

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології
та соціальних комунікацій

IX

**ВСЕУКРАЇНСЬКА
НАУКОВА КОНФЕРЕНЦІЯ**



СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

15-16 квітня 2021 року

Матеріали

СЕКЦІЯ 1.

ПРОБЛЕМИ РОМАНО-ГЕРМАНСЬКОГО МОВОЗНАВСТВА

Олена Медвідь,

канд. філол. наук

доцент кафедри германської філології

Сумського державного університету

Олександра Кучерук,

студентка Сумського державного університету

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНЕ ПОЛЕ ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

Нестримний процес глобалізації, зростаючий вплив мас-медіа та потреба людства у безперервному отриманні інформації спричинили зміну картини світу. У модерній світовій спільноті спостерігається взаємна імерсія країн у суспільно-політичній сфері життя одна одної, які при цьому впливають (переважно опосередковано) на формування у їх громадян певного світогляду. Враховуючи масштаби подібного впливу, доцільно говорити про публіцистичний дискурс як середовище, котре уможливорює такі маніпуляції. Тобто, мова, у правильному поєднанні з культурно-естетичними та суспільно-політичними аспектами, стає засобом сугестії та формування певного завчасно продуманого образу для явища, що розглядається – певного набору лексичних маркерів та асоціативних образів – лексико-семантичного поля.

Мета даної роботи – дослідити процес формування лексико-семантичного поля публіцистичного дискурсу та з'ясувати особливості функціонування його елементів.

Для її досягнення необхідно виконати наступні завдання:

1. Дати *дефініцію* поняттям *лексико-семантичне поле* та *публіцистичний дискурс*.

2. Визначити структуру лексико-семантичного поля та його характерні риси в межах публіцистичного дискурсу.

3. Проаналізувати вплив публіцистичного дискурсу на прагматику та динаміку структурних елементів лексико-семантичного поля.

Обрана тема є *актуальною*, оскільки існуючі теоретичні напрацювання стосовно лексико-семантичних полів не дають вичерпної характеристики даному феномену і не охоплюють всі можливі сфери його застосування. В умовах мінливості мовної картини світу соціолінгвістам також необхідно вміти правильно визначати імпліцитний сенс повідомлення, міру відхилення між конотативним та денотативним значенням слова та його причину, що потребує прагмалінгвістичного аналізу елементів конкретного лексико-семантичного поля в межах публіцистичного дискурсу.

Динамічний розвиток мовної системи та постійне поповнення її новими елементами спричиняють виникнення понять, вичерпно і однозначно трактувати які видається майже неможливим навіть після скрупульозного та всебічного вивчення. Одним із таких понять є *лексико-семантичне поле* (ЛСП), яке наразі розглядається мовознавцями як одне з основних динамічних явищ сучасної лексичної семантики. Аналіз ЛСП передбачає застосування системного підходу, тому кожен його елемент розглядається не ізольовано, а в складній системі існуючих у ньому лексико-семантичних зв'язків. Чітких меж для застосування терміну *лексико-семантичного поля* все ще не встановлено, тому дослідники по-різному визначають його обсяг і мають різні точки зору стосовно його вивчення.

Першим, хто висловив думку про можливість дослідження лексики за допомогою семантичних полів, був Й. Трір – він розглядав семантичне поле як структуру, що складалася з певного кола понять. Перш за все, науковець намагався з'ясувати який аспект може слугувати основою для виокремлення певної низки слів зі загального складу словника. Трір дійшов висновку, що наявність у цих слів спільних значень може слугувати цілком обґрунтованим критерієм [8, с. 55–57]. Схожу точку зору мав Й. Л. Вайсгербер, який розглядав значення слова не як самостійну одиницю, а як її відносний структурний

елемент. Обидва науковці розглядали ЛСП як парадигматичну категорію, тобто мали на увазі, що значення слова можна достовірно встановити лише в сукупності з лексичними одиницями, що входять до того ж семантичного (парадигматичного) поля (напр. антоніми, пароніми тощо). В. Порциг же дотримувався іншого підходу до вивчення ЛСП – синтагматичного – виокремлював класи слів, які об'єднувала специфіка вживання, але чийї позиції не могли співпадати синтаксично [3, с. 58]. Тобто, лексико-семантичне поле – це сукупність семантичних одиниць лексичної системи мови, що об'єднує як поодинокі мовні елементи, так і різнорівневі лексичні парадигми, тому кожен елемент поля постає у повному парадигматичному комплексі.

