

**Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Інститут журналістики**

**ГАВРИЛОВА Яна Леонідівна**

УДК 007:[81'27:316.776.23]:070(477)

**МОВНОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА АУДИТОРІЮ  
(НА МАТЕРІАЛАХ ПРЕСИ ПІВДНЯ УКРАЇНИ)**

**27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології**

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата наук із соціальних комунікацій

Київ – 2012

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі української мови та соціолінгвістики факультету філології та журналістики Херсонського державного університету.

**Науковий керівник:** доктор філологічних наук, професор  
**ІВАНОВ Валерій Феліксович,**  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Інституту журналістики

**Офіційні опоненти:** доктор філологічних наук, професор  
**ШУМАРОВА Наталія Петрівна,**  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, завідувач кафедри мови та стилістики Інституту журналістики

кандидат наук із соціальних комунікацій, доцент  
**БАБЕНКО Вікторія Володимирівна,**  
Львівський національний університет імені Івана Франка, доцент кафедри радіомовлення і телебачення факультету журналістики

Захист відбудеться «10» грудня 2012 р. о 10 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.34 Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 04119, м. Київ, вул. Мельникова, 36/1, Інститут журналістики.

Із дисертацією можна ознайомитися в Науковій бібліотеці ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ, вул. Володимирська, 58).

Автореферат розіслано «9» листопада 2012 року.

В.о. вченого секретаря  
спеціалізованої вченої ради,  
доктор філологічних наук, професор

Н. М. Сидоренко



## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми дослідження.** Сучасна людина формується і функціонує у великому інформаційному просторі, створеному переважно засобами масової інформації (надалі – ЗМІ).

ЗМІ є невід’ємною частиною життя суспільства, вони впливають на світогляд і культурний рівень соціуму, забезпечують його духовні та естетичні потреби, програмує стереотипи поведінки населення і певною мірою диктують власний погляд на суспільні проблеми як єдино правильний.

Формально людина інформаційного суспільства має право на свободу вибору, але часто воно фактично залишається нереалізованим. Вплив через ЗМІ може стати небезпечною інформаційно-психологічною зброєю проти громадян. Це загрожує прийняттям неадекватних рішень, що, як показує досвід, уже неодноразово позначалися згубним чином на функціонуванні інститутів, окремих соціальних систем і суспільства в цілому. Вивчення ролі ЗМІ у комунікаційній діяльності суспільства є актуальною науковою проблемою.

Вплив на особистість через текст за допомогою засобів мови активно вивчається в сучасній науці. Це питання є традиційним для представників різних наук: лінгвістики, психології, журналістикознавства, філософії, соціології. Ґрунтовно досліджена теорія впливу у працях Т. ван Дейка, Т. Дрідзе, О. Леонтьєва, Є. Руденського, Й. Стерніна, В. Кунициної, Н. Казарінової, В. Погольші та інших. На принципах мовного впливу акцентували увагу С. Кара-Мурза, В. Корнєєв, Ю. Крижанська, Д. Майєрс, В. Третьяков, Ю. Фінклер, О. Чудинов, В. Шейнов. У наукових розвідках Н. Богомолової, В. Ворошилова, О. Дьякової, А. Трахтенберг, О. Тертичного, Г. Шиллера та інших розглянуто загальні тенденції взаємодії автора й адресата ЗМІ.

Вивченню категорії тексту присвячено роботи багатьох дослідників, а саме: Н. Валгіної, І. Гальперіна, В. Іванова, В. Різуна, М. Кожіної, Е. Лазаревої, Л. Майданової, А. Мамалиги, В. Миловидова, Л. Мурзіна, М. Пентилюк, О. Пономарева, Г. Солганика, З. Тураєвої.

Учені приділяють значну увагу мовному оформленню текстів ЗМІ, основне призначення яких не лише інформувати, а й формувати думку суспільства (Н. Безменова, В. Костомаров, М. Кохтєв, Н. Купіна, Н. Муравйова, Є. Пронін, Е. Чепкіна, Н. Шумарова).

Підвищений інтерес до різних проблем ЗМІ пояснюється активною участю останніх у житті соціуму. Відомо, що ставлення до ЗМІ у суспільстві не є однозначним. Частина соціуму захоплюється ними, відчуває повну довіру, а інша – навпаки, вважає, що весь інформаційний потік є суцільною неправдою, відстоюванням інтересів політичних партій чи зацікавлених персон.

Негативне ставлення до ЗМІ можна пояснити і недостатнім професійним рівнем підготовки журналістів, особливо регіональних ЗМІ. Тому в роботі вважаємо за необхідне приділити особливу увагу

експериментальному вияву у студентів – майбутніх журналістів рівня володіння потенціалом мовностилістичних засобів, здатних через текст впливати на аудиторію, а також формуванню в них цих навичок.

**Зв'язок роботи з державними та науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційна робота виконана відповідно до тематичного плану науково-дослідних робіт Херсонського державного університету в межах НДР «Технологія формування комунікативно-професійної компетенції майбутніх фахівців гуманітарної сфери в умовах стандартизованої мовної освіти» номер державної реєстрації 01074000759.

**Метою роботи** є комплексний аналіз мовностилістичних засобів впливу на читачів, які використовуються в газетних текстах Херсонщини та Миколаївщини, виявлення у студентів журналістського фаху рівня володіння цими засобами, а також формування в них навичок їх професійного застосування.

