**Міністерство освіти і науки України**

**Ніжинський державний університет імені Миколи Гоголя**

**Факультет філології, історії та політико-юридичних наук**

**Кафедра прикладної лінгвістики**

**035.041 Германські мови та літератури**

**(переклад включно)**

**035.041 Філологія (германські мови та літератури**

**(переклад включно), перша – англійська)**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на здобуття освітнього ступеня магістра

Лінгвостилістичні особливості англомовного дискурсу новин: на матеріалі онлайн-публікацій BBC

студентки Хомич Юлії Сергіївни

 Науковий керівник: док. філ. наук, проф.

Колесник О.С.

 Рецензенти: канд. філ. наук, доц. Бобер Н.М.

канд. філ. наук Нагач М.В.

Допущено до захисту

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

м. Ніжин – 2024

**Ministry of Education and Science of Ukraine**

**Mykola Gogol Nizhyn State University**

**Faculty of Philology, History and Political and Legal Sciences**

**Department of Germanic Philology**

**035.041 Germanic languages and literatures**

**(including translation)**

**035.041 Philology (Germanic languages and literatures**

**(translation included), first language - English)**

**QUALIFICATION PAPER**

for a master's degree

Linguo-stylistic peculiarities of English-language news discourse (based on BBC online publications)

by Yulia Khomich

 Supervisor: Doctor of Philosophy, prof.

Kolesnyk O.S.

 Reviewers: Candidate of Philological Sciences, Associate Professor Bober N.M.

Candidate of Philological Sciences Nagach M.V.

Approved for defense

Head of the Department \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Nizhyn – 2024

**Анотація**

Привідом до написання роботи з даної тематики, як студентки філологічного напряму, послугувала моя особиста зацікавленість у англомовних новинах на платформі BBC News, а саме у бажанні розкрити їх лінгвостилістичні особливості. Метою мого дослідження є встановити особливості впливу стилістичного оформлення новинних повідомлень на ефективність новин як дискурсивного жанру. У роботі були піднятті такі питання, як: теоретичні засади дискурсу та стилістики мови, функційно-композиційні характеристики дискурсу новин, лінгвостилістичні характеристики мовних засобів у медійних онлайн-публікаціях BBC. Перед нами стояли такі завдання, як: розглянути сучасні підходи до розуміння дискурсу, визначити специфіку новинного дискурсу, виявити функціональні стилі англійської мови, навести методологію дослідження дискурсу новин, проаналізувати функційно-композиційні характеристики дискурсу новин, дослідити стилістичну акцентуацію як засіб впливу і моделювання, навести лінгвостилістику номінацій базових концептів «новинного простору» в онлайн-публікаціях BBC, здійснити аналіз лінгвостилістичних особливостей реалізацій стратегій і тактик у новинних онлайн-публікаціях BBC.

**Ключові слова:** *дискурс, новина, BBC News, статегія, тактика, стаття.*

**Abstract**

The reason for writing a paper on this topic as a student of philology was my personal interest in English-language news on the BBC News platform, namely, the desire to reveal their linguistic and stylistic features. The purpose of my research is to establish the peculiarities of the influence of the stylistic design of news reports on the effectiveness of news as a discursive genre. The paper raised such issues as: theoretical foundations of discourse and language stylistics, functional and compositional characteristics of news discourse, linguistic and stylistic characteristics of language in BBC online media publications. We had the following tasks: to consider modern approaches to understanding discourse, to determine the specifics of news discourse, to identify functional styles of English, to present a methodology for researching news discourse, to analyze the functional and compositional characteristics of news discourse, to study stylistic accentuation as a means of influence and modeling, to present the linguistic stylistics of nominations of basic concepts of “news space” in BBC online publications, to analyze the linguistic and stylistic features of the implementation of strategies and tactics in BBC online news publications.

**Key words:** *discourse, news, BBC News, strategy, tactics, article.*

**Зміст**

Вступ..........................................................................................................................6

**Розділ I. Теоретичні засади дискурсу та стилістики мови...............................10**

* 1. Сучасні підходи до розуміння дискурсу.......................................................10
	2. Специфіка новинного дискурсу.....................................................................12
	3. Функційні стилі як засоби породження дискурсу новин.............................19
	4. Методологія дослідження дискурсу новин...................................................22

Висновок до розділу I................................................................................................23

**Розділ II. Функційно-композиційні характеристики дискурсу новин...........25**

2.1. Новина як дискурсивний жанр...........................................................................25

2.2. Фреймово-логічна структура новинного повідомлення..................................29

2.3. Тактико-стратегічне аранжування дискурсу новин.........................................32

Висновок до розділу II...............................................................................................35

**Розділ III. Лінгвостилістичні характеристики мовних засобів у медійних**

**публікаціях BBC......................................................................................................38**

3.1. Стилістична акцентуація як засіб впливу і моделювання..............................38

3.2. Лінгвостилістика номінацій базових концептів «новинного простору»......41

3.3. Лінгвостилістичні особливості реалізації стратегій і тактик у новинних публікаціях ВВС.......................................................................................................43

Висновок до розділу III............................................................................................46

**Загальні висновки..................................................................................................48**

**Список використаних джерел..............................................................................54**

**Список джерел ілюстративного матеріалу........................................................56**

**Додатки.....................................................................................................................59**

**ВСТУП**

**Актуальність дослідження.** Новини − це оперативне інформаційне повідомлення, що вміщує суспільно важливу та актуальну інформацію, яка стосується певної сфери життя суспільства загалом або окремих його груп.

Новини існують для того, щоб висвітлювати завжди найсвіжіші новини в Україні та світі, розповідати та доносити до людей про останні події у політиці, економіці, шоу-бізнесі та спорті.

Новини є дискурсом, оскільки вони пояснюються як лінгвістичний феномен, який характеризується інтерактивністю та протікає у режимі реального часу, відображаючи усі зміни та події у суспільстві. Новина − це складовий елемент новинного дискурсу.

За останні роки кількість читачів друкованих ЗМІ суттєво зменшилася, натомість зросла кількість читачів, які отримують інформацію через інтернет-ЗМІ.

Сучасні новини є одним із основних засобів впливу на суспільну та мовну свідомості, а особливу роль у формуванні концептуальної картини світу особистості та суспільства відіграє політичне та культурне життя окремих мовних груп. З цієї точки зору цей тип дискурсу є практичним предметом лінгвістичного аналізу.

Новинний дискурс важливий у формуванні картини світу. Новини відіграють визначну роль у житті людини, тому що від того, як відображається новинний дискурс у комунікативному просторі, залежатиме саме буття особистості як користувача новин – від отримання щоденної інформації до прийняття важливих життєвих рішень. Тому цей дискурс не описує світ, а формує його.

О.О. Білецька досліджувала новинний дискурс у контексті перекладу інформаційно-новинних текстів міжкультурної комунікації; О.В. Зернецька вивчала новини та виборчу кампанію у новинних телепрограмах; З. Вайшенберг розглядав новинну журналістику; К.С. Серажим розглядав дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору; О.О. Кучерова дослідила оповідну структуру новинного дискурсу, визначила головні характеристики та принципи побудови (відповідно матеріалів британських загальнонаціональних щоденних газетних новин).

Важливим є дослідження англомовного новинного дискурсу, адже зараз медіа використовуються для впливу на громадську думку та мобілізацію підтримки. Новини інформують про події та умови життя у суспільстві.

Англомовний дискурс новин досліджувало багато вчених, зокрема: Н. М. Акоп'янц розглядає лексико-стилістичні особливості перекладу англомовних текстів ЗМІ на українську мову; О. А. Остроушко розглядає лексичні трансформації при перекладі англійських інформаційних текстів українською мовою; Т. В. Подуфалова,  А. Р. Ільченко  досліджують комунікативні стратегії і тактики в англомовному воєнному медіадискурсі (на матеріалі британських та американських онлайн-публікацій про російсько-українську війну); В. В. Тельвак,  В. В. Масненко  досліджують Ukraine crisis: російсько-українська війна очима кореспондентів «BBC News»; А. О. Худолій визначає функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття; Ю. О. Шевлякова вивчає особливості дискурсу Інтернет-ЗМІ (на матеріалі англомовних онлайн журналів для підлітків). Серед досліджень було замало інформації стосовно лінгвостилістичних особливостей англомовного дискурсу новин: на матеріалі онлайн-публікацій BBC. Саме тому ми не можемо пройти повз цієї теми та не розкрити її більш детально.

Так як у нашій країні війна, актуальним вважаємо дослідити матеріали на сайті BBC News, що стосуються саме війни в Україні. Отже, джерельною базою цього дослідження є англійськомовний новинний ресурс BBC News, а саме розділ «War in Ukraine».

**Мета дослідження:** встановити особливості впливу стилістичного оформлення новинних повідомлень на ефективність новин як дискурсивного жанру.

Виходячи з поставленої мети, нами вирішуються такі завдання:

* розглянути сучасні підходи до розуміння дискурсу;
* визначити специфіку новинного дискурсу;
* виявити функціональні стилі англійської мови;
* навести методологію дослідження дискурсу новин;
* проаналізувати функційно-композиційні характеристики дискурсу новин;
* дослідити стилістичну акцентуацію як засіб впливу і моделювання;
* навести лінгвостилістику номінацій базових концептів «новинного простору» в онлайн-публікаціях ВВС;
* здійснити аналіз лінгвостилістичних особливостей реалізації стратегій і тактик у новинних онлайн-публікаціях ВВС.

**Об’єкт дослідження:** мовні та мовленнєві конструкти різних рівнів, що вербалізують інформацію новинного характеру.

**Предмет дослідження:** лінгвостилістичні особливості зазначених одиниць, що реалізуються в англомовному дискурсі новин.

**Матеріал дослідження** − новинні публікації ВВС.

**Методи дослідження:** для всебічного, повного та об’єктивного аналізу загальнотеоретичних позицій використовуються філософські та загальнонаукові методи. Діалектичний метод дав змогу визначити специфіку розвитку особливостей англомовного дискурсу новин. Формально-логічний метод дослідження, особливо синтез, аналіз, індукція та дедукція, допомогли проаналізувати поняття стосовно дослідження. Описовий аналіз застосовано для виявлення структурних компонентів лінгвостилістичних особливостей англомовного дискурсу новин: на матеріалі BBC. Для вивчення лінгвостилістичних особливостей англомовного дискурсу новин був також використаний морфологічний аналіз. Використання системно-структурного підходу дало можливість розглядати концепцію як цілісну систему ідей. Проблемно-концептуальний метод допоміг зрозуміти та проаналізувати загальнотеоретичні погляди на лінгвостилістичні особливості англомовного дискурсу новин.

**Наукова новизна і практичне значення** результатів дослідження роботи полягає у тому, що розширено та доповнено зміст дослідження лінгвостилістичних особливостей англомовного дискурсу новин. Також у спробі власного дослідження лінгвостилістичних особливостей англомовного дискурсу новин: на матеріалі онлайн-публікацій BBC. Матеріали цього дослідження можуть бути використані викладачами, перекладачами, студентами, а також у подальших дослідженнях стосовно лінгвостилістичних особливостей англомовного дискурсу новин.

**Структура роботи:** робота містить вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел, додатки.

**Розділ I. Теоретичні засади дискурсу та стилістики мови.**

**1. 1. Сучасні підходи до розуміння дискурсу.**

«Наукова біографія» терміна «дискурс» цікава і складна: вона починається на світанку гуманістичної науки у давні часи, але і до тепер її значення не утверджується. Понад дві тисячі років це поняття означало бесіди (мовлення, діалоги) – спочатку (у Стародавньому Римі) лише для вчених, пізніше – і для публіки (особливо, як це зазначено у Словнику братів Грімм 1860 року). Лише в 1950-х роках поняття «дискурс» почало використовуватися як лінгвістичний термін (до цієї проблеми вперше звернувся З. Харріс, за допомогою аналізу мови реклами в 1952 році). Сам дискурс почали активно досліджувати наприкінці 1950-х рр. ХХ ст., коли з’явилися праці про «синтаксичні конструкції, що складаються з двох і більше речень». У перший період розвитку лінгвістичного напряму досліджувалися логічний зв'язок і синтаксичні правила надфразових одиниць (повторення морфем і синтаксичної структури у суміжних висловлюваннях) у різних словах, що потрапляють в одне і те ж середовище) [3, с. 139].

