



УДК 811.111'25'42  
DOI <https://doi.org/10.32999/ksu2663-3426/2020-1-10>

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПУБЛІЦИСТИЧНОГО ДИСКУРСУ

**Шкрібляк Марія Петрівна,**  
магістр кафедри комунікативної лінгвістики та перекладу  
*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*  
kafedrain1975@gmail.com  
orcid.org/0000-0002-2435-2209

**Бялик Василь Дмитрович,**  
доктор філологічних наук, професор,  
завідувач кафедри теорії та практики перекладу  
*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*  
v.bialyk@chnu.edu.ua  
orcid.org/0000-0001-7428-7145

**Мета** статті полягає у здійсненні загальної характеристики публіцистичного дискурсу. З цією метою у статті використано такі методи дослідження: індукційно-дедуктивний метод – для узагальнення теоретичного матеріалу з проблематики наукової розвідки; дефінування та опису – для визначення понять «дискурс», «текст», «публіцистичний стиль», «публіцистичний дискурс» та здійснення їх характеристики; систематизації та опису – для з'ясування стилевих, функційних, комунікативно-прагматичних та лінгвальних характеристик аналізованого типу дискурсу.

**Результати** наукової розвідки виявляються в з'ясуванні лінгвального статусу дискурсу і публіцистичного дискурсу, з'ясуванні їх корелятивного зв'язку із суміжними поняттями, наданні загальної характеристики публіцистичного дискурсу як складного комунікативного явища в єдності його лінгвальної та екстралінгвальної складових частин.

Поняття «дискурс» включає в себе мовну, мовленнєву, психологічну, когнітивну та соціальну складові частини. Воно корелює із поняттям «комунікація» та протиставляється поняттю «текст». Воно також зіставляється із поняттям «текст» залежно від поглядів науковців на вказані поняття та підходи до їх тлумачення. Розрізнення понять «дискурс» і «текст» здійснюється за критеріями: динамічний – статичний, мовленнєвий – мовний. Дискурс є формою актуалізації тексту, тоді як текст вважається знаковою формою організації дискурсу. На відміну від поняття «дискурс», поняття «текст» не включає екстралінгвальну складову частину комунікації.

Лінгвальні особливості публіцистичного дискурсу визначаються його належністю до публіцистичного стилю та такими його ключовими рисами, як логічність, аргументативність, впливовість. Основними функціями публіцистичного дискурсу є інформативна та впливова.

Публіцистичний дискурс є видом інституційного спілкування. Сферами функціонування публіцистичного дискурсу є не тільки ЗМІ, але й громадсько-політична, суспільно-культурна сфери. Вибір та використання мовних засобів зазвичай регулюється в ньому нормами та цензурою публіцистики. Оскільки метою публіцистичного дискурсу є не тільки інформування масового адресата, але й здійснення впливу на нього, це визначає логічність викладу інформації з її одночасним емоційним забарвленням. Поряд із нейтральною, книжною лексикою, в публіцистичному дискурсі використовуються також емоційно забарвлена лексика, різноманітні стилістичні засоби та прийоми: метафори, епітети, образні порівняння, алюзії, гіперболи, літоти, каламбури тощо.

**Висновки.** Таким чином, публіцистичний дискурс є видом інституційного спілкування, призначеного для інформування та здійснення впливу на масового адресата в громадсько-політичній, суспільно-культурній сферах та сфері ЗМІ. Комунікативно-прагматичні особливості публіцистичного дискурсу визначають мовні засоби, використані в ньому, що варіюються від нейтральних до експресивних і стилістично маркованих одиниць.

**Ключові слова:** комунікація, мовні засоби, публіцистичний стиль, стилістичні засоби та прийоми, текст.

## GENERAL CHARACTERISTICS OF PULICISTIC DISOURSE

**Schkribliak Mariia Petrivna,**  
Master of the Department of Communicative Linguistics and Translation  
*Yuriy Fedkovich Chernivtsi National University*  
kafedrain1975@gmail.com  
orcid.org/0000-0002-2435-2209

**Byalyk Vasyl Dmytrovych,**  
Doctor of Humanities, Professor,  
the Head of the Department of Communicative Linguistics and Translation  
Yuriy Fedkovich ChZernivtsi National University  
v.bialyk@chnu.edu.ua  
orcid.org/0000-0001-7428-7145

The **purpose** of the article is to give general characteristic of publicistic discourse. The following research methods are used in the article with this aim: the inductive-deductive – to generalize theoretical issues on the problems of research; methods of giving definitions and descriptions – used to give definitions of the notions of “discourse”, “text”, “publicistic style”, “publicistic discourse” and describe their characteristics; methods of systematization and description – to clarify stylistic, functional, communicative-pragmatic and lingual features of the analyzed discourse.