Поставлена в дисертації мета окреслює коло таких **завдань**:

- 1) з'ясувати особливості процесу комунікації в ЗМІ;
- 2) схарактеризувати основні різновиди впливу текстів на аудиторію;
- 3) описати мовностилістичні засоби, вживані в газетних текстах Херсонщини та Миколаївщини, за допомогою яких здійснюється вплив на читача;
- 4) експериментально виявити рівень володіння студентами-журналістами потенціалом зазначених засобів;
- 5) розробити методи навчання, які сприяють оволодінню навичками майбутніх журналістів створювати тексти, що розраховані на адекватне сприйняття аудиторією.

**Об'єкт дослідження** – вплив текстів друкованих ЗМІ Півдня України на свідомість і емоції аудиторії.

**Предмет дослідження** – мовні засоби впливу, що використовуються у текстах періодичних видань Херсонщини та Миколаївщини.

Основними **методами** наукової розвідки були: теоретичний аналіз наукової літератури різних напрямів дослідження (психологічного, соціологічного, лінгвістичного, філософського, журналістикознавчого тощо), теоретичне моделювання (для вивчення особливості комунікаційного процесу в ЗМІ), лінгвістичний аналіз тексту (для опису мовностилістичних засобів вираження газетних текстів Півдня України), опитування з використанням різних видів анкетування, інтерв'ю, формувальний і констатувальний експеримент, метод включеного спостереження (для проведення експериментальної роботи), статистичне опрацювання матеріалу дослідження з використанням методів математичних підрахунків (для встановлення у студентів-журналістів рівня володіння потенціалом мовностилістичних засобів).

**Наукова новизна** одержаних результатів дослідження полягає в тому, що  
*уперше:*

- досліджено газетні тексти Херсонщини та Миколаївщини з метою виявлення в них низки мовностилістичних засобів впливу на аудиторію;
- виявлено рівень мовностилістичної компетенції студентів – майбутніх журналістів;
- запропоновано конкретні методики навчання для оволодіння засобами мовного впливу;

*удосконалено:*

- диференціацію понять «текст» і «дискурс»;
- систему основних психолого-педагогічних умов, що забезпечують ефективність підготовки майбутніх журналістів-професіоналів;

*набули подальшого розвитку:*

- наукові тлумачення термінів «текст» і «дискурс»;
- вивчення особливостей комунікаційного процесу у ЗМІ;
- ідея щодо відокремлення феномену маніпуляції від різновидів впливу.

**Практичне значення** дослідження вбачаємо в можливості використання отриманих результатів при читанні курсів і спецкурсів журналістського циклу («Журналістська майстерність», «Текстознавство», «Теорія і практика журналістики», «Літературне редагування», «Комунікаційні технології» та інших), а також мовних дисциплін («Українська мова в професійному спілкуванні», «Практична стилістика»).

Дисертація може слугувати джерелом для створення навчальних програм, методичних рекомендацій, підручників, посібників тощо.

Користь отриманих результатів полягає у тому, що розроблено й експериментально апробовано комплекс методик, спрямованих на формування і розвиток професійних рис майбутніх журналістів, особливо на вироблення умінь та навичок впливу на свідомість і емоції аудиторії (читачів) за допомогою засобів мови. Також науковий доробок визначається можливістю його використання у процесі професійного самовдосконалення або для перепідготовки журналістів-практиків. Матеріали дослідження можуть бути використані в популярних виданнях, розрахованих на масову аудиторію, якій необхідно мати уявлення про прийоми впливу на свідомість і емоції.

Запропоновані в дисертації концепції можуть бути використані для подальшого дослідження тактик і стратегій впливу ЗМІ на соціум за допомогою засобів мови.

**Особистий внесок здобувача:** дисертаційна робота, автореферат й опубліковані наукові статті, в яких викладено основні положення роботи, виконані здобувачем самостійно.

**Джерельною базою дослідження** слугували херсонські («Гривна», «Новий день», «Наддніпряньська правда», «Чорноморець») й миколаївські («Рідне Прибужжя», «Вісті Снігурівщини») обласні та районні періодичні видання, що виходили впродовж 2004-2006 років.

**Апробація результатів** дослідження відбувалася під час виголошення доповідей на таких наукових конференціях: Науково-практична конференція «Актуальні проблеми журналістикознавства» (Одеса, 13-14 жовтня 2005 р.),

Міжнародний конгрес «Українська мова вчора, сьогодні, завтра в Україні і світі» (Київ, 20-21 жовтня 2005 р.), Всеукраїнська наукова конференція «Сучасні орієнтири філологічної науки» (Херсон, 18-19 травня 2006 р.; 17-18 травня 2007 р.; 21-22 жовтня 2010 р.), Міжнародна науково-практична конференція «Харків і Харківський університет у розвитку української журналістики: від тижневика «Харьковские известия» до газети «Харківський університет» (до 190-річчя університетської преси)» (Харків, 19-20 грудня 2006 р.), XVII Міжнародна науково-практична конференція з проблем функціонування й розвитку української мови «Мова. Суспільство. Журналістика (пам'яті видатного українського мовознавця, педагога, професора Алли Петрівни Коваль (1925-2009))» (Київ, 25 березня 2011 р.), Всеукраїнська наукова конференція «Актуальні проблеми шкільної та вишівської лінгводидактики: реалії та перспективи. Доробок наукової школи М. І. Пентилюк» (Херсон, 7-8 квітня 2011 р.), Всеукраїнська наукова конференція «Літературна спадщина Дніпрові Чайки в історико-культурному контексті» (Херсон, 27 жовтня 2011 р.), II Міжнародні читання «Лінгвістичні студії молодих дослідників» пам'яті професора К. Ф. Шульжука (Рівне, 16-17 лютого 2012 р.), Всеукраїнська науково-практична конференція «Слово, речення, текст: когнітивний, прагматичний та лінгводидактичний аспекти» (Херсон, 1-2 березня 2012 р.), I Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція «Науково-дослідна робота молодих учених: стан, проблеми, перспективи» (Херсон, 3-5 квітня 2012 р.).

