

Сидор А. Р.,*викладач кафедри іноземних мов
Національного університету «Львівська політехніка»***Нанівський Р. С.,***викладач кафедри іноземних мов
Національного університету «Львівська політехніка»*

НОМІНАЦІЯ ВИБОРНОСТІ В ТЕКСТАХ АНГЛОМОВНИХ НОВИН БІ-БІ-СІ

Анотація. У статті досліджуються специфічні риси відображення номінації виборності в текстах англomовних інтернет-новин Бі-Бі-Сі. Вивчення медіа-дискурсу дає змогу визначити особливості мислення окремих доповідачів і груп людей, які є споживачами певних засобів масової інформації, а також методи впливу на аудиторію. З іншого боку, сучасний медіа-дискурс – це сфера функціонування мови, в якій спостерігається інтенсивний розвиток і стійка тенденція до нових трансформаційних процесів. У статті досліджено особливості медіа-дискурсу та інтернет-дискурсу, проаналізовано Бі-Бі-Сі як своєрідний інтернет-дискурс, досліджено особливості номінації виборності в англomовних інтернет-ЗМІ Бі-Бі-Сі. Специфіка впливу політичної комунікації на процес трансформації політичних цінностей полягає у трансформації тлумачень соціальних цінностей під час їх екстраполяції на політичну сферу. Під час політичної комунікації відбувається виникнення та затвердження певної інтерпретації тієї чи іншої соціальної цінності. Тлумачення соціальних цінностей у процесі їх екстраполяції на політичну сферу зазнає трансформації. На поведінку людей під час виборчих кампаній впливають переважно не політичні явища та процеси, а інформація про них, певним чином сприйнята та інтерпретована. Політична комунікація сприяє взаємному впливу політичних цінностей окремої країни та універсальних цінностей глобалізованого світу. Медіа-дискурс функціонує в медіапросторі і є складно структурованою системою мовної та технічної взаємодії. Окрім самого твердження, учасників мовленнєвого акту, каналу спілкування, він також поєднує велику кількість позамовних інтегральних компонентів, без яких він не може функціонувати. Типи медіа-дискурсу класифікуються за комунікативною функцією, яку вони виконують, а також за каналами реалізації. У типології медіа-дискурсу використовуються підходи загальної теорії дискурсного аналізу, а також соціокультурного, мовного, когнітивного, прагматичного. Відкритість як головна характерна риса дискурсу служить стримуючим фактором єдиної чіткої класифікації медіа-дискурсу та забезпечує простір для подальших наукових досліджень систематики цього явища.

Ключові слова: номінація, вибори, дискурс засобів масової інформації, інтернет-новини, Бі-Бі-Сі.

Постановка проблеми. Представлення дискурсу виборності провідними засобами масової інформації є базовим для відображення суспільної позиції та слугує інструментом формування громадської думки. Тема номінації виборності досить суперечлива і вимагає детального вивчення лінгвістами та полі-

тологами. Менталітет країни, яка є засновником засобів масової інформації або місцем її тимчасового розміщення, впливає на специфіку презентації та подання найсуперечливіших питань, пов'язаних із виборами: право висловлювати думки, відповідність поведінки політичних лідерів соціально прийнятним стандартам. Фактично це часто призводить до диспропорції між громадською думкою та позицією популярних ЗМІ.

Британська телерадіомовна корпорація Бі-Бі-Сі є найбільшою телерадіокомпанією у світі. За час свого існування з 1922 року вона сформувала репутацію надійного джерела інформації. Вибори та все, що пов'язано з цією темою, завжди викликало інтерес у читачів, глядачів і слухачів. Бі-Бі-Сі має свою специфіку у відображенні теми виборів у блоках новин.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Враховуючи популярність Інтернету, інтерес мовознавців до цього явища стає очевидним. Наприклад, досліджуються лінгвокультурна (О.В. Лутовинова) та гендерна специфіка (А.Н. Гайфулліна, О.І. Горошко, Л.Ф. Компанцева) інтернет-дискурсу, його жанрових форматів (К.Ю. Распопіна, Л.В. Самойленко, О.О. Землякова, С.В. Заборовська, С.А. Матвеева, С.С. Данилюк, О.М. Галічкіна) та лінгвістичне оформлення (Н.О. Ахренова, А.Г. Аврамова). Розглядаються такі основні поняття інтернет-комунікації, як гіпертекст (О.С. Клочкова, С.О. Стройков, Н.В. Коломієць, О.М. Галічкіна), віртуальний комунікативний простір (Н.Г. Асмус), мовна особистість віртуального комуніканта (Н.Г. Асмус, М.С. Рижков) тощо.