ЛСП, як особлива система, має досить складну мовну структуру – його елементи вступають у найрізноманітніші парадигматичні відносини (як внутрішньомовні, так і позамовні) і можуть стосуватись всіх можливих класів лексичних одиниць, що тотожні відповідно до певних семантичних ознак. Основою будь-якого ЛПС є «ядро» – лексична одиниця, що виражає загальне інваріантне значення і є семантичною домінантою поля [1, с. 270]. Не менш важливими структурами є лексико-семантичні групи слів – вони заповнюють основну частину ЛСП і є родовим поняттям відносно поля [5, с. 84–97]. Останньою структурною частиною є лексика периферії – слова з варіантним значенням та комунікативною цінністю нижчого рівня (напр. конотативні, стилістично забарвлені лексеми, архаїзми тощо) [3, с. 59]. Характерною властивістю ЛСП є його цілісність, що реалізується за рахунок приєднання менш складних одиниць до більш складних.

Оскільки ЛСП має міцні зв'язки з позамовними реаліями, воно являє собою незамкнену динамічну систему організації лексики і тому суттєво відрізняється від мовних систем інших рівнів [2, с. 53]. При ретельному діахронному аналізі ЛСП можна простежити динаміку відображення світового досвіду у мові, виокремити лінгвістичні маркери культурних особливостей та способу життя певної нації – її мовну картину тощо. У свою чергу, мовна картина світу виступає свого роду обмеженням під час виникнення певного дискурсу, оскільки одразу виникає низка

контекстів, які мають враховуватись при формуванні тематики дискурсу і його периферії. З точки зору ж публіцистичного дискурсу, мовна картина світу навпаки «скеровує» його у потрібному напрямку, щоб використати різноманітні ЛСП у всіх можливих контекстах.

Тлумачення поняття *дискурсу* давно виступає наріжним каменем лінгвістичної науки через своєрідну бінарність його сенсу: він поєднує в собі прагматику ситуації та ментальні процеси; інтерпретацію комунікації та визначення стратегій мовлення; мовну практику та позамовні явища [6, с. 303]. Дослідник Т. ван Дейк, що стояв у витоків дискурсивного аналізу, пояснює дискурс як «складну єдність мовної форми, значення та дії, яку найкраще можна охарактеризувати як комунікативну подію; дискурс не обмежується конкретним мовним висловленням» [7, с. 112].

В сучасному інформаційному світі особливе місце займає *медіадискурс*, оскільки він слугує рушійною силою впливу на суспільство та формування у його свідомості певного концептуального образу. ЗМІ створюють свого роду реальність, яка виступає посередником під час відтворення, збереження та дистрибуції потоку інформації [5, с. 34–35]. Залежно від комунікативної функції виокремлюють три типи дискурсу: 1) рекламний; 2) PR-дискурс; 3) публіцистичний. В нашому дослідженні особливу цінність становить останній тип. Незважаючи на надмірність у ньому клішованих і стереотипованих мовних зворотів та мовленнєвих структур, *публіцистичний дискурс* слугує джерелом нестандартних прийомів, нетипових лексичних сполук та семантичних об'єднань, що формуються лише для здійснення цілеспрямованого впливу на реципієнта. Саме тому в контексті публіцистичного дискурсу одні й ті самі елементи ЛСП набувають нової інтенції та прагматики, залежно від цілей повідомлення.

Для публіцистичного дискурсу характерні пізнавальність, інформативність та регулятивність. Остання функція викликає особливе зацікавлення, оскільки передбачає здійснення опосередкованого впливу та оцінки повідомлюваного [4, с. 28–31]. Тобто, в комунікації задіяні автор статті, який виражає в ній своє оціночне судження, та адресант, у якого після

прочитання неусвідомлено формується його персональна картина світу. При цьому треба зважати на те, що адресант – це образ, який може уособлювати собою спільноту, прошарок суспільства чи навіть цілий народ, тому поняття *персональної картини світу* замінюється на *навіяну картину світу*. Оскільки комунікація завжди відбувається лише в односторонньому порядку, адресат не має змоги перевірити міру впливу на реципієнта та його реакції, тому публіцистичний дискурс керується системою ЛСП. Елементи ЛСП слугують базою лексично втілених образів та асоціацій, які закріпились у свідомості реципієнтів стосовно конкретного «ядра». Відштовхуючись від актуального стану картини світу та явища пов'язаного з «ядром» – основною лексичною одиницею ЛСП, адресат конструює статтю таким чином, аби прагматика сталих лексико-семантичних груп того чи іншого ЛСП виражала новий імпліцитний сенс, цим самим досягаючи мети комунікації – здійснення впливу.