**Публікації.** Основні положення та результати дисертаційного дослідження викладено у 7 одноосібних публікаціях (з них 4 – у фахових наукових виданнях і 3 – в інших виданнях).

**Структурно дисертація** складається з переліку умовних позначень, зі вступу, трьох розділів, що містять 9 підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг дисертації – 191 сторінка, в тому числі основний текст – 148 сторінок, список використаних джерел складається із 262 найменувань і займає 26 сторінок, чотири додатки на 17 сторінках.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У **Вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, визначено мету і завдання, об'єкт, предмет, методи дослідження, аргументовано наукову новизну отриманих результатів та їхнє практичне значення, відзначено зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, наведено відомості про особистий внесок здобувача, апробацію результатів і структуру дисертації.

У першому розділі «**Теоретичні основи дослідження впливу ЗМІ на читачів**» проаналізовано основні етапи розвитку наукових поглядів на зазначену проблему. Визначено внесок учених, що розбудовували теорії тексту, впливу, масової комунікації в різних галузях науки (психології соціології, політології, лінгвістики), праці яких дотичні до обраних у дисертації об'єкта і предмета дослідження. Розділ складається з чотирьох

підрозділів.

У підрозділі 1.1. *«Текст ЗМІ як об'єкт вивчення»* проаналізовано основні підходи до вивчення категорії тексту (літературознавчий, філософсько-культурологічний, лінгвістичний тощо). Встановлено, що більшість науковців розглядають поняття текст не лише як самостійний об'єкт, але і як частину безперервної комунікативної взаємодії «автор – текст – аудиторія». Підтвердженням цьому є дослідження Г. Колшанського, В. Різуна, А. Мамалиги, М. Феллера та інших.

Останнім часом термін «дискурс» усе частіше заміняє собою традиційний термін «текст», хоч автори не завжди чітко проводять термінологічну межу між цими феноменами. Інтерес учених до зазначеної проблеми останнім часом помітно зріс, що підтверджують праці багатьох вітчизняних та зарубіжних дослідників: Н. Арутюнової, М. Бісімалієвої, А. Кібрика, Т. Мілевської, П. Паршина, М. Пентилюк, К. Серажим та інших.

«Текст» і «дискурс» – це різні поняття. Вони мають спільне поле функціонування, яке полягає у динаміці тексту. Ця спільна ознака перебуває під впливом екстралінгвальних чинників (автора, адресата й контексту) і служить для відображення цього впливу.

У підрозділі 1.2. *«Особливість комунікаційного процесу в ЗМІ»* розглянуто категорію «спілкування», як провідну для досліджень у галузі мовленнєвої комунікації.

У роботі набуло розвитку твердження про те, що комунікація і спілкування є тотожними поняттями, що позначають процес обміну інформацією в суспільстві (І. Федякін). Такої ж думки дотримуються О. Бодальов, В. Іванов, О. Леонтьєв, Б. Паригін. Інші дослідники (Ю. Крижанська, В. Третьяков) під комунікацією розуміють змістовий, смисловий аспект спілкування й наголошують на необхідності вивчення способів ефективної комунікації.

У роботі проаналізовано основні функції масової комунікації, виділені Г. Лассуеллом, Л. Петровим, Г. Бакулевім.

Процес комунікації у ЗМІ відбувається за такою схемою: комунікатор добирає з дійсності факти, постулати чи образи, кодує їх відповідно до своєї мети та уявлення про реципієнта, а той, сприймаючи повідомлення, декодує його (В. Іванов).

У дисертації детально проаналізовано основні характеристики джерела повідомлення, що сприяють ефективній взаємодії, серед яких: близькість до аудиторії, намір, суперечність, достовірність, експертиза (експертні оцінки) (Г. Почепцов).

Оскільки повідомлення є основним засобом передачі інформації, дослідники Н. Безменова, Р. Блакар, Є. Ключев, Л. Майданова, Ю. Фінклер, М. Яцимірська надають підготовці повідомлення статусу найважливішого етапу на шляху до успішної комунікації.

Повідомлення є змістом комунікації, воно створюється для того, щоб передати певні наміри відправника, але інтерпретуватися ці наміри можуть по-різному. Воно (повідомлення) тісно пов'язане з поняттями кодування і

декодування інформації, поняттям сприйняття. У повідомленні виявляються всі ходи, що їх застосовує автор для досягнення мети, його майстерність впливати на реципієнта (Р. Блакар, О. Леонт'єв).