Однак аналізована література не охоплює адекватно всіх аспектів напряму досліджень. Тому для детальнішого аналізу проблемної галузі дослідження була обрана така тема роботи.

Мета статті – охарактеризувати специфічні особливості відбору номінації виборності в текстах англomовних онлайн-новин Бі-Бі-Сі.

Для виконання зазначеної мети дослідження були поставлені такі завдання:

1. Охарактеризувати особливості медіа-дискурсу.
2. Визначити характеристики інтернет-дискурсу.
3. Проаналізувати Бі-Бі-Сі як своєрідний інтернет-дискурс.
4. Дослідити особливості номінації виборності в англomовних інтернет-ЗМІ Бі-Бі-Сі.

Виклад основного матеріалу. Реагуючи на будь-які інноваційні процеси, що відбуваються в суспільстві, медійний дискурс вказує на розвиток суспільства, його позитивні та негативні зміни за певний період.

В аспекті функціонального підходу критеріями визначення видів дискурсу є соціально значущі сфери спілкування та мовленнєвої практики, такі як наука, освіта, політика, медицина, засоби масової інформації. У цьому разі медіа-дискурс можна розглядати як сукупність текстів, які функціонують у сфері масової комунікації [1, с. 182].

Отже, значення медіа-дискурсу як потужного і популярного сьогоденні засобу комунікативної дії, наявність численних підходів до трактування цього терміна у науковому середовищі дають змогу охарактеризувати його змістові, структурні та функціональні риси.

Поняття, знаки, види медіа-дискурсу. Медіа-дискурс – це функціонально зумовлений тип дискурсу, сукупність процесів і продуктів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації у всій їхній різноманітності та складності їхньої взаємодії [1, с. 182]. Цей термін розглядається як тематично орієнтована, соціокультурно зумовлена мовленнєва діяльність у медіа-просторі [2, с. 16]. Медіа-дискурс також трактується як ієрархічно організований, багаторівневий комплекс текстів, в якому тексти меншого структурного та змістового обсягу включаються у більші обсяги тексту (преса, радіо, телебачення, Інтернет) [3, с. 138].

Основними ознаками медіа-дискурсу є групові кореляції (адресат поділяє погляди своєї групи); публічність (відкритість та орієнтація на публіку); гідна орієнтація (суперечність із наступною дискусією); постановочна та масова орієнтація, що передбачає одночасний вплив на кілька груп [4, с. 27–40].

Важливим принципом медіа-дискурсу є також його орієнтація на адресата. Адресат повинен враховувати велику кількість компонентів статусу адресата (вік, стать, професійні, соціальні, культурні та інші фактори), які допомагають уточнити та доповнити поняття «фактор призначення». Конкретний адресат, його картина світу та мовна свідомість керуються деякими засобами масової інформації. Отже, аудиторія поєднує однакові очікування щодо форми та змісту комунікативних дій [5, с. 209].

Повсюдність засобів масової інформації захопила життя кожної людини та суспільства загалом: теперішня реальність невіддільна від медіапростору.

Є такі типи медіа-дискурсу, як публіцистичний, рекламний та PR-дискурс. Щодо журналістського дискурсу, то він визначається як своєрідний інформаційно-орієнтаційний та інституціональний дискурс, який реалізується за допомогою масової комунікації та передбачає усвідомлену та чітко виражену фактичну позицію автора [6, с. 4]. Інформація, отримана каналами журналістського дискурсу, сприяє формуванню в суспільній свідомості політичної, мовної, наукової, найвної картини світу [5, с. 30].

Якщо говорити про класифікацію типів медіа-дискурсу за каналами реалізації, то, відповідно до переважаючих специфічних засобів комунікативного впливу – візуального, аудіо- та аудіовізуального, розрізняють телевізійний, радіо- та комп'ютерний дискурси. Телевізійні та радіодискурси вважаються розслаблюючими та неофіційними [7].

Автори телебачення та радіо створюють вагомий образ живої мови. Доповідач (диктор) і глядач (слухач) перебувають у різних просторах і часі, вони не можуть налаштувати сказане і почуте (наприклад, поставити запитання). Швидкість подання (відбору) інформації не залежить від глядача (слухача).

Статус оратора – офіційний, глядач (слухач) – неофіційний. Комп'ютерний дискурс може бути як особистісно-орієнтованим (спілкування електронною поштою), так і статусно-орієнтованим (конференції, присвячені різним темам: політиці, спорту, медицині, науці тощо). Він характеризується різноманітністю тематики мовлення та мінливістю використовуваних мовних засобів [8, с. 138].

