

## Вивчення мови засобів масової інформації як проблема функціональної стилістики

Системне вивчення мови засобів масової інформації розпочалося в 60-ті роки, з початком активізації лінгвостилістичних досліджень. Саме в цей час формується усвідомлення того, що всебічне вивчення різних форм існування та функціонування мови неможливе без ґрунтовного аналізу мови преси, радіо, телебачення. “Однією з баз стилістики мовлення, – зазначав В. Виноградов, – є мова масової комунікації. Масова комунікація, яка завдячує своїм розвитком у сучасному суспільстві рядові технічних завоювань, широко відображає складні форми мовленнєвого спілкування і взаємодії та структурні своєрідності того суспільства, в якому вона здійснюється” (1963:29).

Активний розвиток масово-комунікативних процесів у сучасному світі позначався на багатьох уявленнях мовознавчої науки і змушував пильніше приглядатися до реальної мовленнєвої діяльності. Все більший інтерес науковців викликали форми існування мови в їх соціальній зумовленості, зв'язки мови із соціальними процесами та їх відображення в мовній структурі. “Радіо і телебачення – писав О. Леонтьєв, – багато в чому є специфічними процесами спілкування. Та цю специфіку належно можна розкрити у разі, якщо будемо постійно проектувати на наше дослідження радіо – і телевізійного мовлення те, що ми знаємо про спілкування загалом та про інші його види; якщо будемо широко використовувати при вивченні радіо – і телевізійного мовлення поняття та методи,

вироблені психологічною та соціологічною наукою” (1974:49). Масова комунікація стає об’єктом дослідження дисциплін, що з’явилися на сучасному етапі розвитку науки. Мовленнєвому спілкуванню в умовах радіо і телевізії приділяється пильна увага в працях соціолінгвістів, психолінгвістів, семиотиків (див.: Предмет семиотики 1975; Психолінгвистические проблемы 1974; Трескова 1982; Язык и массовая коммуникация 1984).

Водночас посилюється інтерес до мовних проблем масової комунікації. З’являються роботи, в яких з позицій сучасної лінгвістики досліджуються питання стилю, структури, культури мовлення газети, радіо, телебачення (Аврорин 1975; Вакуров 1978; Васильева 1982; Костомаров 1974; Научно-техническая революция 1977; Светлана 1976. Стилистика 1981; Язык и стиль 1980). Робляться спроби визначити місце радійного та телевізійного мовлення в системі ФС, окреслюються загальні ознаки мікрофонного мовлення (Баранник 1967; 1967<sup>а</sup>; 1978).

У статтях Д.Баранника (1967), І.Білодіда (1977), В.Костомарова (1974) обґрунтовується необхідність виділення мови засобів масової комунікації в окремий функціональний різновид – стиль масової інформації. Найбільш чітко та аргументовано ця позиція викладена Д.Баранником у відповідних розділах колективної монографії “Науково-технічний прогрес і мова” (К., 1978) та книги “Сучасна українська літературна мова: Стилистика” (К., 1973). Автор зазначає, що “в українській мові, як і в інших розвинених мовах, сформувався і має вже чітко окреслені риси інформаційний стиль. Спочатку він існував у двох ситуативних різновидах: газетному (писемна форма) і аудиторному (усна форма). З появою радіо і телебачення

розвинувся також мікрофонний, або радіо—телевізійний, різновид інформаційного стилю, який теж належить до усних форм” (Баранник 1978: 114).

Вельми перспективною для осмислення всієї системи ФС сучасної української мови стала теза про те, що стилі усного мовлення є співвідносними з відповідними стилями писемного мовлення і протиставляються їм не як функціональні, а насамперед як матеріально—ситуативні різновиди ( див.: Сучасна українська літературна мова : Стилістика 1973). Адже насправді, при всій важливості матеріально—ситуативних чинників, вони все ж не визначають провідних функціонально—стилістичних рис мовлення, але сприяють ( або перешкоджають ) реалізації тієї чи іншої комунікативної мети.