Підрозділ 1.3. *«Мовний вплив на людину в ЗМІ та його різновиди»* присвячений аналізу досліджень природи мовного впливу. Розглянуто наукові праці, в яких визначено різновиди мовного впливу: переконання, навіювання, примус, агітація, пропаганда, маніпуляція (В. Петренко, Е. Лазарева, Х. Леммерман, Д. Майєрс, В. Шейнов, Й. Стернін та інші).

Зауважено, що маніпуляція – більш складне явище, ніж вплив. Довести маніпулятивний ефект текстів газетних матеріалів важко. Явище маніпуляції викликає асоціації з негативними уявленнями про наслідки такого спілкування, сам термін «маніпуляція» починає маніпулювати.

У дисертації описано специфічні риси впливу й маніпуляції.

Підрозділ 1.4. *«Мовний вплив у ЗМІ: стратегії й тактики»* розкриває сутність стратегій і тактик мовного впливу ЗМІ.

Вивчено роботи, у яких фонетичні, лексичні, морфологічні, синтаксичні й стилістичні засоби досліджуються ученими як складники переконливої, впливової мови (О. Колотніна, М. Кохтєв, Х. Леммерман, В. Чихачов, А. Чудинов, В. Шейнов, Н. Шумарова, Ю. Фінклер).

Наголошено, що мовна комунікація – це стратегічний процес, який вимагає вибору оптимальних мовних засобів впливу на аудиторію для досягнення комунікативної мети. Найчастіше мета автора полягає у регулюванні та контролі за діяльністю адресата, демонстрації влади. Цього можна досягти, використовуючи засоби впливу різних мовних рівнів – лексичного, морфологічного, синтаксичного, стилістичного. Глобальний комунікативний задум полягає у стратегії, на основі якої будується висловлення. Стратегія полягає у послідовному розв'язанні комунікативних завдань через реалізацію низки тактик, ходів і застосування мовних маркерів різних рівнів мови.

У другому розділі **«Мовностилістичний потенціал впливу газетного тексту»**, який складається з трьох підрозділів, здійснено психолінгвістичний аналіз текстів обласних та районних газет Херсонщини («Гривна», «Новий день», «Наддніпряньська правда», «Чорноморець») і Миколаївщини («Рідне Прибужжя», «Вісті Снігурівщини»), що виходили впродовж 2004-2006 років. Вибір джерел мотивується, по-перше, відсутністю в науковій літературі дослідження мовностилістичних засобів у вираженні текстів друкованих ЗМІ Південного регіону України, що вирізняються силою впливу на адресата; по-друге, не дуже високим рівнем медіаграмотності місцевих авторів журналістських матеріалів, що часом нівелює цей вплив.

У підрозділі 2.1. *«Роль мовного оформлення заголовків у сприйнятті тексту повідомлення»* аналізуються праці, присвячені вивченню газетних заголовків (В. Вакуров, Л. Грицюк, С. Карим, М. Коритна, О. Красноярова, В. Різун, А. Харченко, М. Шостак).

Заголовок – це стисле і влучне вираження головної ідеї твору, а також невід'ємний компонент тексту, який надає йому певної завершеності. Він



тісно поєднаний зі змістом публікації, відображає її суть з різним ступенем деталізації. Як зазначає І. Гальперін, заголовок в одних випадках лише називає проблему, розв'язання якої подається в тексті, в інших – назва є тезою, коротким змістом повідомлення.

Авторський пошук заголовка для газетного повідомлення і відповідне сприйняття назви читачем є двома взаємопов'язаними процесами, успіх яких залежить від низки чинників. З метою створення інформативного й виразного заголовка, досягнення його оптимального й емоційного впливу на аудиторію автор використовує різні мовні засоби.

Для того, щоб зацікавити читачів текстом повідомлення, автори дуже часто виносять у заголовки **пряму мову** учасників подій: «*Олег Мішуков: «Ми повинні зробити все, щоб Херсонщина не пасла задніх!»*» (Новий день), «*Микола Круглов: «Перемогти можемо і повинні тільки ми»*» (Рідне Прибужжя), «*В. Марченко: «Головне – прагматизм, а не бажання декларувати ідеї»*» (Чорноморець).

Експресивну насиченість несуть у собі **знаки пунктуації** в заголовках, спонукаючи аудиторію перечитати текст повідомлення. Вони апелюють до бажання читача розібратися у певній проблемі. У газеті «Новий день» натрапляємо на назву журналістського матеріалу: «*Якщо б'є, то любить?»*» (Новий день), у якій журналіст з метою привернення уваги до актуальної проблеми насильства у сім'ях використовує два прийоми актуалізації уваги: приказку (перший прийом увиразнення) і питальну інтонацію у реченні (другий прийом).

Наприклад, **знак оклику** надає заголовку енергійності, а **двокрапка** натякає, що зміст другої частини заголовка ще не розкритий повністю і тільки співвіднесення з першою частиною, відображене в тексті статті, задовольнить цікавість читача. На наш погляд, заголовок із двокрапкою створює інтригу, що, безперечно, притягає увагу: «*Так тримати, «Скадовськ!»*» (Чорноморець), «*Не розслабляйтеся – ви на пляжі!»*» (Новий день), «*Скадовськ: генеральне прибирання»*» (Чорноморець), «*Малий бізнес: вклад зростає»*» (Вісті Снігурівщини). **Крапки (...)** запускають у свідомості читача механізм ймовірного прогнозування і викликають бажання у читача дізнатися, що криється за ними: «*Дорога до... смерті»*» (Чорноморець), «*Підігрівали обід...*» (Новий день).

