

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ  
ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**



# **СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА**

**МАТЕРІАЛИ V ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ,  
АСПРАНТІВ, ВИКЛАДАЧІВ ТА СПІВРОБІТНИКІВ**

**(Суми, 20-21 квітня 2017 року)**

**Суми  
2017**

3. Чуланова Г. В. Композиційні та функціональні особливості креолізованого рекламного тексту на матеріалі реклами автомобілів. Г. В. Чуланова, М. В. Моїсеєнко. Сумський державний університет. – 2011.

## ДИСКУРС ЗМІ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ЯК КОРИГУЮЧА СТРАТЕГІЯ НІВЕЛЮВАННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Бондаренко А. С., студ. гр. ПР-32

Попова О. В., канд. філол. наук, доцент кафедри ГФ

Завдання дискурсу ЗМІ — вплив на формування громадської думки. Досягнення мети і завдання забезпечується тим, що дискурс ЗМІ — комунікативне явище, а будь-яке спілкування — це цілеспрямований вплив.

Оскільки дискурс ЗМІ має «точки перетину» з політичним, то він розглядається як матеріал дискурсу ЗМІ. У світлі останніх подій можна чітко прослідкувати «у справі» всі стратегії та тактики сучасних ЗМІ. Мова йде про Великобританію та питання євроінтеграції. Під час змін у політичному устрої політичні лідери знаходяться у «тісних відносинах» зі ЗМІ. Тобто через них політики реалізують свої плани, впливаючи при цьому на свідомість громадськості. *“They are as it were retro-nationalists, they are not patriots. Patriots don’t resign when things get difficult; they stay.”* — це заявив Жан Юнкер, президент європейської комісії. Цей приклад ілюструє не просто звинувачення як акцептування негативних результатів діяльності політиків, а вже як пряму образу через наклеювання ярликів: *“they are not patriots”*. Саме в цьому полягає робота ЗМІ — вплинути на свідомість громадськості задля досягнення поставлених цілей.

Для підтвердження теоретичних засад впливової функції ЗМІ, було використано приклад євроінтеграційних процесів, які відбулися влітку 2016 року у Великобританії. Так, на підставі розглянутої статистики голосів (ці дані ілюструє діаграма) після референдуму, та висловлювань політиків у період перед самими виборами, було встановлено прямий вплив дискурсу ЗМІ на думки суспільства [1]. А як відомо, зміна політичних переконань одночасно впливає на політичну поведінку. Тобто поставлені цілі — завжди будуть досягнуті.

Діаграма 1 — Загальна статистика голосів на референдумі



рішення референдуму	%
за євроінтеграцію	48,04%
проти євроінтеграції	51,96%

Звинувачення може бути направлене як на політичну партію, конкретного політика чи певні його дії. Кожен з політиків по-різному реагує на рішення Британії з приводу євроінтеграції. Так, наприклад, прем'єр-міністр Бельгії називає Британію: *“Brexiters remind me of rats leaving the sinking ship,”* — говорить Гай Верхофштадт. *“What are you waiting for — the next referendum in France, in Italy maybe.”* Але критикуючи політику Великобританії, він тим самим дискредитує ЄС. Тобто називаючи ЄС кораблем, а Британію щурами, він підтверджує, що такі існують проблеми в самій організації. Також він докоряє лідерам ЄС, які не спроможні вплинути на рішення країни, яка вирішила вийти зі складу організації.

Отже, для того щоб доцільно використовувати тактику критики, для повної дискредитації опонента, потрібно чітко усвідомлювати принципи її роботи. Адже в іншому випадку, фраза, з підтекстом обвинувачення може розвернутися в інше русло, та боляче вдарити по репутації адресата. Тобто намагаючись підірвати авторитет противника, можна «підірватися» самому.

1. Coles M., Kirk A., Krol C. How did different demographic groups vote in the EU referendum [Electronic resource] / Malcolm Coles, Ashley Kirk, Charlotte Krol. – London : The Telegraph, 2016. – Access mode : <http://www.telegraph.co.uk/news/2016/06/23/leave-or-remain-eu-referendum-results-and-live-maps/> – (01.07.2016).

2. Попова Е. В. Демократизация языковой нормы в рамках закона антиномии (на материале политического дискурса). Е. В. Попова. Издательство Мозырского государственного педагогического университета. – 2011.