Інформаційний стиль мови функціонує виключно в сфері масової комунікації ( МК). Умови, ситуативні параметри МК багато в чому зумовлюють лінгвостилістичні особливості інформаційних текстів, тому цілком доцільним є з’ясування тих характеристик, які у певний спосіб визначають ці особливості.

У науці термін “ масова комунікація ” дістав більш—менш стале визначення. Найчастіше під цим поняттям розуміють “ процес поширення інформації ( знань, духовних цінностей, моральних і правових норм і т. п.) за допомогою технічних засобів ( преса, радіо, кінематограф, телевізія ) на кількісно великі, роззосереджені аудиторії ” ( Філософський словарь 1970:204). За цією дефініцією, суттю МК є поширення інформації. Однак необхідно зазначити, що ставити собі за мету власне інформування масової аудиторії про ті чи інші факти можуть лише вільні, незалежні преса, радіо, телебачення. В умовах щільного контролю та економічної залежності від державних і політичних

структур засоби МК перетворюються на знаряддя пропаганди певних доктрин, поширення викривленої, тенденційної інформації. У свій час підрадянська наука, з одного боку, виконуюючи певне ідеологічне замовлення, а з іншого – відбиваючи реальності життя, якраз і розглядала МК насамперед як знаряддя пропаганди. Зазначені обставини повинні братися до уваги при дослідженні праць, у яких зокрема розглядалися мовностилістичні процеси у сфері МК.

Інше застереження стосується технологічного аспекту розглядуваної проблеми. Слід зауважити, що не всі процеси передачі інформації, що здійснюються за допомогою технічних засобів, включаються до поняття МК. Такі їх різновиди, як телефон, телеграф, телефакс, телетайп, не можна вважати засобами МК принаймі з двох причин. 1) вони не мають ознаки масовості охоплення адресатів. 2) зміст повідомлень, що передаються через названі пристрої, частіше позбавлений універсальності. Таким чином, МК забезпечується не лише відповідними засобами створення, передачі та прийому інформаційних текстів, але й спеціальними інституціями, що здійснюють збір та обробку соціально важливого характеру.

Як одна з форм спілкування, МК має ряд особливостей, серед яких найбільш помітно є відсутність сталого зворотнього зв'язку в межах актуального комунікативного акта. Зворотній зв'язок – природний постійний елемент мовної комунікації – в умовах МК практично відсутній. Робота контактних телефонів під час радіо – і телепередач та листи читачів до газет проблеми повноцінного контакту з аудиторією не вирішують. У практиці журналістської роботи виробилися певні прийоми мовного характеру, що дозволяють деякою мірою компенсувати цю ваду комунікативної схеми МК. У першу чергу, мається на увазі

прийом ідеологізації мовлення, який успішно використовується на радіо і телебаченні.

Суттєвою рисою МК є також і те, що вона належить до ретіальних комунікативних процесів, тобто такого способу передачі інформації, коли повідомлення адресується кількісно та якісно невизначеному адресатові. Однак при цьому, очевидно, слід враховувати, що "масова комунікація як процес сприйняття та оцінки знакової продукції, будучи ретіальною за способом свого існування, реалізується лише як аксіальна за способом свого сприйняття та оцінки, тобто, іншими словами, реалізується як текст, спрямований на певного (-их) індивіда (-ів)" (Сорокин 1985: 50).

Як бачимо, дослідження соціолінгвістичних та психолінгвістичних аспектів МК створює необхідну наукову базу для глибокого аналізу власне мовних особливостей МК-текстів. Адже без урахування генетичної природи та функціонального призначення певного тексту важко, а то й неможливо, провести системне дослідження його структурних ознак. Саме в інтегруванні зусиль соціолінгвістики, психолінгвістики, функціональної стилістики і полягає, напевно, перспектива подальшого вивчення процесів, пов'язаних з функціонуванням мови в складній і надзвичайно важливій сфері масової комунікації.