Прагнучи до експресії, автори у назвах до журналістських матеріалів удаються до повтору одного й того самого компонента, тобто **тавтології**: «*Нові часи – нові пріоритети»*» (Новий день), «*Державі – державне»*» (Чорноморець), «*Непрофесійні професіонали»*» (Вісті Снігурівщини), «*Гола правда про голий пляж»*» (Новий день).

Посилювальною виразністю та емоційністю відзначаються заголовки, побудовані у **пісенній** або **віршованій** формі, наприклад: «*Тепленькі ручки, червоні щічки»*» (Чорноморець), «*Їдуть, їдуть по Скадовську наші козаки»*» (Чорноморець). Також засобами мовного впливу в газетних заголовках часто виступають прислів'я, приказки, фразеологізми тощо.

Підрозділ 2.2. «Лінгвальні засоби впливу в текстах газетних видань»

присвячений аналізу основних засобів впливу в текстах періодичних видань Херсонщини та Миколаївщини.

Відзначено, що лексична система мови за своєю природою є динамічною, рухливою і такою, що швидко відгукується на всі зміни економічного, політичного та соціокультурного життя.

У ході дослідження виявлено, що одним із найуживаніших засобів мовного впливу на аудиторію, які використовують журналісти у газетах Півдня України, є **тематично-стильовий зсув**, коли слово з однієї сфери життєдіяльності суспільства переноситься до іншої, набуваючи метафоричного значення. У газетному мовленні кардинальних змін зазнала лексика на позначення військових реалій («*Поки губернатор заряджався на виступ, депутати провели традиційну розминку*» (Новий день)), спортивна лексика («*Перед голосуванням питань черги денної зал традиційно «розминався»*» (Наддніпряньська правда)), терміни з галузі медицини («*На вітвар прийнятої 8 грудня політичної реформи, якою Україна була вагітна далеко не з моменту проведення другого туру голосування, а значно раніше, не обов'язково було класти економічне зростання і соціально-політичну стабільність*» (Чорноморець)), терміни мистецтва («*Хто побував на морі, відразу пригадає цю чорноморську **рапсодію** літнього відпочинку*» (Рідне Прибужжя)) тощо.

Помічено, що досить широко використовуються у мові преси **метафоричні вислови розмовного характеру, фігури персоніфікації, синекдоха, метонімія** («*Давненко на херсонській «журналістській кухні» не пахло так екзотично як нині*» (Новий день), «*Дорого, ціни кусаються*» (Рідне Прибужжя)).

Важливим засобом впливу в текстах періодичних видань Херсонської та Миколаївської областей є **перифрази**, що виступають як образні паралелі до номінативних позначень. Метафоричні перифрази належать до постійно діючих і невичерпних засобів оновлення лексики мови ЗМІ, освіження і збагачення її виражальних ресурсів: *однорукий бандит* – ігровий автомат; *північна сусідка* – Росія; *живе срібло* – риба. Функціонування перифраз у мові газет зумовлюється їх функціями – це інформування читача й вплив на нього. Також вони слугують для формування позитивного чи негативного ставлення до повідомлюваної інформації, програмують розумову діяльність адресата, здійснюють певний «емоційний тиск».

У підрозділі 2.3. «*Тексти періодичних видань Південного регіону України в аспекті культури мови*» проведено аналіз стилістичних помилок, які трапляються у газетних публікаціях Херсонщини та Миколаївщини.

Було розглянуто критерії розрізнення норми і помилки у текстах періодичних видань досліджуваного регіону. Класифіковано типи помилок, що є характерними для ЗМІ.

Відзначено, що у проаналізованих текстах преси Південного регіону України стилістичні помилки виникають через невміння адаптувати елементи інших стилів відповідно до вимог публіцистичного, механічне перенесення в медіатекст слова з іншої комунікативної сфери. Це виявляється і в невмінні

правильно пристосувати **запозичене** слово, вживання його у значенні, що не відповідає умовам контексту.

Автори публікацій не відчувають, що лексична одиниця не характерна для літературної мови, й не можуть належним чином представити таке слово в тексті газети, продемонструвати доцільність його вживання. Вони (журналісти) часто використовують елементи **жаргонної** та **вulgарної** лексики, щоб бути близькими до аудиторії на лінгвістичному рівні.

Наприклад, у миколаївській газеті «Рідне Прибужжя» натрапляємо на таке речення: «Зварювання, що на люку сміттєпроводу, **раздерибанив** до дідька» (Рідне Прибужжя). «Дерибан – це поділ награваного, слово прийшло з мови мазуриків, не зовсім законослухняного угруповання пореволюційного Петербурга» (Л. Ставицька). Досить грубе слово, краще його замінити на *розламав, розтрощив, зруйнував*, а лайливий вислів «до дідька» взагалі прибрати. Також у лексемі «раздерибанив» автор припустився помилки, оскільки вжив префікс *раз-*, що існує в російській мові і відсутній в українській.

Наголошено, що невмотивоване використання жаргонізмів, вулгаризмів чи просторіччя призводять до порушення системи викладу й смислу самого повідомлення. Серйозні видання мають уникати таких помилок.

