

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

О. Ю. Малая

Мови медіа

Навчально-методичний комплекс
для студентів соціологічного факультету
спеціальності «Медіа-комунікації»

Харків – 2010

УДК 81'27(075.8)
ББК 81-923
М18

*Рекомендовано до друку Науково-методичною радою
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(протокол № від 2010 р.)*

Рецензенти:

доктор філологічних наук, професор кафедри німецької філології та перекладу Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна **Л. Р. Безугла**;
кандидат соціологічних наук, доцент кафедри методів соціологічних досліджень Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна **Н. В. Коритнікова**.

М 18 **Малая О. Ю. Мови медіа** : Навчально-методичний комплекс для студентів соціологічного факультету спеціальності «Медіа-комунікації». — Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2010. — 49 с.

У навчально-методичному комплексі з курсу «Мови медіа» розглядаються основні положення медіалінгвістики, дисципліни, яка спрямована на лінгвістичний аналіз різних типів медіа-дискурсу, зокрема, дискурсу газет, радіо, телебачення та Інтернету, з позицій когнітивно-комунікативної парадигми філології. Подаються тематичний план курсу «Мови медіа», критерії рейтингової системи оцінювання знань студентів, зміст лекційних і семінарських занять, матеріали і методичні поради для самостійної роботи студентів, тести для контролю знань, питання до заліку, рекомендована література і словник основних термінів з навчального курсу.

Для студентів магістратури спеціальності «Медіа-комунікації» соціологічного факультету. Комплекс навчально-методичних матеріалів може бути використаний студентами інших спеціальностей і факультетів, а також бакалаврами, магістрами, аспірантами і викладачами інших гуманітарних дисциплін.

УДК 81'27(075.8)
ББК 81-923

© Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2010
© Малая О. Ю., 2010
© Дончик І. М., макет обкладинки, 2010

ЗМІСТ

Передмова.....	4
Тематичний план курсу «Мови медіа».....	5
Рейтингова система оцінювання знань студентів	6
Зміст лекційних занять	9
Тематика семінарських занять	15
Самостійна робота студентів	26
Тести для контролю знань	29
Питання до заліку	33
Рекомендована література	34
Словник основних термінів	45
Додатки	49

ПЕРЕДМОВА

Медіа-лінгвістика – нова галузь філології, що системно аналізує різні типи медіа-дискурсу, зокрема, дискурс газет, радіо, телебачення та Інтернету, з позицій когнітивно-комунікативної парадигми філології. У медіа-лінгвістиці інтегровано теорії стилістики, комунікативної та когнітивної лінгвістики, що необхідно для створення нового підходу до аналізу систем масової комунікації, які наразі стрімко розвиваються. Завдяки технологічному прогресу принципи створення і сприйняття медіа-текстів радикально змінюються, що вимагає наукового осмислення механізмів функціонування медіа-дискурсу як особливої мисленнєво-комунікативної мовленнєвої діяльності комунікантів, зафіксованої медіа-текстом.

Мета курсу – ознайомлення студентів з методологією та методами лінгвістичних досліджень медіа, формування у студентів навичок аналізу медіа-текстів.

Завдання курсу – ознайомити студентів з методологією та методами лінгвістичних досліджень медіа (у рамках соціолінгвістики, прагмалінгвістики, когнітивної лінгвістики та лінгвістики тексту); сформувати у студентів уявлення щодо концептуальних засад сучасних досліджень мов медіа – дискурсу радіо, телебачення, газет та Інтернету; надати знання щодо основних теорій медіа-дискурсу, базових понять і термінів лінгвістичного аналізу, сприяти практичному засвоєнню теоретичного матеріалу у вигляді вправ з аналізу і створення медіа-текстів.

У результаті вивчення даного курсу студент повинен

знати: теорії лінгвістичних досліджень медіа, специфіку різних видів медіа-дискурсу – дискурсу радіо, телебачення, газет та Інтернету, основні поняття та терміни лінгвістичного аналізу;

вміти: проводити лінгвістичний аналіз медіа-текстів, стилізувати тексти у відповідності до вимог медіа-дискурсу.

Форми навчання: лекції із застосуванням мультимедійних засобів навчання; семінари з елементами теоретичних дискусій.

Навчальний курс «Мови медіа» викладається студентам магістратури спеціальності «Медіа-комунікації» соціологічного факультету в 10 семестрі.

Курс складається з двох теоретичних модулів і передбачає виконання індивідуального навчально-дослідного завдання.

До *першого модуля* «Медіа-дискурс як об'єкт лінгвістичного аналізу» увійшли теми, пов'язані з визначенням медіа-лінгвістики як наукової дисципліни, окресленням методів і методології медіа-лінгвістики, вивченням більш традиційних медіа-жанрів (газети, радіо, телебачення).

Другий модуль «Специфіка мов Інтернету» присвячено аналізу Інтернету як порівняно нового явища медіа-комунікації. Розглядається лінгвістична специфіка інтернет-дискурсу загалом та його підтипів (жанрів). Окрему увагу приділено рекламі у інтернет-просторі та її відмінностям від традиційної реклами.

Форма контролю – залік.

**ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН КУРСУ
«МОВИ МЕДІА»**

Загальна схема та структура курсу

Таблиця 1

№ модуля	№ теми	Назва модуля, теми	Кількість годин		
			Лекції	Семінари	Самостійна робота
1.	Медіа-дискурс як об'єкт лінгвістичного аналізу		12	6	36
	1.	Методологія та методи лінгвістичних досліджень медіа	2		9
	2.	Лінгвістичний аналіз газетного дискурсу	4	2	9
	3.	Жанри радіо та їх мовленнєві особливості	2	2	9
	4.	Жанри телебачення та їх мовленнєві особливості	4	2	9
2.	Специфіка мов Інтернету		8	8	38
	5.	Інтернет-дискурс і його загальні особливості	2	2	9
	6.	Лінгвістичний аналіз мов Інтернету	2	2	10
	7.	Підтипи Інтернет-дискурсу та їх специфіка	2	2	9
	8.	Рекламний дискурс в інтернет-просторі	2	2	10
Усього: 108 год.			20	14	74

РЕЙТИНГОВА СИСТЕМА ОЦІНЮВАННЯ ЗНАНЬ СТУДЕНТІВ

Критерії оцінки знань студентів денної та заочної форм навчання за різними формами завдань

Контроль знань з навчальної дисципліни визначає відповідність рівня отриманих студентами знань, вмінь і навичок вимогам нормативних документів з вищої освіти. Навчальним планом і програмою навчальної дисципліни передбачені різні види завдань. За їх виконання протягом семестру студенти набирають певну суму балів, яка дозволяє (або не дозволяє) скласти залік. Обсяг курсу 108 годин (3 кредити); загальна кількість балів – 100.

Види і форми контролю знань з курсу «Мови медіа» для студентів денної форми навчання

Таблиця 2

№	Види завдань	Кількість балів
1	Відповіді на питання, виконання завдань, участь в дискусіях, виступ з доповіддю на семінарських заняттях	10
2	Контрольна робота за модулем 1	20
3	Контрольна робота за модулем 2	20
4	Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ)	10
5	Підсумковий контроль: письмова залікова робота	40
Усього		100
	Додаткові бали (бонуси):	
	Участь у конференціях, круглих столах, в університетському етапі предметних олімпіад	5
	Виступ на конференції за наявності друкованої програми	7
	Публікація тез доповіді або наукової статті	10

**Види і форми контролю знань з курсу «Мови медіа»
для студентів заочної форми навчання**

Таблиця 3

№	Види завдань	Кількість балів
1	Контрольна робота за модулем 1	25
2	Контрольна робота за модулем 2	25
3	Індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ)	10
4	Підсумковий контроль: письмова залікова робота	40
Усього		100
	Додаткові бали (бонуси):	
	Участь у конференціях, круглих столах, в університетському етапі предметних олімпіад	5
	Виступ на конференції за наявності друкованої програми	10
	Публікація тез доповіді або наукової статті	15

**Критерії оцінювання
індивідуального навчально-дослідного завдання
(ІНДЗ)**

Таблиця 4

Зміст (повнота, логічність і послідовність розкриття теми, наявність самостійного аналізу)	5 балів
Відповідність вимогам оформлення	2 бали
Захист	3 бали
Усього	10 балів

Система оцінювання письмової залікової роботи

Залік складається у письмовій формі.

Зразок залікового завдання:

1. Моделі комунікації (20 балів).
2. Феномен інтерстильового тонування (20 балів).

Відповіді на питання письмової залікової роботи оцінюються таким чином:

Критерії оцінювання письмової залікової роботи

Таблиця 5

Відповідь повна, або з однією незначною помилкою	19-20 бали
Відповідь повна, але з двома-трьома незначними помилками	17-18 балів
Відповідь повна, але з однією-трьома суттєвими помилками	14-16 бали
Відповідь не досить повна, та (або) із суттєвими помилками	12-13 бали
Відповідь не повна, містить суттєві помилки	10-11 бали
Відповідь майже відсутня та (або) не відповідає запитанню	0-9 балів

Результати поточного та підсумкового контролю з навчальної дисципліни інтерпретуються в шкалу оцінювання ECTS та національну шкалу за системою:

Правила переведення оцінок у систему ECTS

Таблиця 6

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою	
		для екзамену, курсової роботи (проекту), практики	для заліку
90-100	A	відмінно	зараховано
80-89	B	добре	
70-79	C		
60-69	D	задовільно	
50-59	E		
1-49	FX	незадовільно	не зараховано

ЗМІСТ ЛЕКЦІЙНИХ ЗАНЯТЬ

Модуль 1. Медіа-дискурс як об'єкт лінгвістичного аналізу

Тема 1. Методологія та методи лінгвістичних досліджень медіа

Медіа-лінгвістика як наука. Три напрямки медіа-лінгвістики: медіа-стилістика, медіа-когнітивістика, медіа-дискурсологія. Специфіка стилістики медіа-дискурсу: фасцинативна стратегія адресата і стилістичні засоби її реалізації. Медіа як комунікація. Непряма комунікація як “змістовно ускладнена комунікація. Точка відліку – інтерпретація сказаного адресатом. Репрезентативна, експресивна, апелятивна функції комунікації.

Моделі комунікації (кодова, інференційна, інтеракційна). Кодова модель: інформація передається в закодованому вигляді від адресанта до адресата. Конвенції співвідносять мовну одиницю зі значенням. Адресат декодує інформацію. Можлива наявність шуму й перешкод у каналі зв'язку. Неідентичність коду на вході й виході, наявна у медіа-дискурсі. Інференційна модель: комунікант реалізує свій намір за допомогою висловлень. Висловлення мають прагматичне значення. Експліцитно й імпліцитно виражені частини значення у медіа-дискурсі. Принцип кооперації. Інтеракційна модель комунікації: демонстрація смислів адресантом та їхня інтерпретацію адресатом. Навмисно й ненавмисно передана інформація у медіа-дискурсі. Поведінкові аспекти комунікації.

Теорія мовленнєвих актів (Дж. Остін, Дж. Серль). Локуція, іллокуція, перлокуція. Антропоцентричний погляд на мови медіа. Недоліки теорії мовленнєвих актів. Гомогенні й модулярні концепції індиректності, релеванті для аналізу медіа-дискурсу.