На початку 1970-х років виник новий напрям – «лінгвістика тексту», яка поєднувала чисту лінгвістику та суміжні методи, включаючи теоретичні (літературознавство, функціональну стилістику) і прикладні (теорія комунікації, обробка статистики тексту, психологія, навчання мови, автоматичний переклад, інформатика та ін.) – з’явилась необхідність уточнити предмет дослідження лінгвістики тексту, щоб чітко визначити природу двох ключових понять тексту та дискурсу. Основну відмінність у них запропонував Е. Бенвеніст: він визначив дискурс «як процес застосування мовної системи, а текст як результат цього процесу».

Лінгвісти, які працюють у галузі «дискурс-текст», приділяють велику увагу розробці категоріального інструментарію для забезпечення комплексності та достатньої глибини аналізу семантики та синтаксису дискурсу. Зокрема, характеризуючи основні властивості тексту: завершеність і зв’язність, завершеність змісту, інтегрованість і завершеність, єдність і відокремленість тощо, вчені дійшли висновку, що всі ці властивості можна узагальнити як категорії безперервності/дискретності та повноти/неповноти дискурсу [15, с. 319]. Сьогодні слово «дискурс» використовується у різних галузях, таких як філософія, соціологія, логіка, семіотика, теорія комунікації, лінгвістика тощо; відповідними галузями є прагматична лінгвістика, практична стилістика, лінгвістична семантика, граматична стилістика, лінгвістика тексту, граматика тексту, а також міждисциплінарні науки, такі як психолінгвістика, соціолінгвістика тощо.

На даному етапі, всі існуючі підходи до розуміння поняття дискурсу можливо узагальнити до наступного:

1. Дискурс визначається текстом, або текст визначається дискурсом. Він трактується як словесна структура і є одиницею вищого рівня, ніж речення [8, с. 84].

2. Дискурс розуміється як когнітивні процеси, пов'язані з продукуванням мовленнєвих актів.

3. Дискурс розглядається як низка взаємопов’язаних висловлювань, об’єднаних спільною метою [3, с. 135].

4. Дискурс визначається як комунікативна діяльність, інтерактивне явище, потік мовлення з різними формами вираження (усної, письмової), що відбувається у межах певного каналу спілкування, на який впливають стратегії і тактики учасників.

5. Дискурс вважається формою вербальної комунікації, яка передбачає стосунки між мовцем і слухачем та є міжособистісною діяльністю [7, с. 65].

6. Дискурс розуміється як складна комунікативна подія. Він пояснюється як складний комунікативний феномен, що включає соціальний контекст, інформацію про учасників спілкування, знання процесу виробництва та сприйняття тексту. Т. Ван Дейк вважає, що дискурс є складною комунікативною подією та важливою частиною соціальної й культурної взаємодії, яка характеризується інтересами, цілями та стилями.

7. Дискурс пояснюється як соціолінгвістичні структури, створені адресатами у конкретних комунікативних, соціальних і прагматичних ситуаціях [15, с. 143].

Отже, аналізуючі попередню інформацію, ми можемо сказати, що дискурс – це комунікативна подія, яка визначається стосунками між мовцем і адресатом та передбачається мовленнєвим актом останнього. Комунікація в усному дискурсі характеризується контактом між мовцем і адресатом у просторі й часі, а у письмовому дискурсі подібного контакту, як правило, немає. У письмовому дискурсі наявні складні речення та інші синтаксичні конструкції.

В усному дискурсі породження мови та її розуміння відбуваються синхронізовано. При розгортанні цього дискурсу, має місце фрагментація, коли мова породжується імпульсами, квантами як інтонаційними одиницями, що відокремлені одне від одного паузами та мають відносно завершений інтонаційний контур.

**1. 2. Специфіка новинного дискурсу.**

Новинний дискурс є складником загального дискурсу ЗМІ. Він пояснюється як лінгвістичний феномен, який охарактеризовується своєю інтерактивністю, а також протіканням у режимі реального часу, відображаючи усі зміни, що відбуваються та суспільні події. Складовим елементом новинного дискурсу є новина [19, с. 97].

Мета новинного дискурсу – проінформувати про подію, переконати аудиторію у тому, що те, що повідомляється, відповідає дійсності. Журналісти роблять це, обґрунтовуючи свої статті заявами з достовірних джерел, якими у багатьох випадках є представники авторитетних інституцій. Тому новинний дискурс часто неявно пропагує «домінуючі переконання та думки елітних груп суспільства». Отже, переконання є основною метою і функцією. Таким чином, риторика, або зміст і спосіб переконання читачів, є аспектом дискурсу, який можна вивчати з точки зору як змісту, так і форми. Суттєвий аспект риторики зазвичай передбачає наведення аргументів, тобто надання «достатніх причин і доказів», щоб збільшити ймовірність того, що аудиторія прийме інформацію. Спосіб подання пропозицій і аргументів більш-менш не залежить від змісту. Форма використовується для підкреслення змісту через структуру тексту, наприклад ієрархічну організацію [13, с. 219].

Існують два плани прагматики новинного дискурсу: експліцитний (донести новину) та імпліцитний (вплинути на читача). «Експліцитний – явний, чіткий, розгорнутий, доступний зовнішньому спостереженню (на відміну від імпліцитного). Імліцитний, який є неявним, схованим, таким, що (на відміну від експліцитного) може виявлятись тільки через свої зв'язки з іншими об'єктами чи процесами». Експліцитний свідчить про наявність такого набору уявлень про дійсність, що стосується вказівки очевидних властивостей зовнішнього світу. Імпліцитний – це, простіше кажучи, думка конкретної людини про щось, що також впливає на її поведінку та сприйняття [7, с. 97].

Новинний дискурс відноситься до усної або письмової взаємодії, яка відбувається через платформи мовлення, у яких дискурс адресований читачам, слухачам або глядачам, які не присутні. Незважаючи на те, що дискурс є адресованим цим реципієнтам, вони часто не можуть відразу відповісти дискурсним виробникам, хоча це все більше змінюється з появою нових медіа-технологій. Важливо, щоб саме письмове чи усне висловлювання було адресоване відповідному читачеві чи слухачеві/глядачеві. Іншими словами, новинний дискурс є публічною, структурованою та записаною формою взаємодії. Новинний дискурс не випадковий чи спонтанний, він також не приватний та не позареєстрований. Хоча ці базові риси можуть здатися очевидними, вони мають вирішальне значення для вивчення, опису та розуміння новинного дискурсу.

Критичний дискурсивний аналіз є одним із важливих напрямів дослідження новинного дискурсу, адже важливо оцінити інформацію, яка отримується з обраних ЗМІ. Той факт, що новинний дискурс публічний, означає, що він також підлягає ретельному розгляду під час багатьох дискусій аналітиків, зацікавлених у ньому як формі розмови інституційної, яку потім можливо прирівняти і з іншими розмовними формами приземленими та інституційними. Так як новинний дискурс архівується, це робить його привабливим для аналітиків дискурсу, а ще більше завдяки його доступності у газетах, радіостанціях, телепрограмах тощо. Технологічний прогрес значно компенсував елемент ефемерності у новинному дискурсі, особливо на радіо та телебаченні, де раніше було так, що якщо є потреба щось записати, це потрібно робити у режимі реального часу [24, с. 401].

Новинний дискурс є неоднозначним поняттям. Загалом, він включає такі рівні дослідження:

а) зв’язок між текстом і контекстом (використання мовних структур залежно від культурного фону та спілкувального контексту);

б) граматичний і «позаграматичний» аналіз (фонологічний, морфологічний, синтаксичний і семантичний), що включає описування текстових елементів висловлювання і його позатекстових елементів: пояснення і посилання на предмети, події, осіб, тощо;

в) прагматичні аспекти соціальної комунікації (аналіз мовленнєвих актів з точки зору розгляду мовленнєвих актів як соціальних актів, таких як ствердження, переконання, нав’язування, вітання, звинувачення тощо);

г) мікро- та макроструктура (основні аспекти дискурсу – форма тексту, значення та комунікативна поведінка) – можна охарактеризувати на рівні мікроструктури (звичайні граматичні категорії – звуки, слова, речення та фрази, їх значення), макроструктури або глобальної надбудови, «макросемантики» (теми, фрейми, ситуації тощо – тобто предметних категорій) і так званої «макрограматики» (умовні категорії початків і кінцівок дискурсу, контекст повідомлення, заголовки дискурсу новин тощо) [25, с. 32];

ґ) стиль (зміна стилю у журналістському дискурсі не довільна, тому що стиль виступає як основний індикатор згідно спілкувального контексту. Він має змогу вказувати на фактори особистісні чи соціальні, серед яких наприклад, роздратування мовника чи схожість між комунікантами). Новинний дискурс також має певний стиль формальний, що є характерним для відповідних ЗМІ;

д) риторичний вимір дискурсу (включає використання можливостей переконання; як і синтаксис, семантика та прагматика, риторика містить більш широкий вимір емпіричний, котрий є заснованим на використанні структур риторичних з метою вивчити соціально-психологічні аспекти переконання) [22].

Основними характеристиками новинного дискурсу є стислість, повнота, точність, оперативність і гібридизація, концентрація матеріалу, модифікація, багатовимірність думок, редакційна чесність [18, с. 2655].

Серед особливостей новинного дискурсу: інформативність як міра корисності та повноти знань, а також категорія, що забезпечує вербалізовану організацію знань, їх осмислення та передавання; обґрунтованість як висування на пітвердження новини переконливих доказів, фактів та аргументів; сугестивність як здатність сприймати психічний вплив з боку новин, ступінь сприйнятливості до впливу; оптимізація як процеси, що спрямовані на модернізацію, а також покращення існуючих механізмів досягнення бажаного результату.

Новина є інформацією про подію чи сукупність подій, що у межах певної галузі є новою або незвичною. Єдиного визначення новини наразі немає. Лінгвісти та журналісти пропонували різні версії цього визначення, але жодне не знайшло загального визнання в усьому світі. Новини мають бути досить неординарними та особливими, щоб привернути увагу громадськості.

Новини – це надійна, нейтральна та актуальна фактична інформація, що важлива та цінна для громадян демократичного суспільства. Новини – це не природне явище, яке безпосередньо виникає з «реальності», а продукт. Вони виникають у галузі, яка формується взаєминами між медіа та іншими галузями, бюрократичними та економічними структурами галузі, і, перш за все, відносинами з урядом та іншими політичними організаціями. Незважаючи на те, що загальноприйнятого визначення новин не існує, усі наведені версії є взаємодоповнюючими [3, с. 98].

Новини – це інформація, опублікована у газетах, на радіо, телебаченні та в Інтернеті про поточні події у певному регіоні, країні чи світі. Вони відіграють важливу роль у сучасному суспільстві та стали вікном для розуміння світу з такими перевагами, як своєчасність та об’єктивність. Наразі важко уявити сучасну людину, яка б не володіла новинами. Вони збагачують наш культурний кругозір, роблять нас обізнаненими та дають можливість бути у постійному режимі реального часу й подій. Інформація, яку подають новини, виконує функцію інформування громадськості. В офіційних новинах, через вплив ціннісних орієнтацій та інших факторів у дискурсі, наявний прихований ідеологічний зміст, який зазвичай легко сприймається аудиторією [6, с. 18].