Усі дослідницькі завдання вирішуються через призму дискурсивного підходу, методологічним принципом якого є антропоцентризм – евристичний принцип розгляду мови і мовлення у зв'язку з мисленням людини, що відображає її внутрішній стан, людський, національний і культурні, соціальні цінності [5, с. 47].

Ю.С. Степанов наголошує, що дискурс – це «мова в мовленні», представлена у формі особливої соціальної ідентичності. Дискурс насправді не існує у формі своєї «граматики» та «лексикону». Дискурс є насамперед і головним чином у текстах, але таких, що породжують особливу граматику, спеціальну лексику, особливі правила вживання та синтаксису, особливу семантику і нарешті – особливий світ. Це «можливий (альтернативний) світ» [9, с. 95]. Одним із таких альтернативних світів є світ Інтернету.

Активний розвиток проблем комунікації, опосередкований каналом електронних інформаційних технологій, та відсутність загальної термінології для вищезазначених досліджень у лінгвістиці вимагають з'ясування змісту та розмежування таких понять, як «віртуальний дискурс», «комп'ютерний дискурс», «електронний дискурс», «мережевий дискурс» та «інтернет-дискурс» [10].

Терміни «комп'ютерний дискурс» та «електронний дискурс» є абсолютними синонімами, оскільки вони означають спілкування через комп'ютер. «Інтернет-дискурс» розуміється як комунікація в глобальній мережі та є різновидом мережевого дискурсу, який, крім спілкування в Інтернеті, включає і спілкування в інших, зокрема локальних, мережах. Отже, ці типи дискурсу перебувають у гіпергіпомічних відносинах, де канал зв'язку визначає, що комп'ютерний (електронний) дискурс виступає як гіперономізм і комунікативне середовище. Такої моносемантики між комп'ютером і віртуальним дискурсом не існує. Віртуальний дискурс розуміється вужчим, ніж комп'ютерний, оскільки останній – це не просто спілкування з комп'ютером, а й спілкування людини з комп'ютером. Крім того, комп'ютерний дискурс характеризується прямим контактом комунікаторів, що неможливо у віртуальному спілкуванні, де партнер із комунікації багато в чому задуманий нашою свідомістю. З іншого боку, віртуальний дискурс трактується ширше, ніж комп'ютерний, оскільки спілкування у віртуальній реальності створюється за допомогою не тільки комп'ютера, але й інших засобів комунікації [5].

У сучасній лінгвістиці інтернет-дискурс трактується по-різному. Це розуміється як:

– когнітивно-комунікативний простір глобальної мережі, в якому засоби електронного каналу передачі даних і гіпертекстуальний механізм їх структурування та маршрутизації за допомогою (пара) вербальних засобів забезпечують комунікативну взаємодію, яка характеризується заміною реального образу із винайденим;

– текст, що є в системі Інтернет і в якому переконлива комунікативна установка неявно відображає суб'єктивно-осо-

бістісну авторську позицію, змодельовану психологічними, мовними та технологічними чинниками [4];

– процес створення текстів разом із прагмалінгвістичними, соціокультурними, психологічними чинниками; цілеспрямована соціальна дія, яка включає взаємодію людей та механізми їхньої свідомості – пізнавальні процеси [5];

– складна текстова система, спричинена екстралінгвістичними соціокультурними факторами та специфічною ситуацією вступу в мовне спілкування за допомогою комп'ютера та інших електронних пристроїв як користувачів мережі Інтернет, так і користувачів із дискурсивним інтернет-простором [11, с. 3].

У нашому розумінні інтернет-дискурс – це масив електронних, аудіо- та відеотекстів у поєднанні з екстралінгвістичними чинниками, пов'язаними системою гіперпосилання, доступ до якої забезпечує доступ до Інтернету за допомогою комп'ютера або альтернативних мультимедійних пристроїв.

Мовознавство розуміє структуру як узагальнене позначення інваріантних ознак звукової, фонологічної, морфологічної та морфологічної характеристик мови з погляду їх співвідношення між собою, тобто з погляду законів використання одиниць нижчого рівня для проєктування вищих підрозділів; внутрішню організацію мови як семіотичної системи, яка обмежує свободу відтворення її елементів, що виявляється в неоднаковій частоті їх використання, обмежує їх сумісність і породжує надмірність [12, с. 58].