Теорія імплікатур (Г. П. Грайс). Експліцитно й імпліцитно виражена пропозиція. Закономірність комунікації: «Твій комунікативний внесок на певній стадії діалогу має відповідати обопільно прийнятним цілям або на-

прямак цього діалогу». Дискурсивні максими. Конвенціональні і дискурсивні імплікатури у медіа-дискурсі.

Медіа-дискурс. Мотиви, стратегії і тактики дискурсу (О. С. Іссерс, Т. А. ван Дейк). Теорія когнітивної метафори (Дж. Лакофф). Метефора як одна з форм концептуалізації. Поняття “концепт”. Понятійні та ціннісні особливості вербалізації концептів у медіа-дискурсі.

Тема 2. Лінгвістичний аналіз газетного дискурсу

Особливості газетного дискурсу. Фрагментарність, інтертекстуальність, карнавальність, пастіш, суміщення голосів як постмодерні ознаки газетного дискурсу.

Текстові прояви інтертекстуальності. Мовленнєві прояви інтертекстуальності. Поняття інтерстильового маркування у газетному тексті.

Медіа-подія і медіа-текст. Конкурування газети з аудіо-візуальними ЗМІ. Ціннісні орієнтири текстової діяльності журналістів. Інформаційна і експресивна спрямованість газетного дискурсу. Суміщення документального та художнього стилю. Ілюстрація реального фантазійним. Актуалізація фонових знань.

Стандартні (немарковані) та експресивні (марковані) одиниці газетного тексту. Цитатність. Феномен прецедентності. Прецедентне висловлювання. Прецедентна ситуація. Прецедентний текст. Прецедентне ім'я. Мовна гра. Ігрові стратегії газетного дискурсу: графічні і фонетичні ігри. Ігрова рекомпозиція дійсності у медіа-тексті.

Стилістичні засоби впливу на читача у газетному дискурсі: перифраз, іронія, літота, гіпербола, асиндетон, полісиндетон, анафора, епіфора, анадіплоза, тавтологія, плеоназм, паралелізм, антитеза, хіазм, оксюморон, епітет, еліпсис, апозіопеза, зевгма, парантеза, пролепс, анаколуф. «Нібито» і «насправді». «Гаджет» у газетному дискурсі. Прийом відсторонення і його значення для газетного дискурсу.

Тема 3. Жанри радіо та їх мовленнєві особливості

Екстралінгвістичні умови радіокомунікації: дистантність, опосередкованість, відсутність візуалізації, масовість аудиторії, всеохватність, швидкість передачі інформації, необратимість, одномоментність, лінійність, безперервність.

Радіодискурс як монологічний і полілогічний дискурс. Окказіоналізми, мовна гра і гумор у радіодискурсі. Мова диктора і радіокоментатора. Формування мовленнєвого іміджу ді-джея і радіоведучого.

Усвідомлювані і неусвідомлювані стратегії спілкування. Стратегії зближення радіоведучого з аудиторією: надання уваги, перебільшення дружнього ставлення, підкреслення власної цікавості, прагнення згоди, жартування, турботи щодо потреб, пропонувань і обіцянок, ствердження оптимістичності у стосунках, підкреслення взаємної зацікавленості, задоволення потреб, ствердження групової ідентичності, маніфестації спільності, уникнення незгоди.

Стратегії віддалення радіоведучого як прояв відсутності обмеження свободи слухача: ненав'язливості, маніфестації песимізму, маніфестації поваги, вибачення, заперечення примусу, використання імпліцитних мовленнєвих актів, применшення необхідної уваги, деперсоніфікації, апеляції до норми, використання іменникового стилю.

Тема 4. Жанри телебачення та їх мовленнєві особливості

Жанри інформаційної публіцистики, відеосюжет, звіт, виступ, інтерв'ю, репортаж, коментар, огляд, розмова, дискусія, ток-шоу, прес-конференція, замальовка, есе, сатиричні жанри, документалістика. Функціонально-жанровий тип телевізійного тексту (новини, коментарій, feature, реклама). Медіа-топик на телебаченні. Поділ новин на hard news і soft news. Принцип перегорнутої піраміди. Глобальна клішованість телевізійного

дискурсу. Категорія ідеологічної модальності. «Навішування ярликів». Декларативне використання слів з абстрактним значенням.

Телебачення як сон (теорія П. Вуда). Телебачення як бард. Формування нових міфів у телевізійному дискурсі. Методи визначення ідеологічного підтексту телевізійних повідомлень: експлікація імпліцитних смислів.

Використання методів когнітивної лінгвістики для аналізу телевізійного дискурсу (Дж. Лакофф). Структурні, орієнтаційні і онтологічні метафори телевізійного дискурсу. Область-ціль, область-джерело і витoki когнітивного переносу.

Теорія конотації (Р. Барт, У. Еко). Конотати меліоративності, пейоративності, інтенсифікації, евфемістичності, іронічності.

Модуль 2. Специфіка мов Інтернету

Тема 5. Інтернет-дискурс і його загальні особливості

Специфіка каналу комунікації у інтернет-просторі. Дистантність інтернет-спілкування та його вплив на використання мовних засобів. Проблема часу і простору у Інтернеті. Поділ комунікації на синхронну і асинхронну. Поняття креолізованості. Креолізованість комп'ютерних текстів. Нетикет як правила-настанови. Відмінності нетикету і етикету.

Інтернет-дискурс як явище постсучасності. Нівелювання авторства і анонімність. Специфіка створення віртуального «обличчя». Вплив анонімності на мовленнєві стратегії користувача. Девіантна поведінка у інтернет-просторі. Зняття протиставлення центру і периферії. Вплив кіберкультури на мови Інтернету. Текстоцентричність Інтернету. Цитатність у інтернет-просторі.

Шизоїдна розщепленість користувача і її вплив на мовлення. Нівелювання норм і цінностей у інтернет-дискурсі. Ігровість, несерйозність. Гібридизація усного та письмового, буттєвого та інституціонального дискурсу в Інтернеті.

Тема 6. Лінгвістичний аналіз мов Інтернету

Сучасні лінгвістичні дослідження інтернет-спілкування. Західна школа інтернет-лінгвістики. Дослідження інтернет-дискурсу на пострадянському просторі.

Комп'ютерний жаргон. Маніфест антиграмотності (падонкаффська мова). Креатіфф. Сленг кашенітів. Луркмор: фразеосхеми російськомовного інтернет-простору. Специфіка гумористичної стратегії в інтернеті. Демотиватори як нова культура плакату. Цинізм і іронічність або традиції і пафос.

Безграмотність користувачів у інтернет-просторі: нова мова, фасцинативна стратегія чи віддзеркалення реального стану освіти. Контент і прояви антисоціальності. Акроніми як прояв групової ідентичності користувачів. Ніконіми: прояв мовної особистості у віртуальному світі. Дослідження ніконімів у лінгвістичному аспекті. Емотикони: емоційно маркований спосіб організації спілкування. Симуляція емоцій у віртуальному просторі.

Гіперпосилання і проблема гіпертекстуальності. Тематична цілісність і тематична фрагментарність: рівні гіпертексту. Багатовекторність розвитку тематичного потоку. Концепція асоціативно-навігаційного підходу до організації знань (В. Буш). Психолінгвістичні проблеми сприйняття гіпертексту. Гіперлітература (М. Джойс, Д. Мелрод).

Тема 7. Підтипи інтернет-дискурсу та їх специфіка

Поняття жанру. Проблема структурування віртуального жанрового простору. Приклади класифікації: Н. Асмус, Г.Н. Трофімова, П.Е. Кондрашов, М.Л. Макаров, М.Ю. Сидорова, О.В. Лутовінова. Час існування інтернет-тексту. Ієрархія висловлювань. Спонтанність породження висловлювань. Рухливість жанрових меж.

Електронна пошта: принципова відмінність від традиційного епістолярного жанру. Економія зусиль адресата й адресанта. Інтернет-форуми і

гостьові книги. Поняття посту і треду. Оріджін як спосіб самореалізації користувачів. Стандартні для форуму правила. Дослідження інтернет-чатів. Новомова чатів. Чат як «гомін мови». Чат і свобода творення простору. Блог як інформативний засіб. Блог як простір спілкування. Блоги і онлайн-щоденники. MMORPG і MUD: ескапізм і можливість саморозвитку. Екшен, РПГ, квест. Відмінність MMORPG від рольових полігонних ігор (історичні, фентезійні ігри), міських полігонних ігор (BTM), настільних рольових ігор (ДнД), однокористувачевих комп'ютерних ігор. Сленг MMORPG. Жанр миттєвих повідомлень. Соціальні мережі. Вікі-проекти.

Флейм як прояв мовленнєвої агресії. Тролінг. Мережевий флірт і віртуальний роман. Флуд як «сміттєвий трафік». Кросспостінг, оверквотінг, оффтопик, псевдографіка. Спам: моделювання жанру.

Тема 8. Рекламний дискурс в інтернет-просторі

Мовні особливості реклами. Когнітивно-дискурсивна характеристика реклами. Місце реклами у типології дискурсів. Реклама і PR.

Маніпулятивні стратегії реклами. Використання конотацій у рекламному тексті. Посилення унікальності. Метонімія у рекламі. Нівелювання модальності. Негативна реклама. Образність та ігрові прийоми у рекламному тексті. Метафора у рекламі. Метод повтору. Роль заголовку і слогана.

Специфіка реклами в Інтернеті. Комерційна, політична і соціальна реклама. Поняття продакт-плейсмент. Продакт-плейсмент у блогах і MMORPG. Лінгвістичні дослідження банерної реклами. Контекстуальна реклама. Поп-ап.

Пресупозиції у рекламному тексті і їх вплив на споживачів. Методи визначення імплікатур у рекламному повідомленні.

Характеристика рекламного тексту : теорія Г.Г. Почепцова. Аспекти функціонування рекламного тексту. Ергономічний аспект реклами. Прагмалінгвістичні особливості реклами. Реклама як простір міфотворення. Інформативна, оцінна і прагматична функції реклами.

ТЕМАТИКА СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ

Модуль 1

Медіа-дискурс як об'єкт лінгвістичного аналізу

Тема семінару 1

СТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ ВПЛИВУ НА ЧИТАЧА У ГАЗЕТНОМУ ДИСКУРСІ

План

1. Поняття локуції, іллокуції, перлокуції. Реалізація перлокуцій у дискурсі.
2. Засоби образності у газетному дискурсі з позицій стилістики.
3. Засоби образності у газетному дискурсі з позицій комунікативної лінгвістики.

Питання для самоконтролю

1. Наведіть умови успішності іллокутивного акту у газетному дискурсі.
2. Окресліть структуру перлокутивного акту у системі мовленнєвого впливу на читача у газетному дискурсі.
3. Які ігрові стратегії можуть використовуватись у газетному дискурсі?
4. Дайте визначення фігурам опису у газетному дискурсі.
5. Дайте визначення синтаксичним фігурам у газетному дискурсі.
6. Дайте визначення фігурам протиставлення у газетному дискурсі.
7. Які існують стилістичні помилки у газетному дискурсі і який вони мають вплив на читача?