Відповідно до традиційного аналізу цінностей новин, проведеного Йоганном Галтунгом і Марі Руге, можна виділити дванадцять факторів цінності новин:

a) частота – окремі події вибираються частіше, ніж довгострокові тенденції;

б) порогове значення – чим більша інтенсивність події, тим вище кореляція;

в) двозначність – чим менше двозначності, тим чіткіше розуміється та пояснюється подія;

г) важливість – чим більша культурна близькість і актуальність події, тим більша її новинна цінність базується на принципі етноцентризму, згідно з яким важливішими є країни та суспільства, які вважаються нашими;

ґ) гармонія – відноситься до подій, які люди очікують або хочуть щоб вони відбулися;

д) неочікуваність – якщо подія відбувається без попередження, її актуальність зростає;

е) безперервність – тенденція новин продовжувати висвітлювати подію протягом певного періоду часу, оскільки читачі вже знайомі з подією і тому можуть легше її зрозуміти;

є) композиція – подія вважається більш гідною висвітлення, якщо вона відповідає збалансованості чи гармонії газети;

ж) посилання на елітні країни – засоби масової інформації більше зосереджуються на країнах, які вважаються елітними у певній культурі (наприклад, Сполучені Штати вважаються елітною країною);

з) посилання на еліти – елітарні особи, такі як знаменитості, вважаються більш гідними висвітлення у новинах, ніж звичайні люди;

и) посилання на окремих осіб – тенденція ЗМІ до персоналізації, яка викликає відчуття ідентичності, але також приховує соціальні, політичні та економічні фактори;

i) згадування негативних подій – негативні події вважаються більш заслуговуючими на висвітлення, ніж позитивні [8, с. 74].

А. Вежбицька називає новинні дискурсивні маркери «маленькими словами», які є тим, що відрізняє людську мову від мови робота. На думку авторки, саме ці маленькі слова і здатні передати квінтесенцію людської комунікації. Вона розглядає такі підходи до їхнього вивчення як:

1. Підхід «лексичного еквівалента», вважається найпростішим, який визнає правомірно повну відповідність певних дискурсивів один одному.

2. Функційний підхід, згідно з яким характеризується функція дискурсивів у контексті конкретному.

3. «Конверсативний» або «дискурсивний» підхід є пов’язаним з розмовною структурою.

4. Підхід «абстрактного пояснення» здійснюється через прикріплення до партикул абстрактних дескриптивних ярликів.

5. «Логічний» підхід, що передбачає переклад на цільову мову певних партикул.

6. «Перформативний» підхід, щоб через перформативні дієслова проаналізовувати партикули.

7. «Скалярний» підхід, згідно з яким різні партикули класифікують згідно позицій, що вони займають відносно «континууму» семантичного.

8. «Радикально-прагматичний» підхід, який приписує семантичні експлікації до часток.

9. Підхід «перефразування», коли свідомо перефразовують частки.

10. Підхід семантичних примітивів, що націлений на вияснення семантичної цінності партикули шляхом її перефразування.

11. Підхід «за Локком», коли для вирахування значення партикули реконструюється через інтроспекцію речення з нею.

12. «Лейбниціанський» підхід пропонує формулу, яка задовольнятиме усі приклади партикул. Відповідно підходу серед часток полісемія також можлива, як і серед частин мови повнозначних.

13. Підхід «екземпліфікації вживання» визнає правомірну ілюстрацію стосовно партикулярного вживання шляхом представлення прикладів щодо їхнього вживання замість «методу наведення синонімів» [3, с. 217].

Новинний дискурс має інтерактивний характер, протікає у режимі реального часу, відображає усі зміни суспільного життя. Журналісти використовують вибір слів для встановлення соціальних стосунків між людьми у новинному дискурсі. Іншими словами, вибір лексики дуже важливий для аналізу новинного дискурсу. Наприклад, номіналізація означає, що адресат використовує іменник або іменникову фразу, а не дієслівну структуру чи речення для вираження свого значення. Вона може створювати об’єктивні ефекти, видаляючи модальні частини, розмиваючи поняття часу, приховуючи учасників процесу чи причинно-наслідкові зв’язки тощо. Крім того, пасивація також виконує функцію приховування причинно-наслідкових зв’язків і забезпечення зручності для дійової особи [16, с. 217].

Новинний дискурс, як тип комунікативного дискурсу, є надзвичайно важливим об’єктом дослідження комунікації у сучасному суспільстві. Вивчення феноменів новинного дискурсу існує не лише у сфері соціальної комунікації чи лінгвістики, а й у багатьох інших гуманітарних дисциплінах: філософії, соціології, психології, політології тощо [14, с. 241].

Масовість аудиторії популярних медій свідчить про те, що їхні погляди не сильно відрізняються від поглядів суспільства у цілому або, принаймні, від поглядів певних демографічних категорій, які вони в основному становлять, - однак погляди, виявлені у будь-якому соціологічному дослідженні, вже є наслідком впливу новинного дискурсу (як, звісно, й багатьох інших). Достовірності висновків дослідника, а точніше гіпотез дослідника, може також сприяти його власна приналежність до досліджуваного суспільства, життєвий досвід, спілкування та медіаспоживання у ньому – і, водночас, використання цього досвіду містить загрозу, що уявлення та реакції певної групи буде поширено на все суспільство.

* 1. **Функційні стилі як засоби породження дискурсу новин.**

Поряд з поняттям дискурсу, що об’єднує у собі лінгвістичні та екстралінгвістичні складові, котрі однаковою мірою необхідні для розуміння та інтерпретації тексту, функціонує поняття стиль. У сучасному мовознавстві термін «стиль» (англ. style) переважно вживається у значенні «функціональний мовний стиль». Згідно зі словником лінгвістичних термінів, стиль – це різновид літературної мови, мовна підсистема, пов’язана з певною мовленнєвою галуззю та зі своєрідною лексикою, формулюванням, морфологічними змінами та структурою [13, с. 234]. Т. В. Яхонтова визначає стиль як «сукупність прийомів добору і сполучуваності мовних засобів або їх систем, об’єднаних спільністю функцій або сфер використання» [15, с. 121].

До функціональних стилів англійської мови відносяться: науковий стиль; розмовний стиль; художній стиль; публіцистичний стиль; офіційно-діловий стиль. Функційні стилі є засобами породження дискурсу новин [2, с. 61].

У сучасній стилістиці мова ЗМІ традиційно розглядається як окремий підстиль публіцистичного стилю, який обслуговує журнали, радіо, телебачення, рекламу. Однак термін «мова ЗМІ» має ширше значення і включає будь-які усні чи письмові новини [13, с. 139].

Однією з головних характеристик публіцистичного стилю є поєднання двох тенденцій – експресивної та стандартної. Це пов’язано і з функціями, які виконують новини: функцією надання інформації та контенту, а також функцією переконання та емоційного впливу. Вони мають особливий характер у своєму публіцистичному стилі. Тенденція до стандартизації означає прагнення новинної журналістики до ясності та інформації, що характерно для науково-ділового стилю. Важливою причиною появи стандартних, а іноді навіть газетних штампів було прагнення до виразності, що визначило наступні тенденції. Експресивні тенденції виявляються як прагнення до доступності й образності у виразних формах, що є характеристиками художнього стилю й розмовної мови – у новинній мові ці стилістичні характеристики переплітаються [19, с. 118].

Публіцистичний стиль як стиль новинного дискурсу характеризується широким використанням суспільно-політичної, соціально-економічної, науково-технічної, виробничої, медичної та спортивної термінології, а також точними назвами (подій, дат, місць, учасників). У публіцистичному стилі для поповнення словникового складу мови активно використовуються іншомовні слова та словоелементи [21, с. 145].

Медійний стиль, до котрого також відность і газетно-новинні тексти, - це різновид газетно-публіцистичного стилю, який характеризується логічністю оповіді, чітким викладом фактів й подій, широтою викладу, часто наявністю термінології з певних областей (політика, економіка та ін.), розподіл на логічні сегментні відрізки.

Специфіка сучасного стилю новин як функційного полягає у тому, що він має певне функційне призначення (інформувати людей про події), систему мовних елементів, способи їх добору та вживання, взаємного поєднання та зв'язку.

Відзначимо, що серед жанрово-тематичної різноманітності новинних текстів: новинний матеріал (хроніка подій; інтерв'ю; аналітичні оцінки на різні теми (економіка, політика, фінанси, соціальне життя, соціальні проблеми, наука, мистецтво та інше); спортивні новини; репортажі.

Новини можуть бути друкованими або електронними. Друковане видання вирізняється зручністю використання, читач отримує інформацію у повному обсязі; вся інформація правильно скомпонована. Електронне видання характеризується тим, що відсутня процедура тиражування; інформація доступна всім Інтернет-користувачам; легко структурувати інформацію, робити тематичні добірки інформації; присутня можливість читати на іноземній мові, використовувати програмне забезпечення, яке забезпечить автоматичний переклад тексту; наявну інформацію у статтях можна легко використовувати (копіювати, цитувати); користувач може легко ознайомитися з виданням, навіть не купуючи його.

Електронні новини мають переваги у порівнянні з друкованими. Вони містять можливості термінової публікації, завдяки чому є оперативнішими.

* 1. **. Методологія дослідження дискурсу новин.**

Т. ван Дейк стверджував, що дискурс є складною формою пізнання, аналіз якої потребує побудови вбудованих у дискурс структур репрезентації знань. Він обрав «модель ситуації», яка базується на знаннях учасників, їхньому попередньому досвіді, а також на їх почуттях та емоціях. Тому не дивно, що звичайні люди по-різному сприймають соціальну інформацію.

Відповідно дискурсивно-історичного методу до дослідження дискурсу, новинний дискурс слід вивчати на соціально-психологічному, когнітивному та лінгвістичному рівнях. Цей підхід характеризується включенням лінгвістичного та історичного матеріалу в аналіз дискурсу.

Корисним буде метод лінгвостилістики. Предметом лінгвостилістики є «стилістично забарвлені мовні засоби, виражальні можливості слів і речень» [3, с. 149].

Для аналізу дискурсу найбільш плідним і науково обґрунтованим методом є комплексний метод, який включає ідентифікацію та дослідження як мовленнєвих компонентів, так і прагматичних факторів.

Для всебічного, повного та об’єктивного аналізу загальнотеоретичних позицій, стосовно підходів до розуміння дискурсу; специфіки новинного дискурсу; функційних стилів як засобів породження дискурсу новин, використовуються філософські та загальнонаукові методи.

Описовий аналіз застосовано для виявлення структурних компонентів лінгвостилістичних особливостей англомовного дискурсу новин: на матеріалі онлайн-публікацій BBC. Нами буде досліджено лінгвостилістичні характеристики мовних засобів у медійних публікаціях BBC, зокрема стилістична акцентуація як засіб впливу і моделювання. Разом з цим буде виявлена лінгвостилістика номінацій базових концептів «новинного простору». Окрім цього, ми розглянемо лінгвостилістичні особливості реалізації стратегій і тактик у новинних публікаціях ВВС.

Також, у процесі дослідження, нами буде досліджено особливості англійськомовного медіадискурсу на рівнях мови.

**Висновок до розділу I.**

Немає єдиного підходу до розуміння дискурсу, різні вчені його трактують по-різному: дискурс визначається текстом, або текст визначається дискурсом; дискурс розуміється як когнітивні процеси, пов'язані з продукуванням мовленнєвих актів; дискурс розглядається як низка взаємопов’язаних висловлювань, об’єднаних спільною метою; дискурс визначається як комунікативна діяльність, інтерактивне явище, потік мовлення з різними формами вираження (усної, письмової), що відбувається у межах певного каналу спілкування, на який впливають стратегії і тактики учасників; дискурс вважається формою вербальної комунікації, яка передбачає стосунки між мовцем і слухачем та є міжособистісною діяльністю; дискурс розуміється як складна комунікативна подія; дискурс пояснюється як соціолінгвістичні структури, створені адресатами у конкретних комунікативних, соціальних і прагматичних ситуаціях.

Новинний дискурс є однією зі складових загального медійного дискурсу. Він пояснюється як мовна подія, що характеризується інтерактивністю та відбувається у реальному часі, відображаючи всі зміни й події у суспільстві. Новини це складовий елемент новинного дискурсу. До основних ознак новинного дискурсу відносяться: лаконічність та спрощення, повнота, точність, оперативність та гібридизація, сконцентрованість матеріалу, модифікація, багатомірність думок, редакційна чесність.