У третьому розділі «**Рівень володіння мовностилістичними засобами: результати експерименту**» описано проведену експериментальну роботу (констатувальний і формувальний етапи) зі встановлення рівня мовностилістичної компетенції у студентів – майбутніх журналістів, а також із формування в останніх умінь та навичок впливу за допомогою засобів мови.

У підрозділі 3.1. – «*Констатувальний етап експериментальної роботи*» – описано хід констатувального етапу експерименту.

Було набрано дві групи – контрольну й експериментальну. До контрольної групи входили студенти IV курсу спеціальності «Журналістика» факультету філології та журналістики Херсонського державного університету (19 осіб), III й IV курсів філологічного факультету Одеського національного університету імені І. І. Мечникова спеціальності «Журналістика» й «Видавнича справа та редагування» (84 особи), факультету філології та журналістики Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського спеціальності «Українська мова та література. Основи видавничої справи та редагування» (67 осіб). Експериментальна група складалася зі студентів III курсу спеціальності «Журналістика» факультету філології та журналістики Херсонського державного університету у кількості 22 особи. Загальна кількість осіб, з якими проводилося дослідження у вищих навчальних закладах, складає 192 особи.

У зміст констатувального етапу було включено такі компоненти, як анкетування, вивчення структури і змісту навчальних дисциплін журналістського фаху, вивчення думки спеціалістів із досліджуваної проблеми, спостереження, бесіда, тести, аналіз результатів дослідження.

Аналіз рівня обізнаності студентів-журналістів щодо впливу текстів на читачів виявив, що вони (студенти) погано володіють навичками вживання мовних засобів впливу. Це стимулювало визначення основних педагогічних умов, спрямованих на удосконалення процесу навчання (застосування інтерактивних методів під час занять, самостійне вдосконалення професійної майстерності майбутніх фахівців-журналістів тощо).

У підрозділі 3.2. – «*Формувальний етап експериментальної роботи*» – описано процес формувального експерименту.

На цьому етапі було змінено форму практичних завдань, які сприяли б оволодінню студентами мовностилістичними засобами впливу та підвищенню рівня майстерності написання текстів, що характеризуються силою впливу; включено до системи професійної підготовки майбутніх журналістів інтерактивні методи навчання, які впливають на процес ефективності оволодіння відповідними вміннями та навичками; проведено загальний аналіз результатів формувальної частини дослідження.

На наш погляд, основний прояв майстерності журналіста полягає у здатності впливати на читача не лише фактичною інформацією, а й за допомогою виражальних засобів, що вживаються у різних за жанрами текстах. Сучасна журналістика може бути схарактеризована позитивно у проявах політичної грамотності, висвітленні злободенних і гострих тем, у пошуку цікавих нових жанрово-стилістичних форм передачі інформації, які роблять її більш доступною для масової аудиторії, але поки що не можна вважати високим рівень мовної грамотності в усіх її проявах, що також є важливим для прийняття текстів читачем.

Тому всі форми роботи викладачів, які працюють зі студентами журналістського фаху, мають бути спрямовані на формування практичних, професійно зорієнтованих мовних знань і умінь. Студент у вищому учбовому закладі повинен навчитися учитися, переймати чужий досвід і вдосконалювати свою майстерність.

Використання інтерактивних методів навчання (вправ, ігор, мозкового штурму, роботи зі стікерами, відео, моделювання професійних ситуацій тощо) сприяло розвиткові фантазії, креативного мислення студентів, допомагало сформувати важливе для майбутніх журналістів уміння – збирати і відбирати інформацію, необхідну для прийняття того чи того рішення.

Наприклад, на практичних заняттях із дисципліни «Журналістська майстерність» послуговувалися відеоматеріалами програми «Запам'ятай» (каналу «Перший Національний»), які підвищують грамотність і культуру мови, що є необхідним для студентів.

Підсумки, обговорення й аналіз помилок, допущених студентами під час виконання завдань, дозволяє уникнути їх у майбутній професійній діяльності, а також полегшує процес адаптації до професійних умов.

## ВИСНОВКИ

За допомогою низки наукових методів розв'язано поставлені у дисертації завдання й одержано такі результати:

1. У дослідженні проаналізовано основні підходи до вивчення тексту і встановлено, що за комунікативного і психолінгвістичного підходів текст розглядають не ізольовано, на відміну від власне лінгвістичного, а більш широко – як найважливіший елемент процесу взаємодії «автор – текст – реципієнт», тобто в аспекті його реального функціонування. Саме на цьому підґрунті базується аналіз текстів газет Південного регіону України з метою виявлення в них мовностилістичних засобів впливу на читачів.

2. Розмежовано поняття «текст» і «дискурс», щоб уникнути термінологічного сплутування цих двох понять. Вони мають спільне поле функціонування, яке полягає у динаміці тексту. На нашу думку, «текст» – це носій певної інформації, який має вигляд складного завершеного знакового утворення, що служить для збереження й передачі смислів і виступає у вигляді сполучної ланки в акті комунікації, а «дискурс» – це комунікативна подія, під час якої твориться текст. Дискурс існує завдяки тексту і навколо нього й зумовлений, окрім лінгвальних, екстралінгвальними чинниками.