Завдання до семінару

Наведіть приклад кожного з типів засобів образності у газетному дискурсі, проаналізуйте його вплив на читача.

Основна література

1. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиа-текстов / Т. Г. Добросклонская. — М. : Едиториал УРСС, 2005. — 288 с.
2. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — М. : Едиториал УРСС, 2003. — 284 с.
3. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиального дискурса : о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ : Монография / М. Р. Желтухина. — М. : Ин-т языкознания РАН, 2003. — 656 с.

4. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С. И. Сметанина. — СПб : Издательство Михайлова, 2002. — 383 с.

Додаткова література

1. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі / Л. Р. Безугла. — Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. — 332 с.

2. Богданов В. В. Текст и текстовое общение : учеб. пособие / В. В. Богданов. — СПб : Санкт-Петербург. гос. ун-т, 1993. — 67 с.

3. Габидуллина А. Р. Основы теории речевой коммуникации : учеб. пособие для вузов / А. Р. Габидуллина, М. В. Жарикова. — Горловка : Изд-во ГПИИЯ, 2005. — 282 с.

4. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации : учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. — М. : КДУ, 2007. — 116 с.

5. Fairclough N. Media Discourse / N. Fairclough. — London : Edward Arnold, 1995. — 214 p.

Тема семінару 2

РАДІО ЯК ЗАСІБ КОНСТРУЮВАННЯ ЦІННІСНИХ НАСТАНОВ СЛУХАЧІВ

План

1. Критичний дискурс-аналіз: методологія Т. А. ван Дейка.
2. Теорії конотації (Р. Барт, У. Еко, Л. Блумфілд, Л. Єльмслев)
3. Конструювання ціннісних настанов через конотації (на матеріалі радіо-дискурсу).

Питання для самоконтролю

1. Яку теоретичну базу має критичний дискурс-аналіз?
2. У чому полягає концептуальна різниця між дискурс-аналізом Т. А. ван Дейка і Н. Ферклоу?
3. Дайте визначення компонентам значення.
4. Окресліть специфіку радіо-дискурсу.
5. Яким чином конотації проявляють свій вплив у радіо-дискурсі?
6. Якими є соціальні наслідки впливу радіо-дискурсу на слухачів?
7. Якими мовленнєвими засобами соціальні цінності відтворюються у радіо-дискурсі?

Завдання до семінару

Застосовуючи метод критичного дискурс-аналізу і теорію конотації, проаналізуйте дискурсивний уривок з ефіру харківської радіостанції (за вибором).

Основна література

1. Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод / М. В. Йоргенсен, Л. Дж. Филлипс ; пер. с англ. А. А. Киселева. — Х. : Гуманитарный центр, 2008. — 352 с.
2. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиа-текстов / Т. Г. Добросклонская. — М. : Едиториал УРСС, 2005. — 288 с.
3. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медального дискурса : о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ : Монография / М. Р. Желтухина. — М. : Ин-т языкознания РАН, 2003. — 656 с.

Додаткова література

1. Бацевич Ф. С. Основы коммуникативной лингвистики : підручник / Ф. С. Бацевич. — К. : Видавничий центр «Академія», 2004. — 344 с.
2. Радиожурналистика : учебник / [под ред. А. А. Шереля]. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. — 480 с.
3. Бивин Д. Прагматика человеческой коммуникации / П. Вацлавик, Д. Бивин, Д. Джексон ; [пер. с англ.]. — М. : Гнозис, 2000. — 639 с.
4. Dijk T. A. van Principles of Critical Discourse Analysis / T. A. van Dijk // Discourse Society. — 1993. — № 4. — P. 249—283.
5. Fairclough N. Media Discourse / N. Fairclough. — London : Edward Arnold, 1995. — 214 p.

Тема семінару 3

ТЕЛЕБАЧЕННЯ ЯК ПРОСТІР ПОШИРЕННЯ МЕДІА-ВІРУСІВ

План

1. Поняття медіа-вірусу.
2. Мовленнева специфіка телевізійного дискурсу.
3. Теорії когнітивної лінгвістики як підґрунтя аналізу телевізійного дискурсу.

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняттю медіа-вірусу.

2. Охарактеризуйте мовленнєвий вплив на глядача у різних телевізійних жанрах.
3. Які можна назвати основні постулати фреймової семантики?
4. У чому полягає теорія когнітивної метафори?
5. Яким чином метафори, застосовані у медіа-просторі, впливають на глядача?
6. У чому полягає різниця між онтологічною і просторовою метафорою?
7. Дайте визначення поняттю «когнітивна картина світу».

Завдання до семінару

Застосовуючи методи когнітивної лінгвістики і теорію когнітивної метафори, проаналізуйте медіа-вірус пострадянського простору (за вибором).

Основна література

1. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. — М. : Моск. гос. ун-т, 1998. — 286 с.
2. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры. — М. : Прогресс, 1990. — С. 387—416.
3. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф. — М. : Ультра. Культура, 2003. — 368 с.

Додаткова література

1. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак ; [пер с англ.]. — Волгоград : Перемена, 1997. — 139 с.
2. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиа-текстов / Т. Г. Добросклонская. — М. : Едиториал УРСС, 2005. — 288 с.
3. Доценко Е. Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. — СПб : Речь, 2003. — 304 с.
4. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации : Проблемы семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе. — М. : Наука, 1984. — 268 с.
5. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина / [под общей ред. Е. С. Кубряковой]. — М. : Моск. гос. ун-т, 1996. — 245 с.
6. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — Воронеж : Истоки, 2002. — 191 с.
7. Человеческий фактор в языке : языковые механизмы экспрессивности / [под ред. В. Н. Телия]. — М. : Наука, 1991. — 214 с.
8. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — М. ; Волгоград : Перемена, 2000. — 368 с.

Модуль 2. Специфіка мов Інтернету

Тема семінару 4

ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРС ЯК ПРИНЦИПОВО ПОСТМОДЕРНЕ ЯВИЩЕ

План

1. Класифікації типів інтернет-комунікації.
2. Вплив інтернет-простору на комунікативні процеси. Специфіка веб 2.0.
3. Постмодерні ознаки інтернет-комунікації.

Питання для самоконтролю

1. Які існують інтернет-жанри?
2. У чому полягає різниця між жанрами, характерними для веб 1.0 і веб 2.0?
3. Охарактеризуйте явище гібридизації мовлення в інтернет-просторі.
4. Дайте визначення поняттю синдикації.
5. Як впливає інтерактивність веб 2.0 на комунікацію?
6. Окресліть характеристики постмодерну у культурі.
7. Проаналізуйте, як саме характеристики постмодерну виявляються в інтернет-комунікації.

Завдання до семінару

Виявіть ознаки культури постмодерну в одному з інтернет-жанрів (за вибором).

Основна література

1. Горошко Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении : монография / Е. И. Горошко. — Х. : ФЛП Либуркина, 2009. — 660 с.
2. Грицанов А. А. Постмодернизм : Энциклопедия / А. А. Грицанов, М. А. Можейко. — Мн. : Интерпрессервис «Книжный Дом», 2001. — 1040 с.
3. Компанцева Л. Ф. Интернет-лингвистика: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы / Л. Ф. Компанцева. — Луганск : Знание, 2008. — 528 с.

Додаткова література

1. Алефиренко Н. Ф. Речевой жанр, дискурс и культура / Н. Ф. Алефиренко // Жанры речи : сб. науч. статей. — Саратов : Изд. центр «Наука», 2007. — Вып. 5. Жанр и культура. — С. 44—55.
2. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров / М. М. Бахтин // Бахтин М. М. Литературно-критические статьи / М. М. Бахтин. — М. : Худож. лит., 1986. — С. 428—472.

3. Гольдин В. Е. Проблемы жанроведения / В. Е. Гольдин // Жанры речи : сборник науч. ст. — Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. — Вып. 2. — С. 4—6.
4. Горошко Е.И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете : попытка рефлексии / Е. И. Горошко // Жанры речи : сборник науч. ст. — Саратов : Изд. центр «Наука», 2009. — С. 11—27.
5. Капанадзе Л. А. На границе письменного и устного текста : структура и тенденции развития электронных жанров / Л. А. Капанадзе // Голоса и смыслы. Избранные работы по русскому языку. — М., 2005. — С. 305—320.
6. Культурология. XX век. Словарь / [под ред. С. Я. Левит]. — СПб : Университетская книга, 1997. — 640 с.
7. Макаров М. Л. Жанры в электронной коммуникации: quo vadis? / М. Л. Макаров // Жанры речи : сборник науч. ст. — Саратов : Колледж, 2005. — С. 336—352.
8. Руднев В. Словарь культуры XX века / В. Руднев. — М. : Аграф, 1997. — 384 с.
9. Danet B. Cyberpl@Y: Communicating Online / B. Danet. — Oxford : Berg, 2001. — 418 p.
10. Gauntlett D. Web-Studies : Rewiring media-studies for the digital age / D. Gauntlett. — New York : Oxford University Press, 2000. — 251 p.
11. Petersen A. Situative und technologische Determinanten des Erlebens virtueller Realität / A. Petersen, G. Bente // Zeitschrift für Medienpsychologie. — 2001. — Band 13. — № 3. — S. 138—145.

Тема семінару 5
АНОНІМНІСТЬ У МЕРЕЖІ
ТА КОНСТРУЮВАННЯ ІДЕАЛЬНОГО «Я»

План

1. Поняття «обличчя». Механізми конструювання «обличчя».
2. Анонімність користувачів у мережі і її вплив на комунікацію.
3. Специфіка мовленнєвих актів, що загрожують «обличчю» (*FTA*), у мережі.

Питання для самоконтролю

1. У чому полягає різниця у розумінні «обличчя» у теоріях І. Гофмана та П. Браун і С. Левінсона?
2. Розкрийте поняття «*FTA*» (*face-threatening act*) і поняття «роботи з обличчям» (*face-work*).
3. Які існують типи мовленнєвих актів, що загрожують «обличчю»?
4. Які існують механізми захисту «обличчя» адресанта?
5. Які існують механізми захисту «обличчя» адресата?

6. Обгрунтуйте шизоїдну розщепленість користувача в інтернет-просторі.
7. Проаналізуйте анонімність і деанонімізацію користувача в інтернет-просторі.

Завдання до семінару

Простежте «роботу з обличчям» довільного інтернет-користувача у рамках інтернет-форуму, чату або MMORPG (за вибором).

Основна література

1. Белинская Е. П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://flogiston.ru>.
2. Жичкина А. Е. Самопрезентация в виртуальной реальности и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская // Образование и информационная культура : Социологические аспекты. Труды по социологии образования / [под ред. В. С. Собкина]. — М. : Центр социологии образования РАО, 2000. — С. 431—460.
3. Соколов М. М. Онлайн-дневник, теории виртуальной идентичности и режимы раскрытия персональной информации / М. М. Соколов // Личность и межличностное взаимодействие в сети Internet / [под ред. В. Л. Волохонского, Ю. Е. Зайцевой, М. М. Соколова]. — СПб : СПбГУ, 2007. — С. 9—39.