Специфіка сучасного стилю новин як функційного полягає у тому, що він має певне функційне призначення (інформувати людей про події), систему мовних елементів, способи їх добору і вживання, взаємного поєднання та зв'язку. Новини можуть бути друкованими або електронними.

Друковане видання вирізняється зручністю використання, читач отримує інформацію у повному обсязі; вся інформація правильно скомпонована. Електронне видання характеризується тим, що відсутня процедура тиражування; інформація доступна всім Інтернет-користувачам; легко структурувати інформацію, робити тематичні добірки інформації; присутня можливість читати на іноземній мові, використовувати програмне забезпечення, яке забезпечить автоматичний переклад тексту; наявну інформацію у статтях можна легко використовувати (копіювати, цитувати); користувач може легко ознайомитися з виданням, навіть не купуючи його. Електронні новини мають переваги у порівнянні з друкованими. Вони містять можливості термінової публікації, завдяки чому є оперативнішими.

Для аналізу дискурсу найбільш плідним і науково обґрунтованим методом є комплексний метод, який включає ідентифікацію та дослідження як мовленнєвих компонентів, так і прагматичних факторів. Для всебічного, повного та об’єктивного аналізу загальнотеоретичних позицій, стосовно підходів до розуміння дискурсу; специфіки новинного дискурсу; функційних стилів як засобів породження дискурсу новин, використовуються філософські та загальнонаукові методи. Описовий аналіз застосовано для виявлення структурних компонентів лінгвостилістичних особливостей англомовного дискурсу новин: на матеріалі онлайн-публікацій BBC.

**Розділ II. Функційно-композиційні характеристики дискурсу новин.**

**2.1. Новина як дискурсивний жанр.**

Жанр − тип художнього твору, що характеризується певними постійними, повторюваними особливостями форми і змісту. Жанр є композиційно стійким і стилістично типовим оформлення певного стилю тексту [2, с. 73].

Український дослідник І. Л. Михайлин визначає жанр як канал передачі певної інформації. Було б некоректно пов'язувати цей жанр виключно з формою журналістського твору, навіть якщо він сформувався глибоко в історії і його структурні особливості є стабільними. Жанр − це єдність змісту і форми [9, с. 129].

Новини у журналістиці − це самостійний вид інформації, що характеризується стислим викладом ключових відомостей про нещодавню подію.

Всі традиційні жанри новин більшою чи меншою мірою активно використовуються й у мережі. Найпоширенішими є замітки, які тепер часто називають новинами. Їх структура така ж, як і у газетах, тільки адаптована до особливостей подання інформації в Інтернеті. Також поширені аналітичні статті, інтерв’ю, репортажі та авторські колонки – їх можна знайти практично на будь-якому інформаційному порталі.

Типовою рисою дискурсивної спільноти є наявність одного чи кількох жанрів. Джон Свейлз, фахівець з питань американського жанру, вважає, що жанр має такі характеристики:

1) жанр є класом комунікативних подій;

2) жанр – це певний набір комунікативних цілей;

3) жанр має структурну та змістовну подібність, обмеженість синтаксичного, лексичного та стилістичного планів, орієнтацію на певну аудиторію;

4) визначення та використання дискурсивними спільнотами [13, с. 187].

Журналістські матеріали класифікуються за жанрами, які самі за жанровою ознакою поділяються на кілька основних груп. О. Гриценко та В. Шкляр висловлюють таку думку щодо групування новинних жанрів: «Очевидно, що всі новинні жанри несуть релевантну інформацію, хоч і різного характеру. Насправді поділ жанрів на відповідні групи багато у чому базується на відмінностях і складності інформації» [15, с. 347].

Українські вчені Д. Прилюк, В. Шкляр та В. Здоровега навели у своїх працях критерії поділу новин на жанри:

1) об’єкт відображення;

2) реалістичний обсяг висвітлення та обсяг узагальнення;

3) характеристика літературно-стилістичних засобів вираження думки [15, с. 194].

В. Здровега сформулював їх так: перший із них − це предмет відображення, тобто конкретний життєвий матеріал, який становить основу журналістської праці.

Є ще один аспект проблеми, який слід мати на увазі, говорячи про залежність журналістики від об’єктів відображення. Фактично всю сукупність журналістських творів можна поділити на дві нерівноцінні жанрові групи: твори, що безпосередньо відображають дійсність (замітки, листи, кореспонденції, репортажі, нариси, фейлетони), і твори, опосередковані інтелектуальними об’єктами, які є вторинними (рецензії, огляди преси, репортажі, фрагменти інтерв’ю тощо). У другорядних творах журналісти мають справу з кимось відображеною дійсністю. Автор порівнює подане з життям, зі своєю позицією, а інколи просто співвідносить сказане, написане чи висловлене.

Другим і чи не найважливішим критерієм поділу журналістських творів на жанри є мета викладу. Багато залежить від цілей, які ставлять перед собою редакція і конкретний автор. Якщо є необхідність повідомити про ту чи іншу подію, то ми маємо справу із заміткою, хронікою, тим, що насамперед об’єднується поняттям «новина» [8, с. 49]. Коли потрібна детальніша реконструкція події, автор звертається до репортажу. Позиція людини, її сприйняття того чи іншого явища, її думки і висновки – все це вимагає діалогічного відображення дійсності. Тут і з’являється інтерв’ю – жанр із різними модифікаціями – від запису виступу людини до аналітичної розмови журналіста зі співрозмовником.

Людям потрібно не тільки про щось повідомити, а й проаналізувати явище, сукупність фактів, суспільний процес, порушити те чи інше питання, що виникає у житті, відроджуючи таким чином такі жанри, як рецензія, стаття тощо.

Третій критерій – реалістичність охоплення, масштаб узагальнення. Цей критерій відрізняє не тільки інформаційно-описовий матеріал від аналітичного, але й літературні різновиди у групі аналітичного типу. Найбільше це помітно при порівнянні усталених журналістських форм, таких як огляди, статті, коментарі тощо. Вони відрізняються серед інших якраз широтою життєвого охоплення та масштабом узагальнення [16, с. 98].

Четвертий критерій віднесення журналістських творів до жанрів − специфіка літературно-стилістичних засобів. Одні стилістичні прийоми використовуються для інформації про події, інші – для есе чи фейлетонів.

Публіцистичні жанри групуються за ознаками: домінування інформаційного характеру – публіцистика більш складне поєднання аналітики та образного художнього осмислення дійсності у художніх і публіцистичних творах [5, с. 61].

Обсяг актуальної інформації постійно зростає, тому основною проблемою мас-медійного дискурсу є пошук компактних форм для передачі інформації. Це зумовлює появу та розвиток нових жанрових форм мас-медійного дискурсу загалом та новинного зокрема.

BBC News вважається однією з найпотужніших новинних платформ, яка збирає навколо себе велику кількість користувачів з усього світу. Її місія – діяти у суспільних інтересах і служити інтересам усіх аудиторій, надаючи неупереджену, високоякісну, оригінальну інформацію, освітні та розважальні матеріали та послуги.

Також, BBC News використовує машинозчитувані маркування у шести категоріях:

Новини – повідомлення нової інформації, що заснована на подіях, де були присутні свідок, репортер, або повідомлення з перевірених і надійних джерел.

Аналіз – матеріал, заснований насамперед на досвіді автора, журналістів BBC або зовнішніх експертів, з метою розуміння складних поточних подій і тенденцій.

Запитайте аудиторію – матеріал, що створений для отримання реакції аудиторії.

Роз'яснення – матеріал, що пояснює контекст подій у новинних повідомленнях.

Особиста думка – BBC News зазвичай не виражають власних думок, але іноді вони публікують особисті погляди сторонніх експертів.

Огляд – матеріал, що містить оцінку події з перших рук.



Як бачимо, інформація на сторінці BBC News містить такі рубрики: «Home, News, Sport, Business, Innovation, Culture, Travel, Earth, Video Live».

Під переліком рубрик нижче виділені окремими пунктами найважливіші новини:

* Israel-Gaza War
* War in Ukraine
* UK General Election
* India Election
* US & Canada
* UK
* Africa
* Asia
* Australia
* Europe
* Latin America
* Middle East
* In Pictures
* BBC Verify.

**2.2. Фреймово-логічна структура новинного повідомлення.**

Як основа когнітивної структури – образів, що виражені у мові, уявленнях тощо розглядаються фрейми. Фреймінг – це когнітивний феномен, що є багаторівневим та безпосередньо пов’язаним із процесами класифікації мови, зберігання та інформативного представлення, мовного продукування та дискурсної організації.

Фрейм (англ. Frame – «каркас», «рамка») є «структурою, що робить опис якогось складного об’єкту, абстрактного зображення чи моделі для представлення певної концепції (уявного стереотипу)».

За походженням розрізняють такі типи фреймів:

1) первинні, що дозволяють локалізувати, сприйняти, а також визначити нескінченну кількість подій і давати їм назви;

2) вторинні, ті, що змінюють поведінку відповідно до діяльності, яку сприймає первинна фреймова система.

За типом інформації, яку представляє фрейм є: когнітивно-семантична, що відображає конкретні структури мислення та культурна, що використовується для подання інформації про особливі елементи культури.

Фреймово-логічна організація новинного повідомлення – це логічний концептуальний каркас, навколо якого будуються мовні та екстралінгвістичні структури новинної інформації, що відображаються у структурному складі новинної інформації, структурно-тематичній (на глибинному рівні), лексико-семантичній та лінгвістичній (локальній) організаціях, тим самим характеризуючи його глобальну й локальну зв’язність, комунікативні й лінгвістичні функції.

Відмінною є теорія С.А. Жаботинської, яка стверджувала, що у фреймах йдеться не про певний тип значення, а про мовні моделі. Таким чином, фрейми групуються на такі типи:

 (1) Предметний фрейм, де одна і та ж сутність (ЩОСЬ чи ХТОСЬ) охарактеризовується за такими параметрами як кількісні, якісні, буттєві, локативні та темпоральні. Вони представляються у пропозиційному наборі, в якому поміж предметом та властивостями існує взаємозв’язок: кількість, якість, спосіб буття, місце та час буття.

(2) Акціональний фрейм, де наділені семантичними ролями кілька предметів, які є учасниками події.

(3) Посесивний фрейм демонструє зв’язки ЩОСЬ – pоssessоr має pоssessed. Посесивне ставлення специфікується у субфреймах: оwner містить оwned; ціле містить частину; контейнер містить вміст.

 (4) Ідентифікаційний фрейм являє категоризаційні відносини, що виявляються у варіантах: ЩОСЬ-індивід є ЩОСЬ-вигляд; індівід є рід; індивід є роль.

(5) Компаративний фрейм, що формується тотожними зв’язками, схожістю: тотожність – ЩОСЬ-референт є як ЩОСЬ-корелят; схожість – референт є як корелят; подобу – референт є як корелят. [7, с. 11].

Як окремий текстовий тип новинні повідомлення мають свою канонічну структуру, спільну схему організації змісту.

    



 

 

Важливу роль відіграє особа чи організація, яка надає інформацію до ЗМІ з певною метою й експерт – «третя особа», яка висловлює авторитетні думки. «Як частина міжкадрової сітки ці сутності визначаються як рольові слоти: агент, пацієнт, інструмент, ціль та експерт» [23, с. 79].

Отже, міжфреймова структура прототипних значень типового новинного повідомлення про певну подію включає у себе фрейми, що є базовими: предметний, що містить слоти – подія є стільки (кількість), подія є така (якість), подія існує так (спосіб буття), подія існує там і тоді (місце і час); акціональний – подія (агент) діє на когось (пацієнт), подія діє для чогось (ціль), подія діє з чимось (інструмент), подія діє для когось (бенефіціант), подія творить щось (результат); ідентифікаційний – подія є чимось (роль); посесивний – подія (власник) має щось (власність).

