

КОНТЕНТНЕ НАПОВНЕННЯ ПОПУЛЯРНИХ МАС-МЕДІА ЯК ЧИННИК ЛІНГВІСТИЧНОГО ВЗІРЦЯ

Горошкевич Надія Євгенівна

Національний університет «Львівська політехніка»
м.Львів, вул.. Степана Бандери, 12, nadja.horoshkevych@mail.ru

Журналістика як вид соціальних комунікацій відкриває нові можливості для пересічних людей брати участь у створенні інформаційної продукції, чим до сьогодні займалися лише професійно підготовлені кадри редакцій. Це відбувається завдяки простоті творчої рефлексії на поточну подієву інформацію, доступності технічних масовокомунікаційних засобів на тлі розширення демократичних прав і свобод громадян.

Але далеко не всі розуміють парадигму лінгвістичного взірця, за якої

– мовне відображення дійсності в мас-медійному дзеркалі дрібнить на мозаїчне, здебільшого хаотичне панно через створення “інформаційних порожнин” у вигляді неохоплених ЗМІ тем та відповідну лінгвістичну обробку інтерпретованих версій тем популярних;

– використовує новітні форми суто лінгвістичної комунікації – форуми, чати, ІСQ-листування – не тільки для того, щоб “вирвати” людину зі звичних моделей поведінки в соціумі, відірвати її від реальності, але й певним чином замінити освіту.

Але саме завдяки тотальному поширенню ЗМІ в першу чергу неповнолітня аудиторія постійно опиняється під їх ударом. Сьогодні в світлі соціалізації молодого покоління кожній дитині необхідно розуміти, як фахівці соціальних комунікацій – журналісти – створюють тексти, тим більше, що вже з перших класів середньої школи учні оволодівають різноманітними технічними засобами комунікації. Якщо пам'ятати про соціальну інфантильність цієї аудиторії, то стає зрозумілим: йдеться, по суті, про розвиток у неповнолітніх розуміння діяльності ЗМІ, критичного ставлення до їх функціонування, перетворення комунікаторів/комунікантів-початківців на креативних користувачів мас-медіа в подальшому житті після закінчення навчального закладу.

Практиці слововживання в сучасних українських ЗМІ було присвячено не мало наукових статей, які стосувалися здебільшого особливостей журналістського тексту та його гносеологічної функції. Вчені вважають, що будь-яке призначення будь-якого журналістського тексту полягає у тому чи іншому впливі на маси. Сучасні засоби масової інформації не тільки формують громадську думку, а є, одночасно, і формою існування цієї самої думки.

З огляду на такі припущення нам видається вкрай цікавим проаналізувати специфіку взаємозв'язків між явищами словотворення і слововживання як взірця контенту – тобто, таких, що є зафіксованими на папері (друковані ЗМІ) або виголошеними (електронні ЗМІ).

У рамках інституціональної системи популярних мас-медіа, яку можна уявити як своєрідний комунікаційний простір, діють різного роду соціокультурні контенти, реалізуються комунікаційні взірці поведінки та діяльності. Тут продукуються культурно-художні та інформаційні тексти, які тиражуються та розповсюджуються в суспільстві. В цьому просторі зберігається, циркулює, переміщується велика кількість літературних текстів, телетекстів, відеотекстів, кінотекстів, аудіотекстів, які в якості носіїв певних ідей, цінностей і смислів мають потенційний заряд для інтелектуального та емоційного впливу на аудиторію.

Контентне наповнення популярних мас-медіа як чинник лінгвістичного взірця призводить до цілком реального моделювання поведінки аудиторії вивчення можливостей споживача як чинника аудиторії логічно мислити. Завдання цього шляху моделювання — формальний підхід споживача контенту до повідомлення поза аналізом всіх складових частин засад мислення. Моделювання мислення як

психологічного явища передбачає включення в повідомлення різних видів лінгвістичних форм.

Чинник лінгвістичного взірця щодо контенту популярних мас-медіа в Україні має свою специфіку. Багато вчених вважають цю специфіку феноменом. Феномен цього явища полягає в тому, що, не заперечуючи свого українського походження, української мови як рідної, мовою спілкування це населення вважає російську або спілкується в білінгвістичному режимі з домінацією російської мови. Близько 20 — 25% осіб, за даними українських соціологів, при опитуваннях вважає себе не виключно українцями чи виключно росіянами, а “одночасно і українцями, і росіянами”.

При цьому варто констатувати, що в цілому в умовах сучасної української держави національно-державницькі та національно-громадянські контенти популярних мас-медіа соціального суспільства різко випереджають у своєму розвитку етнолінгвістичні особливості взірця як результату впливу мас-медіа. Саме тому не слід трактувати відсутність чи надлишок текстів із прямими пропагандистськими матеріалами, пов'язаними із національно-культурною тематикою як певну лінгвопасивність.

Доходимо двох важливих висновків.

По-перше, існують дві цілком протилежні тенденції в контентному наповненні популярних мас-медіа як чиннику лінгвістичного взірця: тенденція до стирання відмінностей у вживанні популярної лексики і тенденція до використання цілком різної популярної лексики в залежності від того контенту, який необхідно передати через мас-медіа.

По-друге, більшою чи меншою мірою хиби в слововживанні позначаються саме на лінгвістичній структурі журналістського тексту; при цьому простежуємо також зворотну тенденцію: майже щоразу граматичні помилки можна водночас уважати й помилками в слововживанні. Взаємовпливи в цих лінгвістичних системах спричиняють руйнівні процеси в структурі адекватного сприйняття контенту.

Такі поєднання, такі комплексні хиби тексту, на наш погляд, мають надалі стати предметом пильної уваги дослідників мови сучасних ЗМІ. Уникнення цих помилок сприятиме загальному поліпшенню якісних характеристик журналістського тексту, підвищенню його комунікативних властивостей.

ПРО ДЕЯКІ СОЦІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНОЇ МУЗИЧНО-ВИКОНАВСЬКОЇ КУЛЬТУРИ

Грабовська Оксана Степанівна

Львівська Національна Музична Академія імені Лисенка
Мацієвича, 14, oksana-grabovska@yandex.ua

У статті означено деякі аспекти формування культури виконання сучасного митця та намічені певні можливі орієнтири для подальшого її вивчення як цілісної системи.

Уявлення про виконавську діяльність як про комунікаційну чудово поєднує тривалі її аспекти з динамічними. Тобто, важливий не лише факт виконання, а й те, в який спосіб відбувається інтерпретація, те, що донесено до осмислення слухача, як впливає виконання на різні „слушацькі групи”. Відповідно до цього виконавець моделює характерні вміння, стиль, звички та соціальні стратегії. Сьогодні досить складно сформувати особистий, неповторний культурний стиль виконавця, коли традиційні ресурси, такі, як мова, релігія, мистецтво поєднуються із такими сучасними формами, як телебачення, популярна музика та інтернет, коли мистецтво музиканта-виконавця часто використовується як компонент інших мистецтв у різноманітному поєднанні із зображенням та словом: від музичних заставок до художніх та документальних фільмів, від балетних постановок на музику, що не призначена для театру до спорту. Чи то