Додаткова література

1. Захарова Т. Н. Псевдонимы и их роль в процессе коммуникации в Интернет-чатах / Т. Н. Захарова // Доклады Второй Международной конференции «Гендер: Язык, Культура, Коммуникация». — М. : МГЛУ, 2001. — С. 130—136.
2. Кобозева И. М. Теория речевых актов как один из вариантов теории речевой деятельности / И. М. Кобозева // Новое в зарубежной лингвистике. — Вып. XVII. — М. : Прогресс, 1986. — С. 7—21.
3. Леонтович О. А. Компьютерный дискурс: языковая личность в виртуальном мире / О. А. Леонтович // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс. — Волгоград : Перемена, 2000. — С. 191—200.
4. Остин Дж. Слово как действие / Дж. Остин ; [пер. с англ.] // Новое в зарубежной лингвистике. — 1986. — № 17. — С. 22—130.
5. Серль Дж. Что такое речевой акт? / Дж. Серль; [пер. с англ.] // Новое в зарубежной лингвистике. — 1986. — № 17. — С. 151—169.
6. Сидорова М. Ю. Интернет-лингвистика : русский язык / М. Ю. Сидорова. — М. : Изд-во «1989ру», 2006. — 193 с.

7. Brown P. Politeness : Some Universals in Language Use / P. Brown, S. Levinson. — London ; New York, etc. : CUP, 1987. — 345 p.

8. Coleman L. H. A reexamination of deindividuation in synchronous computer-mediated communication / L. H. Coleman, C. E. Paternite, R. C. Sherman // Computers in Human Behavior. — 1999. — № 15 (1). — P. 51—65.

9. Douglas K. Identifiability and self-presentation : Computer-mediated communication and intergroup interaction / K. M. Douglas, G. McGarty // British Journal of Social Psychology. — 2001. — No. 40 (3). — P. 399—416.

10. Goffman E. Interaction Ritual / E. Goffman. — New York : Anchor Books, 1967. — 270 p.

11. Joinson A. N. Self-disclosure in computer-mediated communication : The role of self-awareness and visual anonymity / A. N. Joinson // European Journal of Social Psychology. — 2001. — No. 31. — P. 177—192.

12. Postmes T. The Formation of Group Norms in Computer-Mediated Communication / T. Postmes, R. Spears, M. Lea // Human Communication Research. — 2000. — No. 26 (3). — P. 341—371.

Тема семінару 6
ВПЛИВ СПЕЦИФІКИ ІНТЕРНЕТ-СПІЛКУВАННЯ
НА МОВНІ ЗАСОБИ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ КОРИСТУВАЧА

План

1. Мови Інтернету: загальні особливості.
2. Комп'ютерний жаргон. Фразеосхеми в Інтернеті.
3. Глобальні, локальні та мовленнєві стратегії користувачів у інтернет-просторі.

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняттю комунікативної стратегії.
2. У чому полягає різниця між глобальними, локальними і мовленнєвими стратегіями?
3. Який існує вплив дискурсу на формування стратегій?
4. Визначте основні характеристики мовного простору Інтернету.
5. У чому полягає мовна різниця між синхронними і асинхронними системами спілкування в Інтернеті?
6. Назвіть основні характеристики комп'ютерного жаргону.
7. У чому полягає мовна специфіка фразеосхем інтернет-дискурсу?

Завдання до семінару

Проаналізуйте функціонування довільної фразеосхеми Рунету у дискурсі (за вибором).

Основна література

1. Горошко Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении : монография / Е. И. Горошко. — Х. : ФЛП Либуркина, 2009. — 660 с.
2. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк ; [пер. с англ. В. В. Петров]. — М. : Прогресс, 1989. — 312 с.
3. Шейгал Е. И. Компьютерный жаргон как лингвокультурный феномен / Е. И. Шейгал // Языковая личность : культурные концепты. — Волгоград : Волг. гос. пед. ун-т, 1996. — С. 205—218.

Додаткова література

1. Бергельсон М. Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации. Языковое поведение в сети Интернет / М. Б. Бергельсон // Вестник МГУ, сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2002. — № 1. — С. 55—67.
2. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста : история и современное состояние / А. А. Бернацкая // Речевое общение. — 2003. — № 3. — С. 104—110.
3. Войскунский А. Е. Развитие речевого общения как результат применения Интернета / А. Е. Войскунский. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://flogiston.ru>.
4. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст : аспекты изучения / М. Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. — 2006. — № 20. — С. 180—189.
5. Горошко Е. И. Особенности функционирования языка в коммуникативном пространстве Интернета / Е. И. Горошко // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Сер. «Филология». — Т. 20 (59). — 2007. — № 4. — С. 34—39.
6. Иванов Л. Ю. Язык Интернета : заметки лингвиста / Л. Ю. Иванов // Словарь и культура устной речи. — М. : Азбуковник, 2000. — С. 131—147.
7. Ковальская Л. Г. Синхронный компьютерно-медийный дискурс : механизм действия и коммуникативные цели / Л. Г. Ковальская // Язык и межкультурная коммуникация. — 2003. — № 1. — С. 56—66.
8. Компанцева Л. Ф. Виртуальный дискурс : к истории понятия / Л. Ф. Компанцева // Наук. записки Луган. нац. ун-ту. Вип. 7. — Т. 3. Серія «Філологічні науки» : Зб. наукових праць [Пред'явлення світу в гуманітарних дискурсах ХХІ століття] Луган. нац. ун-т. ім. Тараса Шевченка. — Луганськ : Альма-матер, 2008. — С. 42—66.

9. Саенко А. Н. Содержательно-стилистические особенности информационных текстов в Интернете / А. Н. Саенко // Научные записки Луганского нац. пед. университета. — 2004. — № 5. — С. 350—360.

10. Трофимова Г. Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России : Функционирование русского языка в Интернете : концептуально-сущностные доминанты / Г. Н. Трофимова. — М. : Изд-во РУДН, 2004. — 380 с.

Тема семінару 7
ЛІНГВІСТИЧНИЙ АНАЛІЗ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСУ

План

1. Мовна специфіка рекламного дискурсу.
2. Маніпулятивні стратегії у рекламному дискурсі.
3. Конструювання імпліцитних смислів у рекламному дискурсі.

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення рекламному дискурсу.
2. Дайте визначення поняттям імплікатури, імплікації, імпліцитурі.
3. У чому полягає різниця між значенням і смислом?
4. Дайте визначення поняттю пресупозиції.
5. Дайте визначення поняттю маніпуляції.
6. Розкрийте маніпулятивний потенціал рекламного дискурсу.
7. Які мовні засоби характерні для рекламного дискурсу?

Завдання до семінару

Проаналізуйте конструювання імпліцитних смислів у п'яти рекламних текстах (за вибором).

Основна література

1. Курганова Е. Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте : учеб. пособие / Е. Б. Курганова. — Воронеж : Изд-во Воронежского государственного университета, 2004. — 124 с.

2. Пирогова Ю. К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования / Ю. К. Пирогова // Проблемы прикладной лингвистики : сб. статей / [отв. ред. А. И. Новиков]. — М. : Азбуковник, 2001. — С. 209—227.

3. Рекламный текст : Семиотика и лингвистика / [отв. ред. Ю. К. Пирогова, П. Б. Паршин]. — М. : ИД Гребенникова, 2000. — 270 с.

Додаткова література

1. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі / Л. Р. Безугла. — Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. — 332 с.
2. Васильев С. А. Синтез смысла при создании и понимании текста / С. А. Васильев. — К. : Наукова думка, 1988. — 238 с.
3. Дементьев В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры / В. В. Дементьев. — Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2000. — 248 с.
4. Доценко Е. Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. — СПб. : Речь, 2003. — 304 с.
5. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века / Г. Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук, 1999. — 352 с.
6. Раду А. І. Соціологічний простір рекламного дискурсу / А. І. Раду // Наукова спадщина професора Ю. О. Жлуктенко та сучасне мовознавство : зб. наук. пр. — К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2000. — С. 213—217.
7. Филлипс Д. PR в Интернете / Д. Филипс ; [пер. с англ. И. Гаврилова]. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 320 с.

САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Під час самостійного опрацювання матеріалу студенти знайомляться з першоджерелами і працями дослідників, збирають матеріали для доповідей на семінарських заняттях, готуються до написання модульних контрольних робіт, виконують завдання до семінарських занять, виконують письмове індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ), готуються до написання підсумкової залікової роботи.

Студентові рекомендується:

- ✧ Законспектувати матеріали лекцій та основну літературу, яка винесена до розгляду на семінарських заняттях.
- ✧ Підготувати тези та виступити з доповіддю за однією з тем, які розглядаються на семінарських заняттях.
- ✧ Приймати активну участь в обговоренні проблемних питань курсу під час семінарських дискусій.

Студентові необхідно:

- ✧ Підготувати матеріал для написання модульних робіт.
- ✧ Виконати завдання до семінарських занять.
- ✧ Виконати письмове індивідуальне навчально-дослідне завдання (ІНДЗ), яке готується протягом семестру (здається на кафедру в електронному і роздрукованому варіантах в останній тиждень семестру і є складовою допуску до заліку з навчального курсу).
- ✧ Підготуватися до написання підсумкової (залікової) письмової роботи.

Методичні поради для виконання індивідуального навчально-дослідного завдання (ІНДЗ)

Загальні положення

Індивідуально-наукова дослідна робота з курсу «Мови медіа» є переважно практичною роботою, у якій студент повинен продемонструвати рівень своїх знань, навичок та умінь опрацювання наукової літератури.

Метою роботи є інтегрування практичної та теоретичної наукової підготовки для вирішення конкретного завдання, зміст якого відповідає типовим завданням, що можуть виникати у практиці медіа-аналітика. Крім того, при підготовці роботи студенти систематизують, розширюють і закріплюють теоретичні знання та практичні навички і уміння, засвоєні під час навчання на протязі періоду, що передував цьому.

Структура письмової роботи ІНДЗ

Індивідуально-наукова дослідна робота включає такі компоненти:

- 1) титульна сторінка;
- 2) зміст;
- 3) вступ;
- 4) основна частина;
- 5) список використаних джерел;
- 6) додатки (за наявності).

Вимоги до змісту

Індивідуальна науково-дослідна робота повинна включати опис стану наукової розробленості проблеми, актуальність проблеми, об'єкт і предмет дослідження, мету і завдання дослідження, опис матеріалу дослідження, викладення теоретичного підґрунтя, методів і методології дослідження, аналіз емпіричного матеріалу, висновки і перспективи подальших досліджень. Робота має бути написана так, щоб її можна було надрукувати як окрему статтю.

Вимоги до оформлення

Індивідуальна науково-дослідна робота повинна бути надрукованою. Обсяг роботи – 7 сторінок (без урахування списку літератури і додатків) комп'ютерного тексту з одного боку аркуша на білому папері формату А4 (210 × 297 мм) з використанням текстового редактора Word, шрифт розміром 14 з полуторним міжрядковим інтервалом. Кількість рядків на одному аркуші – не більше 28. Поля: зліва – 35 мм, справа – 10 мм, вгорі та внизу – 20 мм. Нумерація сторінок – угорі, посередині кожної сторінки. Першою сторінкою вважається титульний аркуш, далі аркуші нумеруються по порядку.