Універсальна схема фреймової моделі новинного повідомлення показує, що існує прямий зв’язок між верхніми вузлами – суб’єкт та об’єкт, що ілюструє двосторонню модель симетрії тексту, яка представляє активну взаємодію між суб’єктом та об’єктом для досягнення взаєморозуміння. Вузол мети передає мету новинного повідомлення, яка складається з різних проявів впливу, що досягаються на різних мовних рівнях (лексика, граматика, синтаксис, стиль тощо). Цей вузол не завжди виражений явно, найчастіше він виражається за допомогою комунікативних маніпуляційних стратегій.

**2.3. Тактико-стратегічне аранжування дискурсу новин.**

Зважаючи на сучасні події, комунікаційні стратегії і тактики у новинах стають важливими інструментами формування громадської думки, мобілізації людей та підтримки прийняття рішень. Використання комунікації у суспільно-політичному житті викликає і охоплює широкий спектр подій, є важливим чинником у формуванні та розвитку історії та комунікаційного процесу не тільки країни, а й світу. У наш час, де точаться війни, а геополітична напруженість стала невід’ємною частиною глобальної реальності, комунікаційні стратегії і тактики, що використовуються у новинному дискурсі, набувають ще більшого значення.

Дослідження стратегій і тактик базуються переважно на теоретичних працях, які включають їх класифікацію у різних типах контекстів дискурсу. Такі вчені, як Ф. Бацевич, Г. Почепцов, О. Ярошенко та інші, зробили значний вклад у дослідження комунікативних стратегій у новинному дискурсі [7, с. 56].

Враховуючи різноманітність застосувань та функцій понять стратегій і тактик, вчені ще не дійшли до єдиного визначення цих термінів. Це не дивно, оскільки інформаційне наповнення кожного з них є досить великим, а можливий вибір застосування у різних наукових областях залишає можливість додавати або навпаки видаляти певні елементи залежно від їх призначення. Стратегію розуміють як свідомо сплановану сукупність дій, спрямованих на досягнення певних цілей у процесі спілкування. Це включає вибір методів, каналів, стилів і форматів, які найбільш ефективно сприятимуть досягненню цих цілей. Стратегії можна адаптувати до різних контекстів та аудиторій, включаючи різні культурні, соціальні та професійні умови. Вони можуть включати такі елементи, як вибір мови чи жаргону, використання невербальних сигналів, тон і гучність повідомлень, вибір каналу спілкування (наприклад, вербальне, письмове, цифрове спілкування).

Комунікативна стратегія є когнітивним процесом. Це глобальний рівень усвідомлення ситуації та події, у котрій мовець співвідносить комунікативну мету з мовним вираженням [8].

Існують й інші визначення комунікаційної стратегії, але незважаючи на це, основна її ідея є незмінною. Такі вчені як К. Ферх і Дж. Каспер визначають комунікаційні стратегії «підсвідомими планами», що людина використовує для вирішення проблем з метою досягнення конкретних цілей спілкування.

Ф.С. Бацевич поняття «комунікативної стратегії» визначає у теорії дискурсу як ефективних кроків у спілкуванні та їх гнучкої адаптації до конкретних ситуацій» [8, с. 73]. Стратегії передбачають використання вербальних та невербальних засобів досягнення цілей і є невід’ємною частиною комунікативної поведінки.

Варто зазначити, що комунікативна стратегія є основним елементом побудови ефективних тактик і стратегій. Ці стратегії мають бути гнучкими та здатними адаптуватися до мінливих обставин і потреб аудиторії. Вони також повинні враховувати особисті характеристики подання новини, такі як стиль, емоційний стан, особисті переконання та досвід.

Згідно О. Яшенкової, відповідно призначення функціонального, стратегії у новинному дискурсі варто розподіляти на основні, а також допоміжні [16, с. 108]. До основних стратегій належать когнітивні та семантичні. Вони є зосередженими на цілях і мотиваціях найважливіших. Ці стратегії можуть визначати певний вплив, що діє на реципієнта. Як приклад такої стратегії є підпорядкування або дискредитація. Допоміжні стратегії застосовують з метою створити повідомлення, що будуть ефективними та для найкращого впливу на інформаційних одержувачів. До стратегій допоміжних відносяться прагматичні, діалогу, а також риторичні стратегії. Прагматичні стратегії є такими, що визначаються головними ситуаційними компонентами, серед них: автор, адресат, канал спілкування та ситуація комунікативна. Стратегії діалогу допомагають комунікантам встановити та проконтролювати розмову. Риторичні стратегії дають змогу використати презентаційні навички для того, щоб встановити з адресатом максимально ефективну комунікацію.

О. Чепіль згідно навантаження функціонального як критерію щодо типології стратегій комунікаційних виокремлює стратегії: інформаційні, оцінно-та афективно-впливові, регулятивно-мотиваційні, а також традиційні комунікативні [11, с. 230].

Стратегії інформаційної комунікації наголошують на повідомленнях, що впливають на поведінку одержувача (вербальну чи невербальну). Як приклад стратегії інформаційної комунікації наведемо статтю «At least seven dead in Russian missile attack on Kharkiv» [27], в якій повідомляється інформація про щонайменше семеро загиблих внаслідок російського ракетного обстрілу Харкова та поради щодо того, щоб люди залишались у сховищах задля своєї власної безпеки.

Стратегії оцінки та впливу передбачають вплив аксіологічний відповідно реципієнта для того, щоб створити необхідний клімат комунікаційний. Наприклад, використана стратегія оцінки та впливу у статті «Growing up under fire: Ukraine’s children adapt to survive Russia's invasion» [32]. Тут розповідається про те, що діти ростуть під обстрілом: українські діти адаптуються, щоб пережити вторгнення Росії.

Афективно-впливові вимагають підтримки та визначення емоційного стану, в якому перебуває реципієнт (щастя, радість, співчуття, похвала тощо). Наприклад, у статті «Jeremy Bowen: Ukraine faces its worst crisis since the war began» [34] автор зазначає, що Україна переживає найгіршу кризу з початку війни.

Ця стратегія показує, що змінюється психічно-емоційний стан аудиторії (від співчуття до відчуття гордості за людей) та спонукає її до активних дій (не здаватись, ні за яких обставин).

Регулятивно-мотиваційні керують поведінкою через повідомлення, що виражають пропозиції, прохання, накази, скарги тощо. Наприклад, у статті «Russia must pay for Ukraine rebuild, Blinken says» [37] зазначається про те, що Росія повинна заплатити за відновлення України.

**Висновок до розділу II.**

Новини у журналістиці − це самостійний вид інформації, що характеризується стислим викладом ключових відомостей про нещодавню подію. Всі традиційні жанри новин більшою чи меншою мірою активно використовуються і у мережі. Найпоширенішими є замітки, які тепер часто називають новинами. Їх структура така ж, як і газети, тільки адаптована до особливостей подання інформації в Інтернеті. Також поширені аналітичні статті, інтерв’ю, репортажі та авторські колонки – їх можна знайти практично на будь-якому інформаційному порталі. BBC News розрізняє фактологічний репортаж та особисту думку. BBC News використовує машинозчитувані маркування у шести категоріях: новини, аналіз, запитайте аудиторію, роз'яснення, особиста думка, огляд. Інформація на сторінці BBC News містить такі рубрики: «Home, News, Sport, Business, Innovation, Culture, Travel, Earth, Video Live». Під переліком рубрик нижче виділені окремими пунктами найважливіші новини: Israel-Gaza War, War in Ukraine, UK General Election, India Election, US & Canada, UK, Africa, Asia, Australia, Europe, Latin America, Middle East, In Pictures, BBC Verify. Дане дослідження базувалося на англійськомовному новинному ресурсі BBC News, а саме на розділі «War in Ukraine».

Фреймово-логічна організація новинного повідомлення – це логічний концептуальний каркас, навколо якого будуються мовні та екстралінгвістичні структури новинної інформації, що відображаються у структурному складі новинної інформації, структурно-тематичній (на глибинному рівні), лексико-семантичній та лінгвістичній (локальній) організаціях, тим самим характеризуючи свою глобальну й локальну зв’язність, комунікативні й лінгвістичні функції. Текст новинного повідомлення, як основна і вища вербальна єдність, як макросимвол, є тригранником, що об'єднує форму, зміст та функцію. Як окремий текстовий тип новинні повідомлення мають свою канонічну структуру, спільну схему організації змісту. За наявності різноманітних варіантів каркасного моделювання, ця модель є найбільш вдалою для побудови загальної семантичної структури новинних повідомлень. Особа чи організація, яка надає інформацію до ЗМІ з певною метою й експерт – «третя особа», яка висловлює авторитетні думки. Як частина міжкадрової сітки, ці сутності визначаються як «рольові слоти»: «агент, пацієнт, інструмент, ціль та експерт». Міжфреймова структура прототипних значень типового новинного повідомлення про певну подію включає у себе п’ять фреймів, що є базовими: предметний; акціональний; ідентифікаційний; посесивний. Загальна схема фреймової моделі новинного повідомлення показує прямий зв’язок між верхніми вузлами – суб’єкт та об’єкт, що ілюструє двосторонню модель симетрії тексту, яка представляє активну взаємодію між суб’єктом та об’єктом для досягнення взаєморозуміння. Вузол мети передає мету новинного повідомлення, яка складається з різних проявів впливу, що досягаються на різних мовних рівнях (лексика, граматика, синтаксис, стиль тощо). Цей вузол не завжди виражений явно, найчастіше він виражається за допомогою комунікативних маніпуляційних стратегій.

Комунікативна стратегія є основним елементом побудови ефективних тактик і стратегій у новинному дискурсі. Ці стратегії мають бути гнучкими та здатними адаптуватися до мінливих обставин і потреб аудиторії. Вони також повинні враховувати особисті характеристики подання новини, такі як стиль, емоційний стан, особисті переконання та досвід. Вчені стратегії новинного дискурсу поділяють її на різні види, серед них: основні та допоміжні; інформаційні, оцінно-впливові, афективно-впливові, регулятивно-мотиваційні та традиційні комунікативні.

**Розділ III. Лінгвостилістичні характеристики мовних засобів у медійних публікаціях BBC.**

**3.1. Стилістична акцентуація як засіб впливу і моделювання.**

Стилістичні прийоми знаходяться у постійній взаємодії та доповнюють одне одного. Під час дослідження було виявлено, що у медійних публікаціях BBC вжиті синтаксичні стилістичні прийоми.

У статтях вживаються епітети, лексичні одиниці, які несуть за собою емоційний вплив. Наприклад, у статті «Russia could increase Ukraine attacks, says Zelensky» [36] наявні риси емоційної кульмінації. Тут спостерігаємо використання стратегії ухиляння від істини, що включає тактики перенесення, не бажання називати прямо цих «потенційних ворогів».

Також епітети зустрічаються у статті «Key weeks ahead for Russia’s war in Ukraine» [35]. Тут застосовується стратегія структурування за принципом релевантності, тобто тактики надання важливої інформації як на початку, так і вкінці повідомлення, а також використання структур з імплікативним потенціалом.

У тексті використовується синтаксичний паралелізм – схожість побудови речень, наприклад у кінці статті «Ex-Russian army commander detained over fraud charge» [30]. Речення подібні за будовою, мають подібну структуру граматичних основ і додатків. Використання під час побудови тексту однакових синтаксичних конструкцій служить посиленню емоційності висловлювання.

У статті «How is China supporting Russia after it was sanctioned for Ukraine war?» [33] простежуємо речення з нашаруванням однорідних членів (боєприпасів, танків, бронетехніки, ракет). Тут використовується стратегія групової ідентифікації – тактики інклюзивності та дистанціювання.

Риторичні запитання у статті «China-Russia relations: What is Xi Jinping prepared to pay for Putin’s war?» [29] підкреслюють емоційність висловлювання та вказують на власне авторську позицію. Тут застосовано стратегію модифікації іллокутивної сили висловлювань – тактики некатегоричної та категоричної номінації.

Однією з основних функцій новинної публікації є донесення інформації до одержувача у зрозумілій формі. Для досягнення цієї мети використовуються різноманітні методи обробки та відтворення інформації, щоб максимально точно донести інформацію до широкої аудиторії.