3. Вивчення текстів газет з позиції комунікативної діяльності дозволяє з'ясувати, в чому полягають особливості комунікаційного процесу в ЗМІ. Процес комунікації «ЗМІ – читач» у роботі розглядається в межах комунікативної моделі, запропонованої Р. Якобсоном, складниками останньої є: *автор – текст – аудиторія*. У нашому дослідженні терміни, введені Р. Якобсоном, доповнюємо термінами, які використовуються у теорії і практиці журналістів, а саме: *комунікатор, ЗМІ, газета, журналіст, повідомлення, публікація, газетний матеріал, комунікант, адресат, читач, реципієнт*.

4. Процес спілкування автора з адресатом періодичного ЗМІ є опосередкованим, що зумовлює специфіку сприйняття газетних текстів. Читачеві пропонують роздуми, але не надають можливостей їх обговорення з автором. Звідси випливає, що сприйняття газетного тексту – це процес, основою якого є вплив. Аналіз різновидів впливу (переконання, навіювання, примусу, агітації, пропаганди, маніпуляції), дозволив встановити, що відрізнити теоретично маніпуляцію від впливу легко, але на практиці це зробити дуже важко. Основна різниця між цими поняттями полягає в усвідомленому (вплив) і неусвідомленому (маніпуляція) прийнятті рішення адресатом, а з'ясувати, який текст маніпулює, а який впливає, на прикладі прочитання текстів, важко. Вплив і маніпуляція різняться також результатами зміни почуттів і думок аудиторії після прочитання тексту газети, а встановити силу цього ефекту, його довготривалість, значущість практично неможливо.

5. У дисертації відзначено, що заголовки газетних текстів Південного регіону України в більшості випадків виконують своє важливе призначення: по-перше, інтригувати, по-друге, змушувати читача прочитати весь текст

публікації, по-третє, надавати вичерпну інформацію про текст повідомлення. Хоча слід зауважити, що з останнім справляються не всі заголовки. Для досягнення своєї мети автори-журналісти активно використовують палітру мовних засобів (цитати, фразеологізми, прислів'я і приказки, афоризми, назви фільмів, пісень тощо). Особливістю заголовків сучасних періодичних ЗМІ Херсонщини та Миколаївщини є наповнення їх смислових структур прагматичним змістом. Це свідчить про авторське прагнення не лише прискорити сприйняття змісту повідомлення читачем, а й набути в його особі однодумця і в результаті здійснити емоційно-впливову функцію.

6. Аналіз газетних текстів Південного регіону України засвідчив, що автори публікацій із метою досягнення впливу на адресата активно використовують можливості емоційно забарвленої лексики. Виявлено, що автори газетних текстів Півдня України часто зловживають іншомовною (запозиченою) і субстандартною лексикою, що утруднює читання, стає причиною нерозуміння і неправильного трактування інформації читачем, викривлення смислу повідомлення.

7. У ході констатувального етапу експериментального дослідження (бесіди, спостереження, анонімного анкетування студентів) зроблено висновки:

- студенти дають нечіткі, розмиті визначення важливим для майбутніх журналістів поняттям, таким, як «сприйняття тексту», «адекватне сприйняття тексту»;
- майбутні журналісти чітко усвідомлюють потреби оволодіти усім багатством сучасної української мови;
- викладачі повинні більше приділяти уваги розвитку мовної компетенції студентів, що є важливим для розвитку професійних якостей журналіста;
- ефективність процесу навчання майбутніх журналістів-фахівців щодо написання впливових текстів зумовлена низкою чинників, зокрема відсутністю достатньої науково-методичної бази – підручників, навчальних посібників, методичних рекомендацій тощо.

8. Для розв'язання завдань формувального етапу дослідження нами було виконано таке:

- доповнено робочу програму з дисципліни «Журналістська майстерність» завданнями, які сприяють оволодінню навичками створювати тексти публікацій насичені мовностилістичними засобами впливу;
- змінено форму роботи на практичних заняттях з курсу «Журналістська майстерність», впроваджено різні методи навчання спрямовані на розвиток креативного мислення студентів майбутніх журналістів.

Слід відзначити, що рівень сформованості навичок впливу на читачів за допомогою мовностилістичних засобів студентів-журналістів експериментальної групи вище порівняно із загальним рівнем сформованості цих показників у масовій педагогічній практиці.

Методи і методики, використовувані на практичних заняттях із дисципліни «Журналістська майстерність», працюють на користь загального і професійного розвитку студентів.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

### **Статті у фахових виданнях**

1. Кобзар Я. Л. Стандартизація та експресивність інфраструктури речень у мові мас-медіа / Я. Л. Кобзар // Актуальні питання масової комунікації. – Київ, 2004. – Вип. V. – С. 20–22.
2. Гаврилова Я. Л. Текст і дискурс: спільне й відмінне / Я. Л. Гаврилова // Інформаційне суспільство. – Київ, 2005/2006. – Вип. II-III. – С. 49–52.
3. Гаврилова Я. Л. Роль лінгвістичних засобів виразності газетних заголовків у сприйнятті тексту повідомлення / Я. Л. Гаврилова // Діалог: Медіа-студії. – Одеса : ОРІДУ НАДУ, 2006. – Вип. 4. – С. 130–136.
4. Гаврилова Я. Л. Лексичні засоби впливу у текстах газетних видань / Я. Л. Гаврилова // Інформаційне суспільство. – Київ, 2006. – Вип. IV. – С. 38–41.