Заголовки структурних частин повинні мати назви і чітко відділятися від тексту відповідних розділів чи параграфів. Заголовки структурних час-

тин дипломної роботи «ЗМІСТ», «ВСТУП», «СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ», «ДОДАТКИ» друкують великими літерами симетрично до тексту. Підзаголовки друкують малими літерами (крім першої великої) з абзацного відступу. Крапку наприкінці заголовка не ставлять. Якщо заголовок складається з двох або більше речень, їх розділяють крапкою.

Відстань між заголовком (за виключенням заголовка пункту) та текстом повинна дорівнювати 3.

Кожну структурну частину роботи треба починати з нової сторінки.

Кожна таблиця, графік, малюнок тощо повинні бути пронумеровані і підписані (наприклад: Таблиця 3.1. Результати перекладацького аналізу тексту). Номер ілюстрації складається з номера розділу і порядкового номера ілюстрації, між якими ставиться крапка, наприклад: Рис. 1.2. (другий рисунок першого розділу). Кожна графа у таблицях повинна мати свою назву, з якої було б чітко зрозуміло, що означають цифри у таблиці. У таблицях та тексті роботи допускаються лише найбільш вживані скорочення, що зафіксовані в словниках. Усі умовні позначення повинні бути пояснені.

Правила цитування та посилання на використані джерела

Посилання у тексті на відповідне джерело у списку літератури слід зазначати порядковим номером за переліком посилань, виділеним двома квадратними дужками, наприклад [2, с. 12], тобто друге джерело, стор. 12.

Посилання у тексті обов'язкові при наведенні іншої роботи, передачі чужої думки та використанні цитати.

При посиланні на весь текст у цілому, або за відсутності у ньому сторінок (у випадку з електронними джерелами) наводиться лише порядковий номер роботи за переліком посилань: [3].

Цитати є невід'ємною частиною науково-дослідної кваліфікаційної роботи. Цитати використовуються для того, щоб відтворити думку автора, приєднатися до його точки зору або заперечити її, підтвердити цитатою свою думку. Дуже важливо уникнути перекручування думки автора.

Текст цитати необхідно починати і закінчувати лапками, зберігаючи особливості авторського написання. Не можна щось змінювати у цитаті, у тому числі граматичну форму. Дозволяється пропустити частину слів або речень у цитаті, якщо це не призводить до викривлення змісту. У цьому випадку у тексті цитати на місці пропущеного уривку ставиться три крапки у трикутних дужках: <...>. Дозволяється також графічне виділення слів у цитаті – у цьому випадку необхідно повідомити про це читачеві. Повідомлення розміщується у круглих дужках, після нього ставиться крапка, тире і ваші ініціали, наприклад (курсив наш. – О. М.). Список використаної літератури оформляється у відповідності до вимог для дисертацій.

Орієнтовна тематика

індивідуального навчально-дослідного завдання (ІНДЗ)

1. Газетний дискурс у тоталітарних суспільствах.
2. Засоби образності у газетному дискурсі.
3. Когнітивна метафора у політичній агітації.
4. Конструювання ціннісних настанов слухачів текстами пісень.
5. Мовленнєва поведінка радіоведучих.
6. Розвиток мов Інтернету на пострадянському просторі.
7. Статусна (не?)рівність у інтернет-просторі.
8. Рольові ігри MUD і MMORPG у інтернет-просторі.
9. Мова Луркмору.
10. Нетикет і його відмінності від настанов ввічливості у реальному спілкуванні.
11. Передача емоцій у комп'ютерній комунікації.
12. Відмінності між синхронними і асинхронними системами комунікації в Інтернеті.
13. Інтернет як простір створення віртуального «обличчя» користувача.
14. Гендерний аспект спілкування в інтернет-просторі.
15. Інтернет і демократія.
16. Мережева література.
17. Особливості спілкування у мережі ФІДО-нет.
18. Реклама – PR – пропаганда.
19. Конфліктна мовленнєва поведінка в інтернет-просторі.
20. Табуйовані теми і табуйована лексика у медіа-просторі.

ТЕСТИ ДЛЯ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

1. Висловлювання «Вітаю вас, шановні пані та панове!» є:
 - а) констативом;
 - б) перформативом;
 - в) директивом.

2. Акт референції та акт предикації складають:
 - а) іллокутивний акт;
 - б) перлокутивний акт;
 - в) пропозиціональний акт.

3. Трактують дискурс як системи обмежень, що накладаються на необмежену кількість висловлювань певною соціальною позицією, характерне для:
 - а) школи критичного дискурс-аналізу;
 - б) школи конверсаційного аналізу;
 - в) структурної лінгвістики.

4. Іntenдування імпліцитних смислів адресантом і виведення їх адресантом аналізується за допомогою:
 - а) кодової моделі комунікації;
 - б) інференційної моделі комунікації;
 - в) інтеракційної моделі комунікації.

5. Елементи висловлювання, відмічені авторським ставленням до смислу висловлювання, входять до:
 - а) стандартних сегментів тексту;
 - б) експресивних сегментів тексту;
 - в) гіперболічних сегментів тексту.

6. Висловлювання «Можливо, на цей момент розглядаються можливі варіанти вирішення проблеми» містить:
 - а) плеоназм;
 - б) тавтологію;
 - в) полісиндетон.

7. Наявність у медіа-тексті цитат, алюзій та ремінісценцій свідчить про його:
- а) інтертекстуальність;
 - б) інтерстильове тонування;
 - в) когерентність.
8. Мовленнєва взаємодія адресата і адресанта для досягнення певних перлокутивних цілей адресанта шляхом конструювання ними дискурсивного значення у ході спілкування – це:
- а) мовленнєвий акт;
 - б) когнітивна стратегія;
 - в) концептосфера.
9. Іронічність, евфемістичність, меліоративність, пейоративність можуть бути характеристиками:
- а) денотату;
 - б) сигніфікату;
 - в) конотату.
10. Висловлювання «Його критика поцілила мені у саме серце» є реалізацією:
- а) онтологічної метафори;
 - б) орієнтаційної метафори;
 - в) структурної метафори.
11. Поєднання як вербальних, так й іконічних елементів у інтернет-дискурсі є проявом:
- а) креолізованості;
 - б) інтертекстуальності;
 - в) паралінгвістичності.
12. Lucy_in_the_sky – це:
- а) акронім;
 - б) ніконім;
 - в) емотікон.
13. Повна відсутність усного спілкування характерна для:
- а) MUD;
 - б) MMORPG;
 - в) Skype.

14. Використання різних інтернет-ресурсів у якості джерела інформації є ознакою:
- а) синдикації;
 - б) інтерактивності;
 - в) статичності.
15. Теорія «обличчя» була розроблена:
- а) М. Тернером;
 - б) У. Еко;
 - в) І. Гофманом.
16. Нетикет – це:
- а) комунікативні правила, рекомендовані для взаємодії у віртуальному просторі;
 - б) система конвенційних норм поведінки у віртуальному просторі;
 - в) обов'язковий для віртуального простору етикет.
17. Орфографічні помилки в інтернет-текстах розглядаються дослідниками як:
- а) прояв безграмотності;
 - б) специфіка мережевих діалектів;
 - в) стилістичний засіб.
18. Такий жанр медіа-текстів як твіттер можна аналізувати за допомогою:
- а) фонематичного методу;
 - б) порівняльно-історичного методу;
 - в) мовленнєвоактового методу.
19. Висловлювання з повною пропозицією, що містить прихований смисл, Г. П. Грайс назвав:
- а) імпліцитура;
 - б) імплікатура;
 - в) імплікація.
20. Імпліцитні смисли, закладені у рекламі, можуть бути:
- а) реалізацією маніпулятивної стратегії;
 - б) прямою апеляцією до споживача;
 - в) засобом образності.

ПИТАННЯ ДО ЗАЛІКУ

1. Медіалінгвістика як наука.
2. Напрямки у медіалінгвістиці: медіариторика, медіакомунікативістика, медіакогнітивістика.
3. Кодова модель комунікації К. Шеннона.
4. Інференційна модель комунікації Г.П. Грайса.
5. Інтеракційна модель комунікації Д. Шиффрін.
6. Теорія мовленнєвих актів (Дж. Остін, Дж. Серль).
7. Поняття перлокуції.
8. Поняття імплікатури.
9. Медіа як дискурс. Теорія дискурсу.
10. Мотиви, стратегії і тактики дискурсу (О. С. Іссерс, Т.А. ван Дейк).
11. Школа критичного дискурс-аналізу.
12. Теорія когнітивної метафори. Різновиди когнітивних метафор (Дж. Лакофф).
13. Теорії конотації (Р. Барт, У. Еко, Л. Блумфілд, Л. Єльмслев).
14. Теорії «обличчя» (І. Гоффман, П. Браун, С. Левінсон).
15. Стилiстичні фігури у медіа-дискурсі: фігури опису.
16. Стилiстичні фігури у медіа-дискурсі: синтаксичні фігури, фігури повторення.
17. Стилiстичні фігури у медіа-дискурсі: фігури протиставлення і упушення. Прийом відчуження.
18. Стилiстичні помилки у медіа-дискурсі.
19. Вплив постмодерну на мови медіа.
20. Інтертекстуальність і прецедентність у медіа-текстах.
21. Феномен інтерстильового тонування.
22. Різновиди мовної гри у медіа-дискурсі.
23. Мовні особливості газетного дискурсу.
24. Газетний дискурс у тоталітарних суспільствах.
25. Мовні особливості радіо-дискурсу.
26. Радіожанр і радіоформат як мовленнєві явища.
27. Мовні особливості телевізійного дискурсу.
28. Дистантність Інтернет-спілкування і його вплив на використання користувачами мовних засобів.
29. Мовленнєва агресія у Мережі.
30. Креолізованість комп'ютерних текстів.
31. Розвиток мов Інтернету на пострадянському просторі: мова падонків, кашенітів, інтернет-сленги.
32. Статусна (не?)рівність у інтернет-просторі і її вплив на мовленнєву поведінку.
33. Мова рольових ігор MUD і MMORPG.
34. Фразеосхеми Рунету: Луркмор.
35. Нетикет і його відмінності від настанов ввічливості у реальному спілкуванні.
36. Дискурсивна гібридизація у інтернет-просторі.
37. Конструювання імпліцитних смислів у рекламному дискурсі.
38. Поняття модальності.
39. Модальність у рекламі.
40. Мовленнєва специфіка реклами у інтернет-просторі.