Стилю новинного дискурсу ВВС притаманне вживання власних імен (топонімів). Наведемо приклад статті «Russia must pay for Ukraine rebuild, Blinken says» [37], де наявні вживання власних імен: Volodymyr Zelensky, Antony Blinken, Vladimir Putin. Тут також зустрічаються топоніми, такі як: Ukraine, Washington, Russian. Спостерігаємо наявність метафори «now on its way» у значенні того, що допомога зараз йде, тепер у дорозі.

У цій статті застосовується стратегія імунізації висловлювань – тактики посилання на авторитети (Держсекретар США Ентоні Блінкен заявив, Вашингтон має повноваження) та вживання універсальних висловлювань (Україна «наближається до НАТО», військова допомога "зараз йде").

Наявне використання цифр для точності та інформативності даних. Наприклад у статті «Key weeks ahead for Russia’s war in Ukraine» [35]. Тут наявна стратегія структурування за принципом релевантності – тактики надання важливої інформації на початку та у кінці статті.

Далі простежується вживання великої кількості дат. Наприклад, у статті «The Russians simply walked in, Ukrainian troops in Kharkiv tell BBC» [41] вони вживаються з метою уточнення та наголошенні на важливості дати раптового наступу України восени 2022 року, який відкинув початкове російське вторгнення аж до кордону. Тут також наявний епітет «surprise offensive».

У статтях ВВС здебільшого наявні складні речення, особливо речення з порівняннями. Наприклад, у статті «Russia's glide bombs devastating Ukraine's cities on the cheap» [39]. Тут наводиться, що вибухова частина − це, по суті, звичайна вільнопадаюча чавунна бомба.

Також наявні припущення щодо того, що вибухові частини оснащені висувними крилами, які після того, як скинуть бомбу, відкинуться, щоб вона могла планувати на набагато більші відстані.

Спостерігаємо скорочення, наприклад у статті «At least seven dead in Russian missile attack on Kharkiv» [27]. Тут застосована стратегія ухиляння від істини, що включає тактики навішування ярликів, перенесення. Спочатку розповідається про те, що поставки зенітно-ракетних систем американського виробництва були відкладені через суперечки у Конгресі щодо багатомільярдного пакету допомоги Україні, який було ухвалено лише минулого місяця. Потім наводиться інформація щодо даних Всесвітньої організації охорони здоров’я (ВООЗ). Також зазначається, що люди, які залишаються біля кордону з Росією, стикаються зі «значними ризиками через триваючі бойові дії», не називаючи цих ризиків.

У статтях суспільно-тематична спрямованість лексики. Наприклад, така лексика присутня у статті «110 Ulez-scrapped vehicles are donated to Ukraine» [48]. Наявне припущення щодо того, що транспортні засоби, які нормам викидів не відповідають, можуть бути відправлені в охоплену війною країну замість утилізації.

У даному прикладі є стратегія імунізації висловлювань – тактики посилання на авторитети (у рамках лондонської програми з утилізації Ultra Low Emissions Zone (Ulez), Британсько-українська допомога (BUAID), ініціативи «Україна») та вживання універсальних висловлювань.

За допомогою стилістичних прийомів у статтяхстворююється ефект важливості повідомленої новини. Ці прийоми не порушують фрейм «ВІЙНА».

Отже, наведемо на рис. 3.1. підрахунок використання стратегій у статтях BBC.

Рис. 3.1. Використання стратегій у статтях BBC

Стратегія ухиляння від істини, застосовується у 25% проаналізованих статтей BBC, стратегія структурування за принципом релевантності – 25%, стратегія групової ідентифікації – 12,5%, стратегія модифікації іллокутивної сили – 12,5%, стратегія імунізації висловлювань – 25%.

**3.2. Лінгвостилістика номінацій базових концептів «новинного простору».**

Центральними у дискурсивних повідомленнях BBC News є концепти − ВІЙНА, АТАКА, БОРОТЬБА, КРИЗА (WAR, ATTACKS, STRUGGLE, CRISIS).

Теми статтей розгортаються навколо концепту «ВІЙНА». Семантичне поле цього концепту різне. У процесі вербалізації простежується світогляд у соціумі, опозиція «свій-чужий», активізація новотворів, професійна лексика. У ВВС продуковано такі поняття, як "full-scale invasion", "Russian aggression", "Russian invasion", "aggressor state", "Russian armed aggression", "military conflict". Також проявляється ще такий ряд мовної реалізації цього концепту як "struggle", "enmity", "bloodshed".

Наприклад, у статті «Ukraine makes gains in its other **war** – fighting corruption» [44], бачимо вживання «ВІЙНА»:

*«Fight is key to winning the existential* ***war*** *it is fighting with Russia; Corruption has also been a major obstacle to recruiting more men for the* ***war*** *with Russia; Thousands of Ukrainians also bribed their way out of the country to avoid being sent to the* ***war****; This is particularly important at a time of* ***war****»* [44].

Концепт «АТАКА» простежуємо у статті «Thousands flee Russian offensive in Kharkiv region» [42]:

«*A kamikaze drone* ***attacked*** *a moving car; The US-based Institute for the Study of War think tank has said the aim of Russia's assault in the Kharkiv region is to create a buffer zone to fend off Ukraine’s own cross-border* ***attacks****»* [42].

У цій статті спостерігаємо прийом градації – підсилення зазначеної тези з кожним наступним реченням. У першому реченні викладається думка, що розвивається далі, до неї додаються все нові й нові обставини, що посилює цікавість висловлювання й тримає читача у напрузі до останнього абзацу. У викладеному тексті ефект градації досягається завдяки використанню недомовок.

Наявний концепт «БОРОТЬБА» у статті «Growing up under fire: Ukraine’s children adapt to survive Russia's invasion» [32]:

*«An increasing number* ***struggle*** *to sleep, have panic attacks or flashbacks; But she still* ***struggles*** *with the sound of air raid sirens; The two were close and Lera still* ***struggles*** *to accept that Sasha has gone; But the boy from the north east still* ***struggles*** *to fit in»* [32].

Присутній й концепт «КРИЗА». Відмітимо його у статті «Jeremy Bowen: Ukraine faces its worst **crisis** since the war began» [34]:

*«Watch: Hard choices as Ukraine faces worst* ***crisis*** *since war began»*; *Their stoic composure cannot conceal the fact that Ukraine is in its worst* ***crisis*** *since the first few months after Russia’s full-scale invasion more than two years ago»* [34]*.*

Отже, у статтях ВВС концепт «ВІЙНА» належить до базових та містить розгалужену систему вербалізації, що і передає його своєрідність. Мовні репрезентанти цього концепту оцінно-марковані та забезпечують певну експресивність, емоційність і мовну динаміку.

**3.3. Лінгвостилістичні особливості реалізації стратегій і тактик у новинних публікаціях ВВС.**

Враховуючи, що інформування аудиторії є головною метою новинних статей, ми вважаємо інформаційні стратегії домінуючими у новинних публікаціях ВВС і визначаємо їх як комунікаційні макростратегії.

Наприклад, у статті «Russian strike on Kharkiv supermarket kills 12» [38] інформується про події у Харкові, про те, що у результаті нападу росіян на Харківський супермаркет загинуло 12 осіб.

В основі матеріалу лежить подія, що дає поштовх до роздумів, ана­лізу. Тому застосовується передусім стратегія інформу­вання. Повідомляється через припущення, що щонайменше 12 людей загинули та ще 43 отримали поранення, що під час нападу у супермаркеті могло бути понад 200 людей.

У новинній інформаційній статті разом з інформуванням здійснюється також оцінювання наданої інформації, що  є її другою основною метою. Присутня підкреслює занепокоєння, яке українці відчувають через те, що у них немає належної протиповітряної оборони.

Для досягнення ефекту впливу на аудиторію використовується стратегія консолідації, що про­являється у тактиці інте­грування.Ця тактика полягає у тому, що автор прагнене до об’єднання аудиторії навколо поглядів спільних, ідей, а також цінностей.

Новини здатні впливати і на емоційну сферу. Відомо, що коли вплив здійснюється на логічному та емоційному рівнях, це набагато ефективніше, ніж у разі його спрямування тільки на мисленнєву діяльність індивіда.

Наприклад, у статті «Growing up under fire: Ukraine’s children adapt to survive Russia's invasion» [32] йдеться про те, що українські діти ростуть під обстрілами, вони змушені адаптуватися, щоб пережити вторгнення Росії.

Ця стаття розпочинається дуже емоційно, з озвучення історії про 12-річну Леру, яка заново вчиться ходити, адже минулого літа російська ракетна атака розтрощила їй одну ногу, а друга сильно обпеклася. Також зазначається, що близько 2000 дітей були поранені або вбиті в Україні після початку повномасштабного вторгнення Володимира Путіна.

У наведеній статті використовується стратегія емоційного впливу. Тут втілюється тактика звернення до емоцій адресата і тактика драматизації. Тактика звернення до емоцій адресата використовує докладне детальне подієве описування.Тактика драматизації у цій статті полягає у наданні описуваним ситуаціям зворушливого характеру.По всій Україні молодь переживає втрату, страх і тривогу. Все більше людей намагаються заснути, мають напади паніки або спогади.Також спостерігається сплеск випадків дитячої депресії серед покоління, яке росте під обстрілами.

Стратегія формування громадської думки є визначальною у реалізації головної мети новинної дискурсивної діяльності, а інші комунікаційні стратегії їй підпорядковані. У статті «Force Russia to make peace, Zelensky urges West» [31], Володимир Зеленський закликає Захід змусити Росію піти на мир. Президент України Володимир Зеленський підбурював лідерів Заходу тиснути на Росію до миру, використовуючи «всі необхідні засоби».

Подається й стратегія інформування, що втілюється у тактиці послідовності викладення подій. Так, при доборі події, автор допису зорієнтовується насамперед на її соціальну значущість та цінність.

У цій статті розповідається про міжнародні поїздки В. Зеленського, які мають позитивний вплив, адже вони забезпечують військову та гуманітарну допомогу.

Стратегія інформування громадськості про найбільш важливі події досягається завдяки тактики добирання інформації, подавання інформації, послідовності викладення подій. Наприклад, у наступній статті «Jeremy Bowen: Ukraine faces its worst crisis since the war began» [34] наявна інформація від Джеремі Боуена про те, що Україна переживає найгіршу кризу з початку війни.

Докладний опис реалій у цій статті створює певне відчуття, ніби причетності до подій, про які розповідається. Цей прийом викликає у читачів довіру. Вони представляють події, що розповідаються автором і, відповідно, переживають його емоції.

В основі подання матеріалу цієї статті лежить якийсь факт, який дає поштовх до роздумів, а також для ана­лізу та коментаря і, врешті, до діалогу з читачем та певного заохо­чення висновків власних. Тому присутня стратегія інформування, що є втіленою через тактику привернення уваги.

Тут також застосована тактика драматизації, що полягає у наданні описуваному драматичного характеру, адже розповідається про те, що мішок із трупами виносили із залишків палаючої друкарської фабрики менш ніж через годину після того, як Росія вдарила по ній серією ракет вдень 23 травня. Внаслідок нападу загинули семеро людей.

Більш того, у цій статті використана стратегія емоційного впливу у тактиці звернення до емоцій адресата. У тексті розповідається про тривалу війну у формі цитат пораненених чоловіків із садового центру, які лежали на лікарняних ліжках.

Отже, у новинних інформаційних статтях BBC News реалізовані комунікативні стратегії і тактики, що спрямовані на  досягнення відповідних основних цілей публікацій.

**Висновок до розділу III.**

Стилістичні прийоми знаходяться у постійній взаємодії та доповнюють одне одного. Під час дослідження було виявлено, що у медійних публікаціях BBC вжиті синтаксичні стилістичні прийоми.