Основними вимогами до організації створення інформації в межах інтернет-дискурсу є чіткість розподілу текстового поля на певні сегменти та забезпечення внутрішніх зв'язків між ними [3, с. 10], що стає можливим завдяки гіпертексту – своєрідному текстовому документу, окремі частини якого пов'язані через гіперпосилання. Основна функція гіперпосилань полягає в тому, щоб включити навігацію через електронний текст [6, с. 8].

Однак гіпертекст як явище існував задовго до епохи Інтернету.

Типовий гіпертекст для мережевого часу – це збірка текстів Біблії. Їх можна читати не лише лінійно, але й нелінійно, дотримуючись порядку асоціативних посилань і паралельних місць, на що явно вказувалося у багатьох виданнях книг Старого та Нового Завітів, тобто гіпертекстуальність [6]. Крім того, гіпертекст включає енциклопедії, довідники, словники тощо, оскільки вони містять посилання на інші тексти. Принципова відмінність електронного гіпертексту від традиційного полягає в тому, що перший вирізняється своєю відкритістю та незавершеністю, що дає змогу учасникам додавати та змінювати вихідний текст [9, с. 79].

Знаки індивідуалізації можуть представлятися власними іменами, які позначають людей і предмети, виділених із низки однорідних [9, с. 91]. Різноманітність власних імен включає в себе адресні імена, що беруть участь у побудові носіїв референта [5, с. 104], та класифікатори, які, називаючи посади, місце роботи, країну, локалізують особу в публічній ієрархії [5, с. 107].

Характеризація презентується загальними назвами, які зображують однорідні предмети [9, с. 91]. Кількісні одиниці презентуються порядковими числівниками як знаки, які виражають поняття кількості та числа [13, с. 46–48].

У текстах новин Бі-Бі-Сі джерела інформації позначаються власними та загальними назвами. Немало випадків іменування джерел за одиницями для позначення кількості людей. Більша

об'єктивність власних імен, які позначають окремі предмети, дає можливість їх ідентифікувати та перевірити правдивість наданої інформації.

Формування ефектів об'єктивності та суб'єктивності під час посилення на політиків і чиновників як джерела інформації зумовлено їхнім статусом, а отже, кількість місць у адресних назвах для найменування державних діячів залежить від їхнього місця в публічній ієрархії.

Ефект суб'єктивності створюється метонімією, заснованою на висуванні цілого замість частини [9, с. 127], підсумовуючи ідентифікацію джерела повідомлення, щоб приховати авторство та поділити відповідальність за сказане серед великої кількості невідновлених осіб.

Іншими номінативними засобами створення ефекту суб'єктивності є невизначені словосполучення та займенники, які вживаються набагато рідше. Суб'єктивність повідомлення забезпечується невиразними фразами, які, уникаючи точності, знижують статус інформаційних ресурсів.

Один із перспективних напрямів – вивчення політичної комунікації в Інтернеті. Відомо, що зміна демографічних характеристик суспільства та поширеність мереж привели до того, що сьогодні найактивніші політичні громадяни розглядають мережі як перше джерело інформації для себе. Політики цього не можуть ігнорувати.

Можливості скандалів демонструють риси ерестичності в електоральній політичній комунікації. Візьмемо, наприклад, скандал з електронним сервером Гілларі Клінтон, з якого був витік конфіденційної інформації під час її роботи на посаді державного секретаря. Сам факт такого скандалу негативно вплинув на її рейтинг в останній тиждень боротьби за крісло в Білому домі.

Згаданих прикладів досить, щоб показати тісний зв'язок різних аспектів політичної комунікації з вивченням медіа-дискурсу.

Висновки. Постулюючи ідею про те, що загалом дискурс не має чітко визначених меж, слід підкреслити, що це відкрита структура, яка характеризується незавершеністю, повторюваністю, динамізмом. Медіа-дискурс, зокрема, завдяки своїй головній меті – відображенню життя суспільства – надає широкі можливості для формування чіткої систематизованої класифікації в мовознавстві.

Науковці встановлюють різні критерії та компоненти медіа-дискурсу в основах їх класифікації: канали передачі інформації, форма комунікації, соціально-функціональна орієнтація, стратегія подання інформації, тон спілкування тощо. Хоча ці фактори є фундаментальними та науково достовірними, для цієї дослідницької роботи не можна стверджувати, що вищезазначені класифікації задовольняють сучасну лінгвістику. Як ми бачимо із згаданих типологій, однакові критерії з'являються в різних класифікаціях, що робить типологію медіа-дискурсу дещо непрозорою та заплутаною. Недосконалість систематики медіа-дискурсу пояснюється наявністю в її структурі великої кількості різних чинників: тут одночасно є процес і результат, знання та комунікація, динамічність і концентрація, вплив і опір, причина та наслідок, інтереси відправника й адресата.

