітивної лінгвістики, теорії тексту тощо. У межах соціолінгвістичного підходу дискурс розглядається як спілкування з позицій приналежності комунікантів до тієї або іншої соціальної групи або стосовно тієї чи іншої мовно-поведінкової ситуації, вербальна форма соціальної поведінки, комунікативний відрізок, модель переходу усної форми спілкування в письмову, соціально детермінований тип зв'язку між ціннісним змістом і регулярно відтворюваним і відносно сталими комунікативними ситуаціями.

У лінгвокультурній концептології дискурс розглядають як метаконцепт, сформований у свідомості носіїв мови, яким наочно-асоціативне уявлення про спілкування в певній ситуації, або як сукупність концептів; це складне, багатопланове утворення, яке складається з логіко-понятійних блоків, концептуалізованих різних фрагментів тієї чи іншої сфери комунікації, «мовомислення», занурене в життя; в рамках функціонального підходу дискурс – це комунікативне явище, безпосередньо текст або мова в дії в сукупності з екстралінгвальними факторами, когнітивними елементами; мова в її постійному русі, яка вбирає в себе різноманіття історичної епохи, індивідуальні та соціальні особливості комуніканта і комунікативної ситуації; це «поле», в якому мовомислення / комунікативна діяльність переростає в діяльність соціальну [14].

Крім того, важливим постає питання розмежування термінів *публіцистичний стиль мовлення*, *публіцистичний дискурс*, *медіа-дискурс*. Вважаємо, що в межах даної наукової розвідки з огляду на сучасні досягнення лінгвістичної

науки варто розрізняти публіцистичний стиль мовлення та медіадискурс. На нашу думку, термін *публіцистичний* значною мірою відбиває передусім характеристики публіцистичного тексту в рамках його приналежності до функційного стилю мовлення, адже передбачає фокусування на специфічних мовленнєвих рисах тексту. В колі дискурсивних досліджень, з іншого боку, зазначений термін не повною мірою відображає сутність дискурсу, як комплексної взаємодії контекстів (див. визначення вище) в парадигмі яких функціонує текст.

Комплексну та всеохоплюючу сутність медіадискурсу можна проілюструвати за допомогою низки ознак, які в своєму дослідженні виокремлює М. Р. Желтухіна (пор. з параметрами, які визначають публіцистичний функційний стиль, див. вище): а) публічність (відкритість, орієнтація на масового адресата); б) групова співвіднесеність (адресант поділяє погляди своєї групи); в) інформаційна всеосяжність; г) важливе місце в геокультурній частині світу; д) полемічна орієнтація (створення протиріччя з подальшою дискусією); е) інсценування та масова спрямованість (вплив на кілька груп одночасно) [17].

Дослідження мови засобів масової інформації в дискурсивній парадигмі підкреслює динамічний характер досліджуваних текстів. Треба зазначити, що згідно соціолінгвістичної класифікації медіадискурс є видом інституційного дискурсу, який підрозділяється на дві групи в залежності від каналу передачі інформації: дискурс друкованих засобів масової інформації (преса і письмовий різновид відповідних інформаційних інтернет-видань) і дискурс усних інформаційних повідомлень на телебаченні, радіо, в Інтернеті.

На необхідності розмежовувати усний і письмовий медіадискурс не раз наголошували дослідники даного питання, які, з одного боку, відзначали принципово різний характер структурної організації різноманітного медіа-матеріалу всередині цих дискурсивних різновидів, а з іншого – вказували на тенденцію до взаємопроникнення елементів даних підвидів.

Серед соціально-когнітивних характеристик медіадискурсу друкованих засобів масової інформації крім інституціонального представляється можливим виділити конвенціональність, ідеологічність, оцінність, селективність та інтертекстуальність, яка в даному випадку корелює з поняттям інтердискурсивності.

Значущою рисою медіадискурсу друкованих засобів масової інформації є те, що він відображає комунікативні та когнітивні установки

учасників комунікації. При цьому комунікативні установки автора тексту в рамках даного дискурсу спрямовані в першу чергу на максимально можливий мовний вплив (який може приймати форму мовної маніпуляції) на тлі показової інформативності повідомлення. Співвідношення та розподіл фактуальної та емоційної інформації в дискурсі друкованих засобів масової інформації варіюється в рамках жанрових груп: інформаційної, аналітичної, публіцистичної, рекламної, розважальної тощо.