### **Статті в інших наукових виданнях**

1. Гаврилова Я. Л. Текст ЗМІ як об'єкт наукового аналізу / Я. Л. Гаврилова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика». – Херсон : Вид-во ХДУ, 2006. – Вип. III. – С. 270–273.
2. Гаврилова Я. Л. Субстандартна лексика у мові преси (на матеріалах періодичних видань Херсонської і Миколаївської областей) / Я. Л. Гаврилова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика». – Херсон : Вид-во ХДУ, 2011. – Вип. 14. – С. 147–150.
3. Гаврилова Я. Л. Засоби експресії у газетних заголовках / Я. Л. Гаврилова // Науково-дослідна робота молодих учених: стан, проблеми, перспективи: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. 3–5 квітня 2012 р. – Херсон, 2012. – С. 257–260; електронна версія : <http://srw.ksu.ks.ua/?p=428> (9.04.12). – Назва з екрану.

## **АНОТАЦІЯ**

**Гаврилова Я. Л. Мовностилістичні засоби впливу на аудиторію (на матеріалах преси Півдня України). – Рукопис.**

Дисертація подана на здобуття наукового ступеня кандидата наук із соціальних комунікацій зі спеціальності 27.00.06 – прикладні соціально-комунікаційні технології. – Київський національний університет імені Тараса

Шевченка, Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України. – К., 2012.

Дисертація присвячена виявленню та аналізу мовностилістичних засобів впливу на аудиторію, що їх використовують друковані засоби масової інформації Херсонщини та Миколаївщини.

У ході експериментальної роботи (констатувальний і формувальний етапи) встановлено необхідність здійснення роботи з формування в майбутніх журналістів умінь та навичок впливу на аудиторію за допомогою мовностилістичних засобів. Доведено, що нові методи роботи зі студентами («мозковий штурм», різноманітні творчі вправи, ігри тощо) сприяють формуванню у них чіткого уявлення про можливості такого впливу.

**Ключові слова:** вплив, мовний вплив, мовностилістичні засоби, аудиторія, ЗМІ, газетний текст, читач.

## АННОТАЦІЯ

**Гаврилова Я. Л. Лингвостилистические средства воздействия на аудиторию (на материалах прессы Юга Украины). – Рукопись.**

Диссертация на соискание ученой степени кандидата наук по социальным коммуникациям по специальности 27.00.06 – прикладные социально-коммуникационные технологии. – Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Министерство образования и науки, молодежи и спорта Украины. – К., 2012.

В диссертации впервые исследованы речевые средства воздействия на читательскую аудиторию, функционирующие в текстах периодики Херсонской и Николаевской областей Украины. Анализ различных подходов к изучению текста позволил установить, что текст в аспекте его реального функционирования является одним из важнейших компонентов процесса коммуникации, а также разграничить понятия «текст» и «дискурс».

Рассмотрена коммуникативная модель, установлены и описаны основные составляющие процесса коммуникации в СМИ.

На основе широкого использования источников проведен детальный анализ разновидностей воздействия. Получила дальнейшее развитие мысль о том, что манипуляция является более сложным явлением, чем воздействие, которое включает в себя понятие воздействия.

Проанализированы основные тенденции в языке газетных текстов Херсонщины и Николаевщины. На основе определений термина «заголовок», предложенных различными учеными, дано собственное толкование этого понятия. Установлено, что доминирующей в названиях к текстам периодики Юга Украины является эмоционально-экспрессивная, что соответствует традиционной классификации функций газетных заголовков. Охарактеризованы основные речевые средства, их выразительные возможности, которые помогают реализации этой важнейшей функции в периодике Херсонской и Николаевской областей. Описаны лексические средства воздействия на эмоции и сознание аудитории, которыми пользуются журналисты газетных изданий Юга Украины. Исследован уровень культуры



речи, что определило критерии разграничения «нормы» и «ошибки», проанализированы типичные стилистические ошибки, характерные для текстов печатных СМИ Юга Украины.

В рамках диссертации проведена экспериментальная работа, направленная на формирование у студентов-журналистов умений и навыков писать тексты, характеризующиеся силой воздействия на сознание и эмоции аудитории. Усовершенствована рабочая программа курса «Журналистское мастерство», разработан и внедрен в учебный процесс ряд упражнений и заданий, которые помогают развивать указанные навыки, учат студентов заниматься саморазвитием и улучшением профессиональных качеств.

**Ключевые слова:** воздействие, речевое воздействие, лингвостилистические средства, аудитория, СМИ, газетный текст, читатель.

### SUMMARY

**Gavrylova Y. L. Linguistic and stylistic means of influence over the audience (on the basis of Printed Mass Media of the South of Ukraine) – Manuscript.**

Thesis for a Candidate Degree in Social Communication, Specialty 27.00.06 – Applied Social and Communicative Technologies. – Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science, Youth and Sport of Ukraine. – K., 2012.

The thesis focuses on the identification and analysis of linguistic and stylistic means of influence over the audience which are used in printed Mass Media of Kherson and Mykolayiv regions.

During the experimental investigation (fixed and forming stages) the necessity of work of forming the habits of influence over the audience by linguistic and stylistic means was determined. It has been proved that new methods of cooperation with the students (“brain storm”, creative exercises, games, etc.) promote formation of their conception about the possibilities of influence of linguistic and stylistic means over the audience.

**Key words:** influence, linguistic influence, linguistic and stylistic means, audience, Mass Media, newspaper text, reader.