Висновки. Лексико-семантичне поле – це складна мовна система, елементи якої вступають у найрізноманітніші парадигматичні зв'язки, що зумовлює її польову структуру та наявність трьох фундаментальних елементів – «ядра», лексико-семантичних груп та лексики периферії. У контексті публіцистичного дискурсу, підпорядковуючись його регулятивній функції та зазнаючи впливу мінливої картини світу, елементи ЛСП набувають нової прагматики, цим самим породжуючи інтерес до їх інтерпретації в соціолінгвальному та перекладацькому аспектах.

Перспектива дослідження полягає у практичному застосуванні теоретичних напрацювань шляхом формування лексико-семантичного поля з ядром «Україна» та аналізу функціонування його елементів під впливом різних соціально-політичних факторів (на матеріалі англомовної публіцистики).

Список використаних джерел:

1. Афанасьєва, Л. В. Лексико-семантическое поле как лингвистическая единица. *Языки и мир: исследование и преподавание* : Междунар. науч.-практ. конф., г. Кировоград, 15 апреля, 2016. С. 266–272.

2. Близнюк К. Р. Лексико-семантичне поле як фрагмент мовної картини світу (на матеріалі семантичного мікрополя «courage» в англійській мові). *Мова і культура*. 2017. Т. 3 (188), №. 20. – С. 52–58.
3. Дашкова К. В. Поняття «Лексико-семантичне поле» та його структура. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету* : збірник, 2020. № 33. – С. 56–60.
4. Желтухина М. Р. О Содержании дискурса масс-медиа. *Вісн. Луганського пед. ун-ту ім. Т. Шевченка. Серія «Філологічні науки»*. 2007. Ч. 1, №. 11 (128). С. 27–40.
5. Кобякова И.К., Швачко С.А. Введение в сравнительную типологию номинативных и коммуникативных единиц английского, русского и украинского языков : учеб. пос., Сумы : УДК, 2017. 199 с.
6. Омельчук Ю. О. Псевдонимы как жанр сучасного англomовного медіадискурсу: лінгвокогнітивний, комунікативно-прагматичний параметри : дис. канд. філол. наук : 10.02.04. Запоріжжя : УДК, 2018. 230 с.
7. Шепель Ю. Медіа-дискурс як засіб маніпулятивного впливу на читача. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки : Філологічні науки*. 2017. №. 3. С. 302–307.
8. Dijk T. van Discourse and Power. NY : ISBN, 2008. 308 p.
9. Trier Jost. Der deutsche Wortschatz im Sinnbezirk des Verstandes: Die Geschichte eines sprachlichen Feldes I. Von den Anfängen bis zum Beginn des 13. Jhdts. Heidelberg: Winter : ISBN, 1973. 347 S.

Катерина Вашист,

асистентка кафедри германської філології

Сумського державного університету

Євгенія Юхно,

студентка Сумського державного університету

СЕМІОТИЧНА ПРИРОДА ТЕКСТІВ СОЦІАЛЬНОЇ РЕКЛАМИ

Роль масової культури і, зокрема, реклама стає характеристикою сучасної соціальної реальності. Незалежно від людського бажання або небажання, феномен реклами наполегливо проникає в приватне і суспільне життя, а також впливає на формування масової та індивідуальної свідомості. Сучасна людина як споживач залучена в рекламне середовище і має постійно з ним взаємодіяти. Вивчення такого багатоаспектного явища як реклама *актуальне*, тому що воно дає змогу глибоко досліджувати причини, прийоми і способи дії рекламного продукту на споживача, а також домагатися максимальної ефективності цієї дії.

Реклама – це оперативна інформація, що завжди знаходиться на поверхні. Вона не тільки бере участь у формуванні споживчих потреб членів суспільства,