The **results** of research are revealed in establishing its lingual status, clarifying correlative relationship with the notions related to it, providing its general characteristics as a complex communicative phenomenon in the unity of its lingual and extralingual constituents.

The notion of “discourse” correlates with the notion of «communication» and is opposed to the notion of “text” or compared with it. The differentiation of discourse and text is made on the basis of such criteria: dynamic – static, speech – language. Discourse is viewed as a form of text actualization, while text is considered to be a symbolic form of discourse organization. The notion of «text» does not comprise extralingual constituents of communication as the notion of “discourse”.

Publicistic discourse functions in media, socio-political, and socio-cultural spheres. Its lingual characteristics are determined by key features of publicistic style: objectivity, logicity, argumentativeness, and possibility to make influence.

Publicistic discourse is a type of institutional communication. The choice of its language units is regulated by the rules of their normative use. As the aim of publicistic discourse is not only to inform the mass addressee, but also to influence them, the logicity of information is combined with its emotional coloring in it. Along with neutral, bookish vocabulary, emotionally and stylistically units are used in it.

**Conclusions.** Thus, publicistic discourse is a type of institutional communication used in socio-political, socio-cultural and media spheres to inform and influence mass addressee. Its communicative and pragmatic features determine the choice of its language means, varying from neutral to expressive and stylistically marked.

**Key words:** communication, language means, publicistic style, stylistic means and devices, text.

## Вступ

Незважаючи на той факт, що публіцистичний дискурс вже неодноразово досліджувався сучасними мовознавцями, ще й дотепер у фаховій науковій літературі, не існує, на нашу думку, комплексного аналізу публіцистичного дискурсу як складного комунікативного явища в поєднанні його лінгвальних і екстралінгвальних складників. Саме цей факт зумовлює *мету* нашої статті, що полягає в наданні загальної характеристики англomовному публіцистичному дискурсу. **Завданнями** статті у зв'язку з цим є визначення поняття «дискурс», з'ясування його найважливіших характеристик, аналіз відмінностей між дискурсом і текстом, встановлення типів дискурсу, надання загальної характеристики публіцистичному дискурсу, що здійснюється шляхом виявлення його стильових, функційних, комунікативно-прагматичних ознак, а також арсеналу мовних засобів, що використовуються в ньому.

**Методологія дослідження.** Описовий метод та метод дефінування було використано нами для надання характеристики поняттям «дискурс», «текст», «публіцистичний стиль», «публіцистичний дискурс», а також визначення цих понять. Індукційно-дедуктивний

метод сприяв осмисленню та узагальненню теоретичного матеріалу з проблематики наукової розвідки. Застосування методів *систематизації* та *опису* дало змогу визначити стильові, функційні, комунікативно-прагматичні ознаки та мовні характеристики аналізованого типу дискурсу.

## 1. Поняття «дискурс» у сучасній лінгвістиці

Для розуміння особливостей публіцистичного дискурсу та надання його загальної характеристики необхідно, на нашу думку, з'ясувати сутність самого поняття «дискурс». Незважаючи на всю історію його вивчення та численні дослідження, здійснені мовознавцями у сфері дискурсивного аналізу, не можна говорити про однозначність його розуміння в лінгвістиці та інших сферах гуманітарного знання.

Аналізований термін було введено в лінгвістику американським науковцем З. Харрісом для опису тексту із залученням до нього так званої соціокультурної ситуації його породження та сприйняття (Harriz, 1952). На початку 90-х років XX століття дискурс (від франц. *discours* – промова, виступ, розмова) розуміється як складна єдність мовної практики і позамовних факторів (ситуація та мета



спілкування, поведінка його учасників, їхні настанови, цілі, що визначають особливості породження та сприйняття їх взаємодії тощо) (Hatim, Mason, 1990: 218).

У лінгвістичному енциклопедичному словнику дискурс визначається як «зв'язаний текст у сукупності із зовнішньолінгвістичними, прагматичними й іншими факторами; текст, взятий у подієвому аспекті; мовлення, розглянуте як цілеспрямована соціальна дія, як компонент, що бере участь у взаємодії людей і в механізмах їхньої свідомості (когнітивних процесах)» (Арутюнова, 1990: 7).