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Підручники

6. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики : підручник / Ф. С. Бацевич. — К. : Видавничий центр «Академія», 2004. — 344 с.
7. Богданов В. В. Текст и текстовое общение : учеб. пособие / В. В. Богданов. — СПб : Санкт-Петербург. гос. ун-т, 1993. — 67 с.
8. Болдырев Н. Н. Когнитивная семантика : курс лекций по английской филологии. — Тамбов : Изд-во ТГУ, 2001. — 123 с.
9. Габидуллина А. Р. Основы теории речевой коммуникации : учеб. пособие для вузов / А. Р. Габидуллина, М. В. Жарикова. — Горловка : Изд-во ГПИИЯ, 2005. — 282 с.
10. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика. Системный подход к изучению языка СМИ : учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. — М. : Флинта, 2008. — 264 с.
11. Добросклонская Т. Г. Язык средств массовой информации : учеб. пособие / Т. Г. Добросклонская. — М. : КДУ, 2007. — 116 с.
12. Залевская А. А. Введение в психолінгвістику : учебник / А. А. Залевская. — М. : Рос. гос. гуманит. ун-т, 1999. — 382 с.
13. Каменская О. Л. Текст и коммуникация : учеб. пособие / О. Л. Каменская. — М. : Высш.шк., 1990. — 152 с.
14. Кашкин В. Б. Введение в теорию коммуникации : учеб. пособие / В. Б. Кашкин. — Воронеж : Изд-во ВГТУ, 2000. — 175 с.
15. Кашкин В. Б. Основы теории коммуникации : краткий курс / В. Б. Кашкин. — М. : Восток-Запад, 2007. — 256 с.
16. Красных В. В. Основы психолінгвістики и теории коммуникации : курс лекций / В. В. Красных. — М. : Гнозис, 2001. — 270 с.
17. Курганова Е. Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте : учеб. пособие / Е. Б. Курганова. — Воронеж : Изд-во Воронежского гос. ун-та, 2004. — 124 с.
18. Никитин М. В. Основы лингвистической теории значения : учеб. пособие / М. В. Никитин. — М. : Высшая школа, 1988. — 168 с.
19. Радиожурналистика : учебник / [под ред. А. А. Шереля]. — М. : Изд-во Моск. ун-та, 2000. — 480 с.
20. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации : учеб. пособие / Е. А. Селиванова. — К. : Брама, 2004. — 336 с.
21. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : напрямки та проблеми : підручник / О. О. Селіванова. — Полтава : Довкілля, 2008. — 712 с.

Довідкові видання

22. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. — Изд. 4-е, стереотип. — М. : КомКнига, 2007. — 576 с.
23. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества : толковый словарь терминов и концепций / Л. М. Землянова. — М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1999. — 300 с.
24. Ильин И. П. Постмодернизм : словарь терминов / И. П. Ильин. — М. : ИНИОН РАН-INTRADA, 2001. — 344 с.
25. Краткий словарь когнитивных терминов / Е. С. Кубрякова, В. З. Демьянков, Ю. Г. Панкрац, Л. Г. Лузина / [под общей ред. Е. С. Кубряковой]. — М. : Изд-во Моск. гос. ун-та, 1996. — 245 с.
26. Культурология. XX век. Словарь / [под ред. С. Я. Левит]. — СПб : Университетская книга, 1997. — 640 с.
27. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. В. Н. Ярцева]. — М. : Сов. энцикл., 1990. — 685 с.
28. Грицанов А. А. Постмодернизм. Энциклопедия / А. А. Грицанов, М. А. Можейко. — Мн. : Интерпрессервис «Книжный Дом», 2001. — 1040 с.
29. Розенталь Д. Э. Словарь лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. — М. : Просвещение, 1976. — 543 с.
30. Руднев В. Словарь культуры XX века / В. Руднев. — М. : Аграф, 1997. — 384 с.
31. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / О. О. Селіванова. — Полтава : Довкілля, 2006. — 716 с.

Основна література

32. Горошко Е. И. Информационно-коммуникативное общество в гендерном измерении : монография / Е. И. Горошко. — Х. : ФЛП Либуркина, 2009. — 660 с.
33. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк ; [пер. с англ. В. В. Петров]. — М. : Прогресс, 1989. — 312 с.
34. Добросклонская Т. Г. Вопросы изучения медиа-текстов / Т. Г. Добросклонская. — М. : Едиториал УРСС, 2005. — 288 с.
35. Желтухина М. Р. Тропологическая суггестивность масс-медиаального дискурса : о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ / М. Р. Желтухина. — М. : Ин-т языкознания РАН, 2003. — 656 с.

36. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. — М. : Едиториал УРСС, 2003. — 284 с.
37. Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод / М. В. Йоргенсен, Л. Дж. Филлипс ; [пер. с англ. А. А. Киселева]. — Х. : Гуманитарный центр, 2008. — 352 с.
38. Компанцева Л. Ф. Интернет-лингвистика : когнитивно-прагматический и лингвокультурологический подходы / Л. Ф. Компанцева. — Луганск : Знание, 2008. — 528 с.
39. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. — М. : МГУ, 1998. — 286 с.
40. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон // Теория метафоры. — М. : Прогресс, 1990. — С. 387—416.
41. Лутовинова О.В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса / О.В. Лутовинова. — Волгоград : Перемена, 2009. — 477 с.
42. Макаров М. Л. Основы теории дискурса / М. Л. Макаров. — М. : ИТДГК «Гнозис», 2003. — 280 с.
43. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації / Г. Г. Почепцов. — К. : Видавничий центр «Київський університет», 1999. — 307 с.
44. Почепцов Г. Г. Коммуникативные технологии XX века / Г. Г. Почепцов. — М. : Рефл-бук, 1999. — 352 с.
45. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на ваше сознание / Д. Рашкофф. — М. : Ультра. Культура, 2003. — 368 с.
46. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация / Т. И. Рязанцева. — М. : ЛКИ, 2010. — 256 с.
47. Сидорова М. Ю. Интернет-лингвистика : русский язык / М. Ю. Сидорова. — М. : Изд-во «1989ру», 2006. — 193 с.
48. Сметанина С. И. Медиа-текст в системе культуры (динамические процессы в языке и стиле журналистики конца XX века) / С. И. Сметанина. — СПб : Издательство Михайлова В. А., 2002. — 383 с.
49. Филлипс Д. PR в Интернете / Д. Филипс; [пер. с англ. И. Гаврилова]. — М. : ФАИР-ПРЕСС, 2004. — 320 с.
50. Шевченко І. С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу / І. С. Шевченко // Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен : монографія / [під загальн. ред. І. С. Шевченко]. — Х. : Константа, 2005. — С. 9—20.

Допоміжна література

51. Атабекова А. А. Лингвистический дизайн WEB-страниц (сопоставительный анализ языкового оформления англо- и русскоязычных WEB-страниц) / А. А. Атабекова. — М. : Изд-во РУДН, 2003. — 202 с.
52. Абрамов С. С. Неявная субъективность : (Опыт философского исследования) / С. С. Абрамов. — Томск : Изд-во Томского ун-та, 1991. — 207 с.
53. Алефиренко Н. Ф. Речевой жанр, дискурс и культура / Н. Ф. Алефиренко // Жанры речи : сб. науч. статей. — Саратов: Изд. центр «Наука», 2007. — Вып. 5. Жанр и культура. — С. 44—55.
54. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. — М. : Академия, 2003. — 128 с.
55. Арестова О. Н. Гендерные аспекты деятельности в Интернет / О. Н. Арестова, А. Е. Войскунский // Гуманитарные исследования в Интернете. — М. : Terra-Можайск, 2000. — С. 290—313.
56. Арутюнова Н. Д. Аномалии и язык (К проблеме языковой «картины мира») / Н. Д. Арутюнова // Вопросы языкознания. — 1987. — № 3. — С. 3—19.
57. Арутюнова Н. Д. Дискурс / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. — М. : Сов. энцикл., 1990. — С. 136—137.
58. Арутюнова Н. Д. Жанры общения / Н. Д. Арутюнова // Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис. — М. : Наука, 1992. — С. 52—102.
59. Арутюнова Н. Д. Речь / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. — М. : Сов. энцикл., 1990. — С. 414—416.
60. Арутюнова Н. Д. Типы языковых значений : Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. — М. : Наука, 1988. — 339 с.
61. Асмус Н. Г. Интернет-дискурс в свете нового типа коммуникации – компьютерного общения / Н. Г. Асмус // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. — Челябинск : Челябинский гос. ун-т, 2001. — С. 74—75.
62. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. — М. : Искусство, 1979. — 424 с.
63. Бахтин М. М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. М. Литературно-критические статьи / М. М. Бахтин. — М. : Худож. лит., 1986. — С. 428—472.

64. Безугла Л. Р. Вербалізація імпліцитних смислів у німецькомовному діалогічному дискурсі / Л. Р. Безугла. — Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2007. — 332 с.
65. Белинская Е. П. Стратегии самопрезентации в Интернет и их связь с реальной идентичностью / Е. П. Белинская, А. Е. Жичкина. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://flogiston.ru>.
66. Белова А.Д. Лингвистические аспекты аргументации / А. Д. Белова. — К. : ИИА «Астрей», 1997. — 309 с.
67. Бергельсон М. Б. Языковые аспекты виртуальной коммуникации. Языковое поведение в сети Интернет / М. Б. Бергельсон // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. — 2002. — № 1. — С. 55—67.
68. Бернацкая А. А. К проблеме «креолизации» текста : история и современное состояние / А. А. Бернацкая // Речевое общение. — 2003. — № 3. — С. 104—110.
69. Бивин Д. Прагматика человеческой коммуникации / П. Вацлавик, Д. Бивин, Д. Джексон ; [пер. с англ.]. — М. : Гнозис, 2000. — 639 с.
70. Бодалев А.А. Личность и общение / А.А. Бодалев. — М. : Педагогика, 1983. — 325 с.
71. Болотова А. К. Социальные коммуникации / Болотова А. К., Жуков Ю. М., Петровская Л. А. — М. : Гардарики, 2008. — 279 с.
72. Валгина Н. С. Теория текста / Н. С. Валгина. — М. : Логос, 2004. — 280 с.
73. Василик М. А. Основы теории коммуникации / М. А. Василик. — М. : Гардарики, 2006. — 615 с.
74. Васильев С. А. Синтез смысла при создании и понимании текста / С. А. Васильев. — К. : Наукова думка, 1988. — 238 с.
75. Винокур Т. Г. Говорящий и слушающий : Варианты речевого поведения / Т. Г. Винокур. — М. : Наука, 1993. — 171 с.
76. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика / Р. Водак ; [пер с англ.]. — Волгоград : Перемена, 1997. — 139 с.
77. Войскунский А. Е. Развитие речевого общения как результат применения Интернета / А. Е. Войскунский. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://flogiston.ru>.
78. Ворошилова М. Б. Креолизованный текст : аспекты изучения / М. Б. Ворошилова // Политическая лингвистика. — 2006. — № 20. — С. 180—189.