Отже, беручи до уваги багатогранність цього явища (тобто відображення всіх сторін людського існування та розвитку суспільства), його складну структуру, функціональні особ-

ливості, майже неможливо зробити висновок про всебічну та детальну систематику дискурсу засобів масової інформації. Відкритість як головна характерна риса дискурсу служить стримуючим фактором єдиної чіткої класифікації медіа-дискурсу та забезпечує простір для подальших наукових досліджень систематики цього явища.

Література:

1. Клячин А.К. Політична комунікація як чинник трансформації політичних цінностей : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Дніпропетровськ : Дніпропетр. нац. ун-т, 2007. 19 с.
2. Maat H.P. Editing and genre conflict: how newspaper journalists clarify and neutralize press release copy. *Pragmatics*. 2008. Vol. 18. No. 1. P. 87–113.
3. Потопенко С.І. Сучасний англійський медіа-дискурс: лінгвокогнітивний і мотиваційний аспекти : монографія. Ніжин : Вид-во Ніжинського НДУ імені Гоголя, 2009. 391 с.
4. Уфимцева А.А. Лексическая номинация (первичная нейтральная). *Языковая номинация (виды наименований)*. Москва : Наука, 1977. С. 5–85.
5. Bell A. The discourse structure of news stories. *Approaches to Media Discourse*. Oxford : Blackwell Publishers, 1998. P. 64–104.
6. Денисюк С.Г. Культурологічні виміри політичної комунікації : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2012. 392 с.
7. Алефиренко Н.Ф. Лингвокультурология. Ценностно-смысловое пространство языка : учеб. пособие. Москва : Наука, 2016. 288 с.
8. Ryan D., Jones C. Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation. London : Kogan Page, 2009. 272 p.
9. Михалёва О.Л. Политический дискурс. Специфика манипулятивного воздействия. Москва : Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. 256 с.
10. Анашкина Е.В. Механизмы функциональной категоризации при метонимическом переносе в англоязычном художественном дискурсе. *Теория и практика общественного развития*. 2011. № 8. С. 370–373.
11. Dalton R., Welzel C. The Civic Culture Transformed: From Alient to Assertive Citizens. New York : Cambridge University Press, New York, 2014. 325 p.
12. McLuhan M. The understanding of media: an external expansion of a person. Moscow, Idaho : CANON-press, 2003. 464 p.
13. Alcott H. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Stanford Journal of Economic Perspectives*. 2017. Vol. 31. No. 2. P. 211–236.

Sydor A., Nanivskyy R. Electoral nomination in the texts of the BBC English-language online news

Summary. The article is a study of the specific features of the selection of the electoral nomination in the texts of the BBC English-language online news. The study of media discourse makes it possible to determine the features of the thinking of individual speakers and groups of people who are consumers of certain media products, as well as methods of influencing the audience. On the other hand, modern media discourse is a sphere of functioning of the language, in which there is an intensive development and a steady tendency towards new transformational processes. The peculiarities of media discourse and Internet discourse are studied, the BBC as a kind of Internet discourse is analyzed, and the peculiarities of the electoral nomination in the English-language Internet media of the BBC are investigated in this article. The specificity of the influence of political communication on the process of transformation of political values lies in the transformation of interpretations of social values in the course of their extrapolation to the political sphere. During political communication, there is an emergence and approval of a certain interpretation of a social value. The interpretation of social values in the process of their extrapolation to the political sphere is undergoing transformation. People's behaviour during election campaigns is mainly influenced not by political phenomena and processes, but by information that is perceived and interpreted in some way. Political communication contributes to the mutual influence of political values of a particular country and universal values of the globalized world. In its broad sense, media discourse functions in media space and is a complexly structured system of speech and technical interaction. In addition to the statement itself, the participants in the speech act, the channel of communication, it also combines a large number of extra-language integral components, without which it cannot function. Types of media discourse are classified according to the communicative function, which they perform, as well as to the channels of implementation. The typology of media discourse uses the approaches of the general theory of discourse analysis, as well as sociocultural, linguistic, cognitive, pragmatic ones. Openness, as the main distinctive feature of discourse, serves as a deterrent to a single clear classification of media discourse and provides space for further scientific research on the taxonomy of this phenomenon.

Key words: nomination, election, media discourse, internet news, BBC.