До найважливіших характеристик дискурсу в його сучасному розумінні можна зарахувати такі: дискурс являє собою складне комунікативне явище, що містить і соціальний контекст, який надає уявлення як про учасників комунікації (і їхні характеристики), так і про процеси породження і сприйняття повідомлень (Чернявская, 2012: 106–108), дискурс відображає суб'єктивні погляди людини, і отже, він не може бути відчужений від того, хто говорить (Карасик, 1998: 186).

Означені характеристики дискурсу виявляються в дефініції, наданій йому українською лінгвісткою Е.О. Куш: «Дискурс є реалізацією мови як системи знаків, мовлення, що актуалізує цю систему знаків для взаємодії людей через механізми їх свідомості, і мовленнєвої діяльності як цілеспрямованої соціальної дії для суспільної орієнтації та комунікації» (Куш, 2017: 261).

Зі становленням дискурс-аналізу як спеціальної галузі лінгвістичних досліджень з'ясувалося, що значення дискурсу не обмежується писемним і усним мовленням, але включає, крім того, інші семіотичні коди. Акцент в інтерпретації дискурсу ставиться на його інтерактивній природі. Дискурс, насамперед, – це мова, занурена в життя, в соціальний контекст (із цієї причини поняття дискурсу рідко вживається стосовно прадавніх текстів) (Белова, 2002: 12). Отже, поняття дискурсу безумовно корелює з поняттям комунікації, виступаючи інколи синонімічним.

## 2. Дискурс та суміжні поняття

Дискурс протиставляється тексту, який вважається переважно абстрактною, формальною конструкцією, в той час як дискурс є видом її актуалізації (Макаров, 2003: 42). За всього різноманіття визначень у сучасній лінгвістиці вирізняються три основних підходи до вирішення проблеми співвідношення понять «текст» і «дискурс»: їх отождолення, повне розмежування понять за характеристикою

статика об'єкта (текст) / динаміка комунікації (дискурс); залучення тексту до поняття дискурсу (Макаров, 2003: 41). У подальшому дослідженні ми будемо використовувати термін «дискурс», розуміючи його як складне комунікативне явище, в якому відбувається актуалізація конкретного, матеріального знакового об'єкта – тексту.

## 3. Типологія дискурсу

У процесі вивчення дискурсу виникає питання його типології. І хоча нині не зроблено уніфікованої системи критеріїв класифікації типів дискурсу, виокремлюють такі його типи за сферами функціонування: літературний, медичний, науковий, політичний, публіцистичний, дипломатичний, педагогічний, військовий, рекламний, релігійний, юридичний, спортивний тощо (Карасик, 1998: 196).

## 4. Поняття публіцистичного дискурсу та його характеристика

Поняття публіцистичного дискурсу корелює із поняттям публіцистичного стилю, що є одним із функціональних стилів літературної мови, притаманним мові ЗМІ. Публіцистичний стиль характерний і для виступів, промов суспільних, громадських, політичних діячів тощо (Galperin, 1977: 112). До головних функцій публіцистичного стилю, що відрізняє його від інших мовних стилів, зараховують інформативну функцію, а також функцію впливу (Kostomarov, 1971: 28).

Інформативна функція публіцистичного стилю виявляється в його здатності інформувати широкий загал про проблеми, значущі для суспільства. Саме тому до рис публіцистичного стилю зараховують документальність, об'єктивність, логічність, аргументативність, впливовість (Galperin, 1977: 113). Функція впливу позначена можливістю переконання адресата, виклику в нього бажаної реакції на висловлене не тільки логічно обґрунтованою аргументацією, але й силою та емоційністю мовлення, підкресленням та апелюванням до тієї інформації, що може бути найбільш ефективно використана для досягнення поставленої мети (Бойчук, 2009: 135).

Організація публіцистичного дискурсу зумовлена особливостями відповідного стилю. Функціонування публіцистичного дискурсу відбувається в громадсько-політичній, суспільно-культурній сферах, ЗМІ (Galperin, 1977: 112). Звідси впливає його основне призначення: слугувати розв'язанню суспільних питань, активно впливати на адресата, переконувати у справедливості певної ідеї,

формувати в нього правильне ставлення до суспільних проблем, повідомляти інформацію, що має суспільне значення, спонукати його до творчої діяльності, пропагувати прогресивні ідеї, вчення, знання, здоровий спосіб життя. Інформація в публіцистичному дискурсі адресується не вузькому колу фахівців, як, наприклад, у сфері науки, а широкому загалу.