## ЛІТЕРАТУРА

*Аврорин В.В.* Проблемы изучения функциональной стороны языка. – Л.: Наука, 1975. – 276 с.

*Баранник Д.Х.* Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації /

/ Мовознавство. – 1983. – № 6. – С. 13–17.

*Баранник Д.Х.* До питання про "інформаційний" стиль мови // Мовознавство. – 1967. – № 1. – С. 3–10.

*Баранник Д.Х.* Коментарний стиль усного літературного мовлення /

/ Мовознавство. – 1969. – № 4. – С. 66–74.

*Баранник Д.Х.* Мікрофонні різновиди усного літературного мовлення: Особливості структури /

/ Українське усне літературне мовлення. – К.: Наук. думка, 1967<sup>a</sup>. – С. 47–55.

*Баранник Д.Х.* Стильові різновиди мови радіо і телебачення // Науково-технічний прогрес і мова. – К.: Наук. думка, 1978. – С. 110–118.

*Вакуров В.Н. и др.* Стилистика газетных жанров. – М.: Высш.шк., 1978. – 183 с.

*Васильева А.Н.* Газетно-публицистический стиль. – М.: Рус. Яз., 1982. – 200 с.

*Виноградов В.В.* Стилистика. Теория политической речи. Поэтика. – М.: Наука, 1963. – 255 с.

*Волков А.Г.* Семиотика в системе средств массовых коммуникаций // Материалы научного семинара “Семиотика средств массовой коммуникации”. – М.: Изд-во МГУ, 1973. – Ч.1. – С. 11-16.

*Кайда Л.Г.* Эффективность публицистического текста. – М.: Изд-во МГУ, 1989. – 183 с.

*Костомаров В.Г.* Русский язык на газетной полосе. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – 267 с.

*Мова. Людина. Суспільство.* – К.: Наук. думка, 1977. – 268 с.

*Мова сучасної масово-політичної інформації.* – К.: Наук. думка, 1979. – 251 с.

*Научно-техническая революция и функционирование языков мира.* – М.: Наука, 1977. – 270 с.

*Особенности мови і стилю засобів масової інформації.* – К.: Вища шк., 1983.

*Предмет семиотики: Теоретические и практические проблемы взаимодействия средств массовых коммуникаций.* – М.: Изд-во МГУ, 1975. – 406 с.

Психолингвистические проблемы массовой коммуникации. – М.: Наука, 1974.-147 с.

Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации.– М.: Наука, 1990.-136 с.

*Рождественский Ю.В.* О семантических особенностях текстов массовой коммуникации // Материалы научного семинара “Семиотика средств массовой коммуникации”. – М.: Изд-во МГУ, 1973.–Ч.1. -С.209-293.

*Роцин С.К.* Психология и журналистика.– М.: Наука, 1989.– 192 с.

*Светлана С.В.* Телевизионная речь: Функции и структура.– М.: Изд-во МГУ, 1976.– 152 с.

*Сорокин Ю.А.* Психолингвистические аспекты изучения текста.– М.: Наука, 1985. – 168 с.

Стилистика газетных жанров.– М.: Изд-во Мгу, 1981.-230 с.

Стилистика русского языка: Жанрово-коммуникативный аспект стилистики текста. - М.: 1987.- 240 с.

Сучасна українська літературна мова: Стилiстика. – К.: Наук. думка , 1973.

*Трескова С.И.* Социолингвистические проблемы массовой коммуникации. – М.: Наука, 1982. – 152 с.

Философский словарь.– М.: Политиздат, 1970.

Язык и массовая коммуникация.– М.: Наука, 1984.-276 с.

Язык и стиль средств массовой информации и пропаганды.– М.: Изд-во Мгу, 1980. -256 с.