79. Гак В. Г. Высказывание / В. Г. Гак // Лингвистический энциклопедический словарь. — М. : Сов. энцикл., 1990. — С. 90.
80. Гальперин И. Р. Очерки по стилистике английского языка / А. И. Гальперин. — М. : Изд-во литературы на иностранных языках, 1958. — 459 с.
81. Гальперин И. Р. Текст как объект лингвистического исследования / И. Р. Гальперин. — М. : Наука, 1981. — 87 с.
82. Гольдин В. Е. Проблемы жанроведения / В. Е. Гольдин // Жанры речи : сборник науч. ст. — Саратов : Изд-во ГосУНЦ «Колледж», 1999. — Вып. 2. — С. 4—6.
83. Горошко Е. И. Гендер и блоггика Интернета (психолингвистический анализ) / Е. И. Горошко // Вопросы психолингвистики. — 2007. — № 5. — С. 53—62.
84. Горошко Е. И. Интернет-жанр и функционирование языка в Интернете : попытка рефлексии / Е. И. Горошко // Жанры речи. — Саратов : Изд. центр «Наука», 2009. — С. 11—27.
85. Горошко Е. И. Интернет-коммуникации в гендерном измерении / Е. И. Горошко // Вестн. Пермского ун-та. — Вып. 3. «Язык – культура – цивилизация». — Пермь, 2006. — С. 219—229.
86. Горошко Е. И. Лингвистика Интернета : формирование дисциплинарной парадигмы / Е. И. Горошко // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе. — Орел : Картуш, 2007. — С. 223—237.
87. Горошко Е. И. Особенности функционирования языка в коммуникативном пространстве Интернета / Е. И. Горошко // Учен. зап. Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского. Сер. «Филология». — Т. 20 (59). — 2007. — № 4. — С. 34—39.
88. Григорьева В. С. Дискурс как элемент коммуникативного процесса : прагмалингвистический и когнитивный аспекты / В. С. Григорьева. — Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. — 288 с.
89. Дементьев В. В. Изучение речевых жанров. Обзор работ в современной русистике / В. В. Дементьев // Вопросы языкознания. — 1997. — № 1. — С. 109—121.
90. Дементьев В. В. Непрямая коммуникация и ее жанры / В. В. Дементьев. — Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2000. — 248 с.
91. Дементьев В. В. Социопрагматический аспект теории речевых жанров / В. В. Дементьев, К. Ф. Седов. — Саратов, 1998. — 107 с.

92. Доценко Е. Л. Психология манипуляции : феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. — СПб : Речь, 2003. — 304 с.
93. Дридзе Т. М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации : Проблемы семиосоциопсихологии / Т. М. Дридзе. — М. : Наука, 1984. — 268 с.
94. Дюбуа Ж. Общая риторика / Ж. Дюбуа, Ж. Кликенберг, Ф. Эделин. — М. : Прогресс, 1985. — 455 с.
95. Жигалина Е. А. Языковые средства оформления гиперссылок в англоязычных корпоративных блогах / Е. А. Жигалина // Записки з загальної лінгвістики : зб. наук. праць. — Одеса : Астропринт, 2008. — С. 169—176.
96. Жигаліна О. О. Блог як гіпержанр інтернет-комунікації / О. О. Жигаліна // Психолінгвістика : зб. наук. праць. — Переяслав-Хмельницький : ПП «СКД», 2009. — Вип. 4. — С. 210—216.
97. Жинкин Н. И. О кодовых переходах во внутренней речи / Н. И. Жинкин // Вопросы языкознания. — 1964. — № 6. — С. 26—38.
98. Жичкина А. Е. Социально-психологические аспекты виртуальной коммуникации / А. Е. Жичкина. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://flogiston.ru>.
99. Жичкина А. Е. Самопрезентация в виртуальной реальности и особенности идентичности подростков-пользователей Интернета / А. Е. Жичкина, Е. П. Белинская // Образование и информационная культура : Социологические аспекты. Труды по социологии образования / под ред. В.С. Собкина. — М. : Центр социологии образования РАО, 2000. — С. 431—460.
100. Захарова Т. Н. Псевдонимы и их роль в процессе коммуникации в Интернет-чатах / Т. Н. Захарова // Докл. Второй Междунар. конф. «Гендер : Язык, Культура, Коммуникация». — М. : МГЛУ, 2001. — С. 130—136.
101. Золотова Г. А. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса / Г. А. Золотова. — М. : КомКнига, 2007. — 368 с.
102. Иванов Л. Ю. Язык в электронных средствах коммуникации / Л. Ю. Иванов // Культура русской речи : Энцикл. словарь-справочник / [под ред. Л. Ю. Иванова, А. П. Сковородникова, Е. Н. Ширяева и др.]. — М. : Флинта, 2003. — С. 791—793.
103. Иванов Л. Ю. Язык Интернета : заметки лингвиста / Л. Ю. Иванов // Словарь и культура устной речи. — М. : Азбуковник, 2000. — С. 131—147.
104. Капанадзе Л. А. На границе письменного и устного текста : структура и тенденции развития электронных жанров / Л. А. Капанадзе // Голоса и смыслы. Избранные работы по русскому языку. — М., 2005. — С. 305—320.

105. Карасик В. И. Язык социального статуса / В. И. Карасик. — М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. — 330 с.
106. Карасик В. И. Языковой круг : личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. — Волгоград : Перемена, 2002. — 477 с.
107. Ключев Е. В. Речевая коммуникация. Успешность речевого взаимодействия / Е. В. Ключев. — М. : РИПОЛ КЛАССИК, 2002. — 317 с.
108. Кобозева И. М. Теория речевых актов как один из вариантов теории речевой деятельности / И. М. Кобозева // Новое в зарубежной лингвистике. — Вып. XVII. — М. : Прогресс, 1986. — С. 7—21.
109. Ковальская Л. Г. Синхронный компьютерно-медийный дискурс : механизм действия и коммуникативные цели / Л. Г. Ковальская // Язык и межкультурная коммуникация. — 2003. — № 1. — С. 56—66.
110. Колшанский Г. В. Контекстная семантика / Г. В. Колшанский, Ю. С. Степанов. — М. : Наука, 1980. — 247 с.
111. Компанцева Л. Ф. Виртуальный дискурс : к истории понятия / Л. Ф. Компанцева // Наук. записки Луган. нац. ун-ту. Вип. 7. Т. 3. Серія «Філологічні науки» : Зб. наукових праць [Пред'явлення світу в гуманітарних дискурсах ХХІ століття] Луган. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. — Луганськ : Альма-матер, 2008. — С. 42—66.
112. Компанцева Л. Ф. Интернет-коммуникация: когнитивно-прагматический и лингвокультурологический аспекты / Л. Ф. Компанцева. — Луганск : Знание, 2007. — 444 с.
113. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский. — М. : МГУ, 1998. — 286 с.
114. Леонтович О. А. Компьютерный дискурс : языковая личность в виртуальном мире / О. А. Леонтович // Языковая личность : институциональный и персональный дискурс. — Волгоград : Перемена, 2000. — С. 191—200.
115. Лутовинова О. В. Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса / О. В. Лутовинова. — Волгоград : Изд-во ВГПУ «Перемена», 2009. — 477 с.
116. Макаров М. Л. Жанры в электронной коммуникации: quo vadis? / М. Л. Макаров // Жанры речи. — Саратов : Колледж, 2005. — С. 336—352.
117. Менджеричкая Е. О. Термин «дискурс» и типология медиадискурса / Е. О. Менджеричкая // Вестник Моск. ун-та. Серия «Журналистика». — 2006. — № 2. — С. 50—55.

118. Морозова Е. И. Дискурс как онтологическая сущность и дискурсивный анализ как методологический поход к анализу языка / Е. И. Морозова. — Х. : Экограф, 2005. — 299 с.
119. Основы теории коммуникации / [под ред. проф. М. А. Василика]. — М. : Гардарики, 2006. — 262 с.
120. Остин Дж. Слово как действие / Дж. Остин ; [пер. с англ.] // Новое в зарубежной лингвистике. — 1986. — № 17. — С. 22—130.
121. Павиленис Р. Й. Проблема смысла. Современный логико-философский анализ языка / Р. Й. Павиленис. — М. : Мысль, 1983. — 286 с.
122. Пирогова Ю. К. Имплицитная информация как средство коммуникативного воздействия и манипулирования / Ю. К. Пирогова // Проблемы прикладной лингвистики : сб. статей / [отв. ред. А. И. Новиков]. — М. : Азбуковник, 2001. — С. 209—227.
123. Попова З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин. — Воронеж : Истоки, 2002. — 191 с.
124. Раду А. І. Соціологічний простір рекламного дискурсу / А. І. Раду // Наукова спадщина професора Ю. О. Жлуктенко та сучасне мовознавство : зб. наук. пр. — К. : Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2000. — С. 213—217.
125. Рекламный текст : Семиотика и лингвистика / [отв. ред. Ю. К. Пирогова, П. Б. Паршин]. — М. : ИД Гребенникова, 2000. — 270 с.
126. Рождественский Ю. В. Теория риторики / Ю. В. Рождественский. — М.: Добросвет, 1997. — 597 с.
127. Саенко А. Н. Содержательно-стилистические особенности информационных текстов в Интернете / А. Н. Саенко // Науч. записки Луган. нац. пед. ун-та. — 2004. — № 5. — С. 350—360.
128. Серль Дж. Открывая сознание заново / Дж. Серль ; [пер. с англ. А. Ф. Грязнов]. — М. : Идея-Пресс, 2002. — 256 с.
129. Серль Дж. Что такое речевой акт? / Дж. Серль ; [пер. с англ.] // Новое в зарубежной лингвистике. — 1986. — № 17. — С. 151—169.
130. Степанов Ю. С. Альтернативный мир, Дискурс, Факт и принцип Причинности / Ю. С. Степанов // Язык и наука конца 20 века. — М. : Рос. гуманитар. ун-т, 1995. — С. 35—73.
131. Трофимова Г. Н. Языковой вкус Интернет-эпохи в России : Функционирование русского языка в Интернете : концептуально-сущностные доминанты / Г. Н. Трофимова. — М. : Изд-во РУДН, 2004. — 380 с.
132. Человеческий фактор в языке : языковые механизмы экспрессивности / [под ред. В. Н. Телия]. — М. : Наука, 1991. — 214 с.

133. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации / Ф. И. Шарков. — М. : Изд. дом «Социальные отношения», 2002. — 246 с.

134. Шейгал Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. — М. ; Волгоград : Перемена, 2000. — 368 с.

135. Шейгал Е. И. Компьютерный жаргон как лингвокультурный феномен / Е. И. Шейгал // Языковая личность : культурные концепты. — Волгоград : Волг. гос. пед. ун-т, 1996. — С. 205—218.

Іноземні видання

136. Bays H. Framing and face in Internet exchanges : A socio-cognitive approach / H. Bays. — [Electronic resource]. — Access mode : www.linguistik-online.org.

137. Brown P. Politeness : Some Universals in Language Use / P. Brown, S. Levinson. — London ; New York, etc. : CUP, 1987. — 345 p.

138. Burnett R. Web Theory : An Introduction / R. Burnett, D. Marshall. — London ; New York : Routledge, 2003. — 242 p.

139. Cheung C. A home on the web : presentations of self on personal homepages / C. Cheung // Web Studies : Rewiring Media Studies for the Digital Age. — London : Edward Arnold, 2000. — P. 43—51.

140. Coleman L. H. A reexamination of deindividuation in synchronous computer-mediated communication / L. H. Coleman, C. E. Paternite, R. C. Sherman // Computers in Human Behavior. — 1999. — № 15 (1). — P. 51—65.

141. Crystall D. Language and the Internet / D. Crystall. — Cambridge : Cambridge University Press, 2001. — 258 p.

142. Crystal D. The Language Revolution / D. Crystal. — Cambridge : Policy Press, 2004. — 187 p.

143. Danet B. Cyberpl@Y : Communicating Online / B. Danet. — Oxford : Berg, 2001. — 418 p.

144. Danet B. Text as mask : Gender and identity on the Internet / B. Danet // Cybersociety 2.0 : Computer-mediated Communication and Community Revisited. — Thousand Oaks, CA : Sage, 1998. — P. 129—158.