В.І. Карасик пропонує замінити термін «функціональний стиль» на «формат дискурсу». Під форматом дискурсу він має на увазі різновид дискурсу, що виокремлюється на основі комунікативної дистанції, ступеню самовираження мовця, створених соціальних інститутів, реєстра спілкування та клішованих мовних засобів. Таким чином, формат дискурсу є конкретизацією типу дискурсу. Формат дискурсу, своєю чергою, конкретизується жанрами мовлення, що виділяються на індуктивній основі (Карасик, 1998: 193).

Публіцистичний дискурс є інституційним типом дискурсу. Як зазначає голландський дискурсолог Т. ван Дейк, «інституційний дискурс – це стала система статусно-рольових відносин, що склалася в комунікативному просторі життєдіяльності певного соціального інституту, в межах якої здійснюються владні функції символічного примусу в формі нормативного припису та легітимізації певних способів світобачення, світовідчуття, векторів ціннісних орієнтацій і моделей поведінки» (Dijk, 1981: 36).

У зв'язку з цим тексти ЗМІ являють особливу сферу функціонування мови, в якій відбуваються процеси, що не тільки відбивають мовленнєву ситуацію взагалі, а й впливають на когнітивну систему адресата: його думки, переконання, настанови (Fairclough, 1995: 22). Внаслідок цього мовні засоби використовуються як засіб впливу.

Використання мовних засобів публіцистичного дискурсу зумовлено соціально-оцінними характеристиками й можливостями ефективного, цілеспрямованого впливу на масову аудиторію. Це досягається шляхом поєднання логічності викладу інформації з її емоційним забарвленням, що і є визначальною рисою текстів публіцистики.

Базуючись на дослідженнях Л.О. Алексєєвої (Алексєєва, 2009), К.В. Бойчук (Бойчук, 2009), І.Р. Гальперина (Galperin, 1977), В.Г. Костомарова (Костомаров, 1971), А.З. Москаленка (Москаленко, 1998), визначимо такі мовні та стильові особливості публіцистичного дискурсу:

– високий ступінь стандартизації мовних одиниць, великий відсоток сталих і клішованих виразів, журналістські штампи, стандартні терміни і назви тощо;

– експресивність мови як спосіб залучення уваги адресата, вираження ставлення до поданої інформації; наявність оцінних епітетів; прямих звертань до адресата;

– насиченість порівняннями, реаліями, алюзіями і цитатами;

– використання розмовної, зниженої, сленгової та ненормативної лексики з метою формування певного ставлення широкого загалу до запропонованого матеріалу, створення певного образу і стилістичного ефекту у так званій «бульварній пресі»;

– широке використання фразеологізмів та ідіом, гри слів, каламбурів, прислів'їв і приказок;

– широке використання інших стилістичних засобів і прийомів (гіпербол, літоти, образних порівнянь, метафор, евфемізмів тощо);

– особлива риса писемних текстів публіцистики – газетні та журнальні заголовки, побудовані на грі слів, каламбурах, цитатах, алюзіях.

#### Висновки

Лінгвальні характеристики публіцистичного дискурсу визначаються його належністю до публіцистичного стилю, інституційними особливостями, комунікативно-прагматичним призначенням і сферами функціонування. Мовні засоби, що використовуються в ньому, варіюються від нейтральних і книжних до експресивних і стилістично забарвлених. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у здійсненні порівняльної характеристики англійського та українського публіцистичного дискурсу.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Алексєєва Л.О. Виразальні засоби мови у текстах розмовного, художнього та публіцистичного стилів. Донецьк : Юго-Восток, 2009. 202 с.
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс. Лингвистический энциклопедический словарь. Москва : Сов. энциклопедия, 1990. С. 136–137.
3. Белова А.Д. Поняття «стиль», «жанр», «дискурс», «текст» у сучасній лінгвістиці. *Іноземна філологія*. 2002. Вип. 32–33. С. 11–14.
4. Бойчук К.В. Мова газетних текстів як засіб впливу на читача. *Наукові записки*. Вип. 11. 2009. С. 135–139.
5. Карасик В.И. О категориях дискурса. *Языковая личность: социолингвистические и эмотивные аспекты*. Волгоград : Перемена, 1998. С. 185–197.
6. Костомаров В.Г. Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности современной газетной публицистики. Москва : Высшая школа, 1971. 117 с.