Висновки. Аналіз дискурсивного та функційно-стильового вимірів публіцистичного тексту як методологічного конструкту дозволяє стверджувати, що ці два підходи до лінгвістичного аналізу є дотичними, але не тотожними. Об'єктом наукового дослідження в обох наукових парадигмах виступає текст, який втім розглядається під іншими кутами з акцентом на різних пара-

метрах. Функційно-стильовий підхід передусім має на меті вивчення специфіки функціонування мовних одиниць на різних рівнях (передусім лексичному, граматичному, синтаксичному) в системі функцій, які покликаний виконувати даний текст. В той час як дискурсивний підхід переміщає фокус на комплексну взаємодію контекстів (соціального, культурного, історичного, часового, просторового та ін.), які обумовлюють вибір тих чи інших засобів комунікації (як вербальних, так і паралінгвістичних), покликаних сприяти досягненню комунікативної мети.

Отримані результати можуть сприяти подальшому поглибленому вивченню кореляції між дискурсивним та функційно-стильовим аналізом публіцистичного тексту, а також мовознавчим дискусіям щодо статусу, меж, інструментарію, системно-парадигматичних відношень тощо зазначених лінгвістичних підходів до вивчення тексту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Crystal D. David Crystal's Introduction to Language. A Complete Course. Routledge, 2011.
2. Белова А. Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці. *Іноземна філологія*. 2002. Вип. 32–33. С. 11–14.
3. Зайцева В. В. Про жанрову своєрідність газетної мови. *Український смисл*. 2015. С. 39–48.
4. Шкрібляк М. П., Бялик В. Д. Загальна характеристика публіцистичного дискурсу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Германістика та міжкультурна комунікація*. 2020. Вип. 1. С. 70–74.
5. Хант Г., Розумна К. Лексичні та стилістичні особливості сучасного англійсько- та німецькомовного публіцистичного дискурсу. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Філологія*. 2019. Вип. 1(41). С. 174–180.
6. Демьянков В. З. Доминирующие лингвистические теории в конце XX века. *Язык и наука конца XX века*. М.: Ин-т языкознания РАН, 1995. С. 239–320.
7. Крисанова Т. А. Функціональний стиль VS дискурс. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2016. № 62. С. 188–190.
8. The Handbook of Discourse Analysis. [Tannen D., Hamilton H. E., Schiffrin D. eds.]. Second edition. 2015. 952 p.
9. Алексеев А. Я. Сопоставительная стилистика: учебное пособие. Днепропетровск: НГУ, 2012. 470 с.
10. Бойчук К. В. Мова газетних текстів як засіб впливу на читача. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2009. Вип. 11. С. 135–139.
11. Макаров М. Л. Основы теории дискурса. М.: Гнозис, 2003. 280 с.
12. Cook G. Discourse Analysis. *The Routledge Handbook of Applied Linguistics / Ed. by James Simpson*. London-N.Y.: Routledge, 2011. P. 431–444.
13. Johnstone B. Discourse Analysis (2nd ed.). Malden, MA: Blackwell, 2008. 310 p.
14. Гукетлова А. Х. О когнитивно-семантическом описании компаративных кластеров в английском языке. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота, 2018. № 6 (84). Ч. 1. С. 75–79.
15. Гонтаренко А. С. Англомовні газетні заголовки та їх переклад українською мовою. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія «Філологічна». 2014. Вип. 45. С. 217–219.
16. Гукетлова А. Х. О семантике маркеров компаративных кластеров в английском языке. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. Тамбов: Грамота, 2018. № 4(82): в 3-х ч. Ч. 1. С. 346–351.
17. Желтухина М. Р. О содержании дискурса масс-медиа. *Вісник Луганського педагогічного університету імені Тараса Шевченка*. Луганськ, 2007. № 11 (128). Ч. 1. С. 27–40.