145. December J. Characteristics of Oral Culture in Discourse on the Net : (Paper presented at the twelfth annual Penn State Conference on Rhetoric and Composition, University Park, Pennsylvania, July 8, 1993) / J. December. — [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.december.com/john/papers/psrc93.txt>.

146. Dijk T. A. van. Principles of Critical Discourse Analysis / T. A. van Dijk // Discourse Society. — 1993. — No. 4. — P. 249—283.
147. Douglas K. Identifiability and self-presentation : Computer-mediated communication and intergroup interaction / K. M. Douglas, G. McGarty // British Journal of Social Psychology. — 2001. — No. 40 (3). — P. 399—416.
148. Dürscheid C. Medien, Kommunikationsformen, kommunikative Gattungen / C. Dürscheid. — [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.linguistik-online.de>.
149. Fairclough N. Media Discourse / N. Fairclough. — London : Edward Arnold, 1995. — 214 p.
150. Gauntlett D. Web-Studies : Rewiring media-studies for the digital age / D. Gauntlett. — New York : Oxford University Press, 2000. — 251 p.
151. Goffman E. Interaction Ritual / E. Goffman. — New York : Anchor Books, 1967. — 270 p.
152. Joinson A. N. Self-disclosure in computer-mediated communication : The role of self-awareness and visual anonymity / A. N. Joinson // European Journal of Social Psychology. — 2001. — No. 31. — P. 177—192.
153. Jonsson E. Electronic Discourse. On Speech and Writing on the Internet / E. Jonsson. — [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.ludd.luth.se/users/jonsson/D-essay/html>.
154. Petersen A. Situative und technologische Determinanten des Erlebens virtueller Realität / A. Petersen, G. Bente // Zeitschrift für Medienpsychologie. — 2001. — Band 13. — № 3. — S. 138—145.
155. Postmes T. The Formation of Group Norms in Computer-Mediated Communication / T. Postmes, R. Spears, M. Lea // Human Communication Research. — 2000. — No. 26 (3). — P. 341—371.
156. Siever T. Websprache.Net. Sprache und Kommunikation im Internet / T. Siever, P. Schlobinsky, J. Runkehl. — Berlin : Walter de Gruyter, 2005. — 331 s.
157. Wenz K. Formen der Mündlichkeit und Schriftlichkeit in digitalen Medien / K. Wenz. — [Electronic resource]. — Access mode : <http://www.linguistik-online.org>.

СЛОВНИК ОСНОВНИХ ТЕРМІНІВ

Адресант – особа, яка є джерелом висловлення і реалізує мовленнєвий акт, спрямований на адресата.

Адресат – особа, яка сприймає висловлення і на яку спрямований мовленнєвий акт адресанта.

Акронім – скорочення, побудоване з початкових літер слів.

Акт предикації – компонент пропозиціонального акту, в якому референту адресант приписує певну ознаку (предикат).

Акт референції – компонент пропозиціонального акту, яким адресант пов'язує стан справ з якимось об'єктом позамовної реальності (референтом).

Алегорія – стилістична фігура опису, що передбачає представлення ідей і абстрактних образів у тілесній істоті.

Анадиплозис – стилістична синтаксична фігура повтору, що передбачає повтор останнього слова або фрагмента тексту на початку наступного речення або фрагменту.

Анафора – стилістична синтаксична фігура повтору, що передбачає повтор початку речень або текстових уривків.

Антитеза – стилістична фігура протиставлення, що передбачає різкий контраст понять, образів, станів, пов'язаних між собою спільною конструкцією або смислом.

Апозіопеза – стилістична фігура опущення, що передбачає недомовленість у реченні.

Асиндетон – стилістична синтаксична фігура, що передбачає поєднання слів або речень без сполучників або інших слів-зв'язок.

Висловлення – втілення мовленнєвого акту, зафіксоване текстом.

Гіпербола – стилістична фігура опису, що передбачає перебільшення.

Дискурс – когнітивно-комунікативна мовленнєва діяльність комунікантів, зафіксована текстом.

Дискурсивна стратегія – співвідношення мовленнєвих дій з метою комунікації та мовленнєвими засобами, за допомогою яких вона реалізується у дискурсі.

Евфемізм – емоційно немарковане слово, яке вживається замість лексем, що видаються адресанту непристойними.

Еліпсис – стилістична фігура опущення, що передбачає навмисний пропуск слів у реченні.

Емотикон – ідеограма, що відбиває певну емоцію.

Епітет – стилістична фігура опису, що передбачає прикметник у функції означення, який надає тексту образність.

Епіфора – стилістична синтаксична фігура повтору, що передбачає повтор початку речень або текстових уривків.

Зевгма – стилістична фігура опущення, що передбачає об'єднання двох непов'язаних слів за допомогою одного дієслова, що може зв'язуватись з ними обома.

Іллокутивний акт (іллокуція) – складова мовленнєвого акту, передбачає втілення у висловленні мовленнєвої дії і активує пропозицію і пропозиціональні установки. Іллокутивний акт можна виокремити, відповівши на запитання: «Яку дію виконує адресант, продукуючи висловлення?»

Імплікатура – імпліцитний смисл висловлення.

Імпліцитний – виражений небуквально, приховано, в непрямий спосіб.

Індикатор – вербальний або невербальний засіб, що свідчить про наявність у висловленні певного смислу.

Інтеракційна модель комунікації – модель, згідно з якою адресант демонструє смисли, а адресат їх інтерпретує.

Інференційна модель комунікації – модель, згідно з якою адресант реалізує свій намір за допомогою висловлень, що містять прямо висловлене значення (експліцитне) і непрямі висловлені значення (імпліцитне). Адресат виводить імплікатуру.

Іронія – стилістична фігура опису, що передбачає використання слів у контрастному контексті, завдяки чому вони отримують протилежний смисл.

Кодова модель комунікації – модель, згідно з якою адресант кодує інформацію, передає її в закодованому вигляді до адресата, який її декодує.

Конотат – модальний, емоційний компонент значення.

Констатив – декларативне висловлення, що описує стан справ у позамовній реальності, може бути істинним або хибним.

Креолізованість – поєднання вербальних і іконічних елементів у тексті.

Літота – стилістична фігура опису, що передбачає применшення.

Локутивний акт (локуція) – складова мовленнєвого акту, передбачає продукування матеріальної форми висловлень і формування пропозиції. Локутивний акт можна виокремити, відповівши на запитання: «Що саме висловлює адресант?»

Медіа-дискурс – комунікативна діяльність у медіа-просторі, зафіксована текстом.

Медіалінгвістика – наукова дисципліна, що вивчає медіа-дискурс лінгвістичними методами.

Метонімія – стилістична фігура опису, що передбачає заміщення одного слова іншим, зв'язаним з ним за просторовими або часовими характеристиками.

ММОРПГ (MMORPG) – рольова онлайн-гра, що передбачає участь багатьох користувачів.

Мовленнєвий акт – мовленнєва взаємодія комунікантів у дискурсі для досягнення певних перлокутивних цілей адресанта шляхом конструювання ними дискурсивних смислів у ході комунікації.

Модальність – мовна категорія, пов'язана зі співвідношенням висловлень і дійсності, а також ставленням адресанта до смислу висловлення.

Нетикет – сукупність настанов, призначених регулювати комунікативну взаємодію у віртуальному просторі.

Ніконім – ім'я, створене задля (само)ідентифікації користувача в інтернет-просторі.

Оксюморон – стилістична фігура протиставлення, що передбачає парадокси, виражені за допомогою логічно несполучуваних слів.

Оріджін – підпис користувачів у інтернет-просторі, що автоматично додається до всіх повідомлень.

Перифраз – стилістична фігура опису, об'єкт перифразу описується непрямо.

Перлокутивний акт (перлокуція) – складова мовленнєвого акту, передбачає вплив адресанта на думки і почуття адресата. Перлокутивний акт можна виокремити, відповівши на запитання: «Як адресант хоче вплинути на адресата, продукуючи висловлення?».

Перформатив – висловлення, що змінює стан справ у світі та є дією, яку виконує адресант. Перформатив може бути успішним або неуспішним, проте не може бути ні істинним, ні хибним.

Плеоназм – стилістична синонімічна фігура повтору, що передбачає повтор одного й того самого смислу різними лексемами.

Полісиндетон – стилістична синтаксична фігура, що передбачає поєднання слів або речень багатьма сполучниками.

Пост – повідомлення користувача у інтернет-форумі.

Пресупозиція – імпліцитний компонент смислу висловлювання, що є передумовою для розуміння.

Пропозиціональний акт – компонент мовленнєвого акту, створювана адресантом єдність акту референції й акту предикації, що призводить до формування смислу висловлення.

Сінестезія – стилістична фігура опису, що передбачає змішування чуттєвого сприйняття реальності.

Смисл – значення висловлення, сконструйоване свідомістю комунікантів у дискурсі.

Спам – анонімна масова розсилка повідомлень користувачам, які не бажають їх отримувати.

Тавтологія – стилістична синонімічна фігура повтору, що передбачає повтор одного й того самого слова у різних граматичних формах.

Тред – тематичне обговорення на інтернет-форумі.

Флейм – провокаційне повідомлення, спрямоване на підсилення конфлікту.

Флуд – потік повідомлень, позбавлений смислового навантаження.

ДОДАТКИ

Перелік інформаційних ресурсів:

1. Архів матеріалів з мистецтва, культури та медіа-технологій:
<http://burundi.sk/monoskop/log/>
2. Сайт наукового вісника з комп'ютерної комунікації „The Journal of Computer-Mediated Communication”:
<http://jcmc.indiana.edu/>
3. Збірка статей „Интернет и киберкультура в России”:
http://www.zhurnal.ru/staff/gorny/texts/icr_contents.html
4. Сайт „The Evolution of Communication”:
<http://library.thinkquest.org/26451/newmenu.html>
5. Архів матеріалів з особливостей інтернет-комунікації „Mediensprache”:
<http://www.mediensprache.net>
6. Сайт «Linguistik online»:
<http://www.linguistik-online.org>
7. Сайт, присвячений дослідникам інтернет-комунікації
<http://www.december.com/cmc/study/people.html>
8. Сайт з досліджень специфіки спілкування у віртуальному просторі «Computer-Mediated Communication Magazine»
<http://www.december.com>
9. Сайт академічних досліджень ігор MUD «Journal of MUD Research»
<http://journal.tinymush.org>

Навчальне видання

Малая Олеся Юліївна

МОВИ МЕДІА

Коректор Л. Є. Ткаченко

Комп'ютерна верстка Л. В. Літвінова

Макет обкладинки І. М. Дончик

Підписано до друку 29.11.10. Формат 60x84/16.

Папір офсетний. Друк ризографічний.

Обл.-вид. арк. 2,25. Умов. друк. арк. 1,8.

Наклад 100 прим. Ціна договірна

61077, Харків, пл. Свободи, 4,
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
Видавництво ХНУ імені В. Н. Каразіна

Надруковано ХНУ імені В. Н. Каразіна
61077, м. Харків, пл. Свободи, 4.
Тел.: 705-24-32

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 3367 від 13.01.09