7. Куц Е.О. Критична перспектива дослідження дискурсу в сучасній лінгвістиці. *Наукові записки Кіровоградського державного педагогічного ун-ту ім. В. Винниченка. Серія: Філологічні науки*. 2017. Випуск 153. С. 261–265.
8. Макаров М.Л. Основы теории дискурса. Москва : Гнозис, 2003. 280 с.
9. Москаленко А.З. Основні функції і принципи преси. Київ : Наукова думка, 1998. 96 с.
10. Чернявская В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса. Москва : «Флинта», 2012. 208 с.
11. Dijk van T. A. *Studies in the Pragmatics of Discourse*. The Hague : Mouton Publishers, 1981. 331 p.
12. Fairclough N. *Media Discourse*. Throwbridge : Redwood Books, 1995. 216 p.
13. Galperin I.R. *Stylistics*. [2nd ed.]. Moscow : Higher School Publication House, 1977. 332 p.
14. Harris Z. *Discourse analysis*. *Language*. 1952. V. 28. № 1. P. 5–30.
15. Hatim B., Mason I. *Discourse and the Translator*. London : Longman, 1990. 210 p.
4. Boichuk, K.V. (2009). *Mova gazetnych tekstiv yak zasib vplivu na chitachya* [The language of newspaper style as means of influence on the reader]. *Naukovi zapysky*. Vypusk. 11.
5. Karasyk, V.I. (1998). *O kategoriyah diskursa* [About the categories of discourse] *Yazikovaya lichnost: sotsiolingvistichiskije i emotivnije aspekty*. Volgograd : Peremena.
6. Kostomarov, V.G. (1991). *Russkiy yazyk na gazetnoy polose. Nekotorije osobennosti sovremennoy gazetnoy publitsistiki*. [The Russian language in the newspaper column. Some features of modern newspaper publicistic]. Moskwa : Vyshaja skola.
7. Kushch, E.O. (2017). *Krytychna perspektyva doslidzennya diskursu u suchasniy lingvistitsi* [Critical perspective of investigation of discourse in modern linguistics]. *Naukovi zapyski Kirovogradskoho derzhavnogo pedagogichnogo universitetu imeni V. Vynhychenko. Serija: Filologichni nauky*. Vypusk 153.
8. Makarov, M.L. (2003). *Osnovy teorii diskursa* [Foundations of theory of discourse]. Moscow : Gnozis.
9. Moskalenko, A.Z. (1998). *Osnovny funktsiji i pryntsypy presy*. Kyiv : Naukova dumka.
10. Chernavkaya, V.Ye. (2012). *Lingvistka teksta. Lingvistika diskursa* [Linguistics of text. Linguistics of discourse]. Moscow : Flinta.
11. Dijk, van T.A. (1981). *Studies in the Pragmatics of Discourse*. The Hague : Mouton Publishers, 1981. 331 p.
12. Fairclough, N. (1995). *Media Discourse*. Throwbridge : Redwood Books, 1995. 96 p.
13. Galperin, I.R. *Stylistics* (1977). Moscow : Higher School Publicatiob House, 332 p.
14. Harris, Z. (1952) *Discourse analysis*. *Language*. V. 28. № 1. P. 5–30.
15. Hatim, B., Mason, I. (1990) *Discourse and the Translator*. London : Longman.

#### REFERENCES:

1. Aleksyeyeva, L.O. (2009). *Vyrazhalni zasoby movy u tekstah rozmovnogo, hudozhnogo ta publitsistichnogo styliv* [Expressive means of language in the texts of colloquial, literary and publicistic styles]. Donetsk : Yugo-Vostok, 202 p.
2. Arutyunova, N.D. (1990). *Diskurs* [Discourse]. *Lingvisticheskij entsiklopedicheskiy slovar*. Moskwa : Sovetskaya entsiklopedija.
3. Byelova, A.D. (2002). *Ponyattya "styl", "zhanr", "diskurs", "tekst" u suchasniy lingvistitsi*. [The notion of style, genre, discourse, text in modern linguistics]. *Inozemna filologija*. Vypusk 32–33.

*Стаття надійшла до редакції 03.03.2020.  
The article was received March 3, 2020.*