У статтях наявні епітети, лексичні одиниці, які несуть за собою емоційний вплив. Спостерігаємо використання різних стратегій. Серед них: стратегія ухиляння від істини, що включає тактики навішування ярликів та перенесення; стратегія структурування за принципом релевантності, тобто тактики надання важливої інформації на початку та у кінці новинного повідомлення, а також використання структур з імплікативним потенціалом; стратегія групової ідентифікації – тактики інклюзивності та дистанціювання; стратегія модифікації іллокутивної сили висловлювань – тактики некатегоричної та категоричної номінації; стратегія імунізації висловлювань – тактики посилання на авторитети.

У текстах статей використовується синтаксичний паралелізм, простежуються складні речення з нашаруванням однорідних членів, риторичні запитання, суспільно-тематична спрямованість лексики, вживання власних імен (топонімів), метафори, порівняння, припущення, скорочення, використання цифр для точності та інформативності даних. За допомогою стилістичних прийомів у статтяхстворюється ефект важливості повідомленої новини. Ці прийоми не порушують фрейм «ВІЙНА».

Враховуючи, що інформування аудиторії є головною метою новинних статей, ми вважаємо інформаційні стратегії домінуючими у новинних публікаціях ВВС і визначаємо їх як комунікаційні макростратегії. У новинній інформаційній статті разом з інформуванням здійснюється також оцінювання наданої інформації, що  є її другою основною метою, виокремлюємо макростратегію оцінки як другу домінантну. Новинні публікації BBC мають можливість популяризувати ту чи іншу ідею, громадську думку, формувати імідж певної структури чи політичної сили. Новини можуть мати вплив на ситуацію, про яку вони розповідають. Вони здатні впливати і на емоційну сферу. Стратегія формування громадської думки є визначальною у реалізації головної мети новинної дискурсивної діяльності, а інші комунікаційні стратегії їй підпорядковані. Стратегія інформування громадськості про найбільш важливі події досягається завдяки тактики добирання інформації, подавання інформації, послідовності викладення подій. Отже, у новинних інформаційних статтях BBC News реалізовані комунікативні стратегії і тактики, що спрямовані на  досягнення відповідних основних цілей публікацій.

**Загальні висновки**

Немає єдиного підходу до розуміння дискурсу, різні вчені його трактують по-різному: дискурс визначається текстом, або текст визначається дискурсом; дискурс розуміється як когнітивні процеси, пов'язані з продукуванням мовленнєвих актів; дискурс розглядається як низка взаємопов’язаних висловлювань, об’єднаних спільною метою; дискурс визначається як комунікативна діяльність, інтерактивне явище, потік мовлення з різними формами вираження (усної, письмової), що відбувається у межах певного каналу спілкування, на який впливають стратегії і тактики учасників; дискурс вважається формою вербальної комунікації, яка передбачає стосунки між мовцем і слухачем та є міжособистісною діяльністю; дискурс розуміється як складна комунікативна подія; дискурс пояснюється як соціолінгвістичні структури, створені адресатами у конкретних комунікативних, соціальних і прагматичних ситуаціях.

Новинний дискурс є однією зі складових загального медійного дискурсу. Він пояснюється як мовна подія, що характеризується інтерактивністю та відбувається у реальному часі, відображаючи всі зміни й події у суспільстві. Новини – це складовий елемент новинного дискурсу. До основних ознак новинного дискурсу відносяться: лаконічність та спрощення, повнота, точність, оперативність та гібридизація, сконцентрованість матеріалу, модифікація, багатомірність думок, редакційна чесність.

Специфіка сучасного стилю новин як функційного полягає у тому, що він має певне функційне призначення (інформувати людей про події), систему мовних елементів, способи їх добору і вживання, взаємного поєднання та зв'язку. Новини можуть бути друкованими або електронними.

Друковане видання вирізняється зручністю використання, читач отримує інформацію у повному обсязі; вся інформація правильно скомпонована. Електронне видання характеризується тим, що відсутня процедура тиражування; інформація доступна всім Інтернет-користувачам; легко структурувати інформацію, робити тематичні добірки інформації; присутня можливість читати на іноземній мові, використовувати програмне забезпечення, яке забезпечить автоматичний переклад тексту; наявну інформацію у статтях можна легко використовувати (копіювати, цитувати); користувач може легко ознайомитися з виданням, навіть не купуючи його. Електронні новини мають переваги у порівнянні з друкованими. Вони містять можливості термінової публікації, завдяки чому є оперативнішими.

Для аналізу дискурсу найбільш плідним і науково обґрунтованим методом є комплексний метод, який включає ідентифікацію та дослідження як мовленнєвих компонентів, так і прагматичних факторів. Для всебічного, повного та об’єктивного аналізу загальнотеоретичних позицій, стосовно підходів до розуміння дискурсу; специфіки новинного дискурсу; функційних стилів як засобів породження дискурсу новин, використовуються філософські та загальнонаукові методи. Описовий аналіз застосовано для виявлення структурних компонентів лінгвостилістичних особливостей англомовного дискурсу новин: на матеріалі онлайн-публікацій BBC.

Новини у журналістиці − це самостійний вид інформації, що характеризується стислим викладом ключових відомостей про нещодавню подію. Всі традиційні жанри новин більшою чи меншою мірою активно використовуються і у мережі. Найпоширенішими є замітки, які тепер часто називають новинами. Їх структура така ж, як і газети, тільки адаптована до особливостей подання інформації в Інтернеті. Також поширені аналітичні статті, інтерв’ю, репортажі та авторські колонки – їх можна знайти практично на будь-якому інформаційному порталі. BBC News розрізняє фактологічний репортаж та особисту думку. BBC News використовує машинозчитувані маркування у шести категоріях: новини, аналіз, запитайте аудиторію, роз'яснення, особиста думка, огляд. Інформація на сторінці BBC News містить такі рубрики: «Home, News, Sport, Business, Innovation, Culture, Travel, Earth, Video Live». Під переліком рубрик нижче виділені окремими пунктами найважливіші новини: Israel-Gaza War, War in Ukraine, UK General Election, India Election, US & Canada, UK, Africa, Asia, Australia, Europe, Latin America, Middle East, In Pictures, BBC Verify. Дане дослідження базувалося на англійськомовному новинному ресурсі BBC News, а саме на розділі «War in Ukraine».

Фреймово-логічна організація новинного повідомлення – це логічний концептуальний каркас, навколо якого будуються мовні та екстралінгвістичні структури новинної інформації, що відображаються у структурному складі новинної інформації, структурно-тематичній (на глибинному рівні), лексико-семантичній та лінгвістичній (локальній) організаціях, тим самим характеризуючи свою глобальну й локальну зв’язність, комунікативні й лінгвістичні функції. Текст новинного повідомлення, як основна і вища вербальна єдність, як макросимвол, є тригранником, що об'єднує форму, зміст та функцію. Як окремий текстовий тип новинні повідомлення мають свою канонічну структуру, спільну схему організації змісту. За наявності різноманітних варіантів каркасного моделювання, ця модель є найбільш вдалою для побудови загальної семантичної структури новинних повідомлень. Особа чи організація, яка надає інформацію до ЗМІ з певною метою й експерт – «третя особа», яка висловлює авторитетні думки. Як частина міжкадрової сітки, ці сутності визначаються як «рольові слоти»: «агент, пацієнт, інструмент, ціль та експерт». Міжфреймова структура прототипних значень типового новинного повідомлення про певну подію включає у себе п’ять фреймів, що є базовими: предметний; акціональний; ідентифікаційний; посесивний. Загальна схема фреймової моделі новинного повідомлення показує прямий зв’язок між верхніми вузлами – суб’єкт та об’єкт, що ілюструє двосторонню модель симетрії тексту, яка представляє активну взаємодію між суб’єктом та об’єктом для досягнення взаєморозуміння. Вузол мети передає мету новинного повідомлення, яка складається з різних проявів впливу, що досягаються на різних мовних рівнях (лексика, граматика, синтаксис, стиль тощо). Цей вузол не завжди виражений явно, найчастіше він виражається за допомогою комунікативних маніпуляційних стратегій.

Комунікативна стратегія є основним елементом побудови ефективних тактик і стратегій у новинному дискурсі. Ці стратегії мають бути гнучкими та здатними адаптуватися до мінливих обставин і потреб аудиторії. Вони також повинні враховувати особисті характеристики подання новини, такі як стиль, емоційний стан, особисті переконання та досвід. Вчені стратегії новинного дискурсу поділяють її на різні види, серед них: основні та допоміжні; інформаційні, оцінно-впливові, афективно-впливові, регулятивно-мотиваційні та традиційні комунікативні.

Стилістичні прийоми знаходяться у постійній взаємодії, вони є доповненням один для одного, і тісно переплітаються, утворючи свою систему. Під час дослідження ми звертали увагу на те, що у медійних публікаціях BBC вжиті синтаксичні стилістичні прийоми. У статтях вживаються епітети, лексичні одиниці, які несуть емоційний компонент у значенні. Спостерігаємо використання різних стратегій. Серед них: стратегія ухиляння від істини, що включає тактики навішування ярликів та перенесення; стратегія структурування за принципом релевантності, тобто тактики надання важливої інформації на початку та у кінці новинного повідомлення, а також використання структур з імплікативним потенціалом; стратегія групової ідентифікації – тактики інклюзивності та дистанціювання; стратегія модифікації іллокутивної сили висловлювань – тактики некатегоричної та категоричної номінації; стратегія імунізації висловлювань – тактики посилання на авторитети.

У текстах статей використовується синтаксичний паралелізм, простежуються складні речення з нашаруванням однорідних членів, риторичні запитання, суспільно-тематична спрямованість лексики, вживання власних імен (топонімів), метафори, порівняння, припущення, скорочення, використання цифр для точності та інформативності даних. За допомогою стилістичних прийомів у статтяхстворюється ефект важливості повідомленої новини. Ці прийоми не порушують фрейм «ВІЙНА».

Враховуючи, що інформування аудиторії є головною метою новинних статей, ми вважаємо інформаційні стратегії домінуючими у новинних публікаціях ВВС і визначаємо їх як комунікаційні макростратегії. У новинній інформаційній статті разом з інформуванням здійснюється також оцінювання наданої інформації, що  є її другою основною метою, виокремлюємо макростратегію оцінки як другу домінантну. Новинні публікації BBC мають можливість популяризувати ту чи іншу ідею, громадську думку, формувати імідж певної структури чи політичної сили. Новини можуть мати вплив на ситуацію, про яку вони розповідають. Вони здатні впливати і на емоційну сферу. Стратегія формування громадської думки є визначальною у реалізації головної мети новинної дискурсивної діяльності, а інші комунікаційні стратегії їй підпорядковані. Стратегія інформування громадськості про найбільш важливі події досягається завдяки тактики добирання інформації, подавання інформації, послідовності викладення подій. Отже, у новинних інформаційних статтях BBC News реалізовані комунікативні стратегії і тактики, що спрямовані на  досягнення відповідних основних цілей публікацій.

Стилістичні прийоми знаходяться у постійній взаємодії та доповнюють одне одного. Під час дослідження було виявлено, що у медійних публікаціях BBC вжиті синтаксичні стилістичні прийоми.

У статтях наявні епітети, лексичні одиниці, які несуть за собою емоційний вплив. Спостерігаємо використання різних стратегій. Серед них: стратегія ухиляння від істини, що включає тактики навішування ярликів та перенесення; стратегія структурування за принципом релевантності, тобто тактики надання важливої інформації на початку та у кінці новинного повідомлення, а також використання структур з імплікативним потенціалом; стратегія групової ідентифікації – тактики інклюзивності та дистанціювання; стратегія модифікації іллокутивної сили висловлювань – тактики некатегоричної та категоричної номінації; стратегія імунізації висловлювань – тактики посилання на авторитети.

У текстах статей використовується синтаксичний паралелізм, простежуються складні речення з нашаруванням однорідних членів, риторичні запитання, суспільно-тематична спрямованість лексики, вживання власних імен (топонімів), метафори, порівняння, припущення, скорочення, використання цифр для точності та інформативності даних. За допомогою стилістичних прийомів у статтяхстворюється ефект важливості повідомленої новини. Ці прийоми не порушують фрейм «ВІЙНА».

Враховуючи, що інформування аудиторії є головною метою новинних статей, ми вважаємо інформаційні стратегії домінуючими у новинних публікаціях ВВС і визначаємо їх як комунікаційні макростратегії. У новинній інформаційній статті разом з інформуванням здійснюється також оцінювання наданої інформації, що  є її другою основною метою, виокремлюємо макростратегію оцінки як другу домінантну. Новинні публікації BBC мають можливість популяризувати ту чи іншу ідею, громадську думку, формувати імідж певної структури чи політичної сили. Новини можуть мати вплив на ситуацію, про яку вони розповідають. Вони здатні впливати і на емоційну сферу. Стратегія формування громадської думки є визначальною у реалізації головної мети новинної дискурсивної діяльності, а інші комунікаційні стратегії їй підпорядковані. Стратегія інформування громадськості про найбільш важливі події досягається завдяки тактики добирання інформації, подавання інформації, послідовності викладення подій. Отже, у новинних інформаційних статтях BBC News реалізовані комунікативні стратегії і тактики, що спрямовані на  досягнення відповідних основних цілей публікацій.

**Список використаних джерел**

1. Акоп'янц Н. М. Лексико-стилістичні особливості перекладу англомовних текстів ЗМІ на українську мову. Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ": зб. наук. пр. Сер.: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. Харків : НТУ "ХПІ", 2016. № 13 (1185). С. 59-63.
2. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. К.: Видавничий центр "Академія", 2004. 244 с.
3. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен / І. С. Шевченко та ін.. Харків: Константа, 2005. 356 с.
4. Завальська Л. В. Основні принципи лінгвопрагматичного аналізу політичного дискурсу. Наук. вісн. Міжнар. гуманіт. ун-ту. Серія «Філологія», 38 (3), 2019. С. 61–64.
5. Завальська Л. В. Проблема розроблення типології комунікативних стратегій у політичному дискурсі: основні концепції. Вісн. Одес. нац. ун-ту. Серія «Філологія», (Т. 22), 2 (16), 2017. С. 59–65.
6. Карпчук Н. П. Адресованість в офіційному та неофіційному англомовному дискурсі (комунікативно-прагматичний аналіз): Автореф. дис. … канд. філол. наук: 10.02.04. Харків, 2005. 21 с.
7. Лукіна Л. Особливості проявів популізму в сучасному світі. Практична політологія: тенденції і перспективи : матеріали І-ї Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, Київ, 17 березня 2021 р.) / за заг. ред. В.А. Гошовської. Київ : НАДУ. 2021. 112 с.
8. Новицька О. А. Навчальний посібник «Основи теорії мовної комунікації». Маріуполь: МДУ. 2018. 106 с.
9. Остроушко О. А. Лексичні трансформації при перекладі англійських інформаційних текстів українською мовою [Текст]. К.: Філологічні студії, 2010. 208 с.
10. Подуфалова Т. В.,  Ільченко А. Р. Комунікативні стратегії і тактики в англомовному воєнному медіадискурсі (на матеріалі британських та американських онлайн-публікацій про російсько-українську війну). Лінгвістичні дослідження, 58, 2023. С. 289–305.
11. Романюк С. К. Типологічні особливості рекламного дискурсу. Вісник Житомирського державного університету. Серія: Філологічні науки. 2010. № 54. С. 228-231.
12. Тельвак В. В.,  Масненко В. В. Ukraine crisis: російсько-українська війна очима кореспондентів «BBC News». Вісн. Черкас. ун-ту. Серія «Історичні науки», 2, 2021. 136–144.
13. Худолій А. О. Функціональні зміни у мові американської публіцистики кінця ХХ – початку ХХІ століття : моногр. Острог : Вид-во НаУОА, 2006. 384 с.
14. Шевлякова Ю. О. Особливості дискурсу Інтернет-ЗМІ (на матеріалі англомовних онлайн журналів для підлітків). Наукові записки [Національного університету "Острозька академія"]. Сер.: Філологічна. 2013. Вип. 38. С. 239-242.
15. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генологія наукової комунікації. Львів : Вид. центр ЛНУ імені І. Франка, 2009. 420 с.
16. Яшенкова О. В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. К.: ВЦ «Академія». 2010. 312 с.
17. Biber D. “Compressed Noun-Phrase Structures in Newspaper Discourse” In Jean Aitchison and Diana M. Lewis (eds.), New Media Language. London: Routledge, 2003. P. 169-181.
18. Ghitheeth H.H. and Qasim Obayes Al-Azzawi. "Discourse Analysis of Media in Webversion News". Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021. Vol.12, No.13. Р. 2653-2661
19. Henry F. & Tator C. Discourses of Domination: Racial Bias in the Canadian EnglishLanguage Press. Canadian Journal of Sociology. Toronto: Toronto University Press, 2002. 272 р.
20. Herring S. & Androutsopoulos. Computer-Mediated Discourse 2.0. - Chichester, UK: John Wiley & Sons, 2015.
21. Leech G. and Short M. Style in Fiction. A linguistic Introduction to English Fictional Prose. - Great Britain: Pearson Education Limited, 2007. 424 p.
22. Longman Exams Dictionary / director Della Summers – New ed. Harlow, Essex : Pearson Longman, 2006. 1834 p.
23. Qasim Obayes Al-Azzawi and Hayder Hameed Ghitheeth. Discourse Analysis of Media in Web-version News. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education. 2021. Vol.12, No 13.
24. Qin Xie Shanxi. Critical Discourse Analysis of News Discourse. Theory and Practice in Language Studies. - China: Normal University. 2018. Vol. 8, No 4. P. 399-403.
25. Quina L. “Text-based Computer-mediated Discourse Analysis: What Causes an Online Group to Become a Virtual Community?”. International Journal of Social Science Studies. 2020. Vol 8, No 4. P. 27-38.
26. Veit R., Gould C., Gould K. Writing, Reading and Reasearch. 9 th edition. Cengage Learning, 2013. 640 p.

**Список джерел ілюстративного матеріалу**

1. At least seven dead in Russian missile attack on Kharkiv. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cqvv2xn3qy8o>
2. BBC News. URL: https://www.bbc.com/news
3. China-Russia relations: What is Xi Jinping prepared to pay for Putin’s war? URL: https://www.bbc.com/news/world-asia-china-69013520
4. Ex-Russian army commander detained over fraud charge. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cl44jne1l1ko>
5. Force Russia to make peace, Zelensky urges West. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/c722e7j2x5no>
6. Growing up under fire: Ukraine’s children adapt to survive Russia's invasion. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/c4nn0jdejw8o>
7. How is China supporting Russia after it was sanctioned for Ukraine war? URL: <https://www.bbc.com/news/60571253>
8. Jeremy Bowen: Ukraine faces its worst crisis since the war began. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/c9xx15pe311o>
9. Key weeks ahead for Russia’s war in Ukraine. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/c2jd3k1zyjro>
10. Russia could increase Ukraine attacks, says Zelensky. URL: https://www.bbc.com/news/articles/crgy4gkqkddo
11. Russia must pay for Ukraine rebuild, Blinken says. URL: https://www.bbc.com/news/world-europe-69011247
12. Russian strike on Kharkiv supermarket kills 12. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cg33y9eedz7o>
13. Russia's glide bombs devastating Ukraine's cities on the cheap. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cz5drkr8l1ko>
14. Seven dead in attack on Russia's Belgorod region. URL: https://www.bbc.com/news/articles/cmldrdl0mnmo
15. The Russians simply walked in, Ukrainian troops in Kharkiv tell BBC. URL: https://www.bbc.com/news/articles/c72p0xx410xo
16. Thousands flee Russian offensive in Kharkiv region. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cx88lve88wyo>
17. Ukraine hit by 'massive' attack on energy grid. URL: https://www.bbc.com/news/articles/c1wxypwe9jxo
18. Ukraine makes gains in its other war - fighting corruption. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cq55rpqlp31o>
19. Ukrainian Olympian dies on front line. URL: <https://www.bbc.com/sport/weightlifting/articles/cjk4pmv4y54o>
20. War and popularity keep Zelensky in power despite term expiring. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/cn007p39zdzo>
21. War in Ukraine. URL: <https://www.bbc.com/news/war-in-ukraine>
22. 110 Ulez-scrapped vehicles are donated to Ukraine. URL: <https://www.bbc.com/news/articles/clmml2xp2n5o>

**Додаток А**

Підходи до розуміння дискурсу

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Підхід | Трактування |
| 1. | Дискурс визначається текстом, або текст визначається дискурсом. | Він трактується як словесна структура і є одиницею вищого рівня, ніж речення. У цьому підході робиться спроба визначити текст через дискурс або дискурс, що призводить до визначення первинності тексту/дискурсу. Тому під дискурсом розуміється основна одиниця тексту, тобто складна цілісність або змістовна єдність, яка диференціюється на мовному рівні і зазвичай реалізується у вигляді речень, пов’язаних семантичними зв’язками. Ототожнюється також дискурс з певним типом тексту. |
| 2. | Дискурс розуміється як когнітивні процеси, пов'язані з продукуванням мовленнєвих актів. | Під дискурсом слід розуміти пізнавальний процес, пов’язаний з реальним мовленням, тобто створення мовленнєвих творів, у свою чергу, є кінцевим результатом процесу мовленнєвої діяльності, який набуває певної завершеності (і закріплюється) форми. |
| 3. | Дискурс розглядається як низка взаємопов’язаних висловлювань, об’єднаних спільною метою. | Слово «дискурс» розглядається у більш широкому значенні – як складний об’єкт досвіду, який постає перед лінгвістом, коли він знаходить сліди експресивного агента, формальні елементи, що вказують мовцеві на «присвоєння» мови. |
| 4. | Дискурс визначається як комунікативна діяльність, інтерактивне явище. | Потік мовлення з різними формами вираження (усної, письмової), що відбувається в межах певного каналу спілкування, на який впливають стратегії і тактики учасників. Способи розмови та мислення, як і жанри, можуть стати ритуальними. |
| 5. | Дискурс вважається формою вербальної комунікації, яка передбачає стосунки між мовцем і слухачем та є міжособистісною діяльністю. | Дискурс – це комунікаційна система, поле комунікативних практик, що розглядається з точки зору реального та потенційного (віртуального) аспектів, де під реальним виміром розуміється поточна мовленнєва діяльність та її результати. |
| 6. | Дискурс розуміється як складна комунікативна подія. | Він пояснюється як складний комунікативний феномен, що включає соціальний контекст, інформацію про учасників спілкування, знання процесу виробництва та сприйняття тексту. |
| 7. | Дискурс пояснюється як соціолінгвістичні структури, створені адресатами в конкретних комунікативних, соціальних і прагматичних ситуаціях. | Основне функціональне розуміння дискурсу як обміну думками визначає його онтологічну подвійність: він спрямований на комунікацію, соціальну взаємодію, але також і на пізнання, людську свідомість. |

**Додаток Б**

Групування фреймів на типи за С.А. Жаботинською

|  |  |
| --- | --- |
| Фрейм | Характеристика |
| Предметний | Де одна і та ж сутність (ЩОСЬ чи ХТОСЬ) охарактеризовується за параметрами: кількісними, якісними, буттєвими, локативними та темпоральними. |
| Акціональний | Де наділені семантичними ролями кілька предметів, які є учасниками події. Вони з’єднуються зв’язками, що задані дією агенса і позначені дієсловом ДІЄ або РОБИТЬ у прийменниковому супроводі. |
| Посесивний | Демонструє зв’язки ЩОСЬ – pоssessоr має pоssessed. Посесивне ставлення специфікується у субфреймах: оwner містить оwned; ціле містить частину; контейнер містить вміст. |
| Ідентифікаційний | Являє категоризаційні відносини, що виявляються у варіантах: ЩОСЬ-індивід є ЩОСЬ-вигляд; індівід/від є рід; індивід є роль. |
| Компаративний | Примикає до ідентифікаційного фрейму, формується тотожними зв’язками, схожістю: тотожність – ЩОСЬ-референт є (як) ЩОСЬ-корелят; схожість – референт є як корелят; подобу – референт є як корелят.  |