

## СУЧАСНИЙ МЕДІАТЕКСТ: ПОЛІТИЧНІ НАРАТИВИ, СМИСЛИ І СЕНСИ, ЕМОЦІЙНІ МАРКЕРИ

Марія Яцимірська

*Львівський національний університет імені Івана Франка*

*вул. Генерала Чупринки, 49, 79044, Львів, Україна*

*e-mail: [yatsymirska2019@gmail.com](mailto:yatsymirska2019@gmail.com)*

*<https://orcid.org/0000-0003-3214-9611>*

У статті досліджено сучасні медіатексти з царини політичної журналістики; з'ясовано роль політичних наративів і емоційних маркерів у медійній доктринації; показано вербальне вираження раціональних смислів у статтях українських аналітиків. Розглянуто популярні теорії емоцій в процесі пізнання; показано їх взаємозв'язок з особистістю автора та психологією читача; з'ясовано суть гонзо-журналістики й доцільність її функціонування в українських ЗМІ.

*Ключові слова:* медіатекст, наратив, нарація, емоційні маркери, смисли, сенси, політична журналістика, гонзо-журналістика.

**Актуальність і постановка проблеми.** Змістову та структурну канву сучасного медіатексту найвиразніше визначають стратегічні та емоційні наративи, змагання сенсів та смислів, комунікативні стратегії (фреймінг, праймінг та ін.). «Одну з найбільш переконливих моделей наративу (delineating story patterns) запропонував соціолінгвіст Вільям Лейбов. Згідно з цією класифікацією, наратор, вибудовуючи наратив, намагається відповісти на такі запитання: 1. Анотація (Abstract). Як це все сталося і з чого усе почалося? 2. Орієнтація (Orientation). Хто/що були у це залучені, коли й де? 3. Кульмінація (Complicating Action). Що ж трапилося? 4. Розв'язка (Resolution). Чим же це, зрештою, закінчилося? 5. Оцінка (Evaluation). Як до цього ставитися? 6. Фінал (Coda). Що це все означає? Наративи не викладають перебігу подій і фактів з хронологічною точністю. Вони спрощують реальну картинку, внаслідок чого вона набуває рис захоплюючої, доступної для розуміння тощо»<sup>1</sup>. Оскільки медіатекст, на відміну від тексту, є продуктом соціальних комунікацій, то головним наративом стає інформація з інтенцією впливу на суспільну думку. Медіатекст передбачає присутність автора як творця смислів. Окрім того, медіатексти мають універсальні риси: слово, звук, візуальність (кінокадри, фото, відеосюжети).

<sup>1</sup> Ожеван, М. (2016). «Глобальна війна стратегічних наративів: виклики та ризики для України», *Стратегічні пріоритети*, № 4 (41), с. 30-31.

Традиційно їх поділяють на радіо-, теле-, газетні та інтернет-тексти. З мережевими текстами пов'язані поняття мультимедійності та гіпертексту. Вебкомбінації, особливо в політичній журналістиці, активізували інтерактивне розгалуження нелінійних текстів, які не можуть бути надруковані у традиційних ЗМІ. Інтернет як засіб масової інформації створив умови для обміну думками в найемоційніший спосіб. Звідти походить зацікавлення гонзо-журналістикою, в якій висловлюються враження від тих чи інших подій словами й епітетами без огляду на їх стилістичну належність. У соціальних медіа багато таких прикладів у зв'язку із подіями навколо питання «вагнерівців», «справи Порошенка», нової агресії Росії проти України та ін. Отже, вивчення нових характеристик медіатексту в контексті сучасних політичних наративів та емоційних маркерів є важливим завданням у наукових дослідженнях ЗМІ.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** Медіатексти завжди є особливим об'єктом наукових досліджень і узагальнень. Вони – продукт креативних зусиль журналістів, блогерів, експертів, резонерів і динамічного політичного життя. Саме в політичній журналістиці народжуються нові смисли, актуалізуються лексичні значення давно відомих слів і термінів. Наприклад, постправа, локдаун, карантин, толерантність та ін. Актуальним є дослідження Тетяни Видайчук «Лексеми «смысл» і «смысл» у мовній практиці українців»<sup>2</sup>. Авторка ґрунтовно опрацювала відповідні статті в авторитетних лексикографічних виданнях. В «Етимологічному словнику української мови» подано слов'янське праслов'янського походження \**myslь* ([\**myslь*]) – «думка; розум», що є утворенням від компонентів \**сь-* (\**su-*) «добрий» + \**myslь* «думка; мисль; мислення». В інших слов'янських мовах зафіксовані такі основні значення: старосл. *съмысль* «думка; намір; погляд»; рос. *смысл* «думка; розум»; пол. *zmysł* «почуття; розум; смысл»; чеськ. *mysl* «смысл; розуміння; почуття»; болг. *смысл* «смысл; мета; зміст; розум; користь». У староукраїнській літературній мові XVI–XVII ст. слов'янське «смысль» функціонував із трьома значеннями: 1. Почуття, фізіологічне відчуття. 2. Розум. 3. Смысл, сенси слова. У словнику П. Беринди «Лексіконъ славеноросскій альбо Имень тлькованіе» (1627 р.) виокремлено ще одне значення: мисль, думка. Словник української мови (СУМ-1) подає значення «смыслу», які функціонують і сьогодні: 1) уявлення про щось, поняття, розуміння чого-небудь; 2) внутрішній зміст, суть чого-небудь; значення; 3) мета, завдання, призначення чого-небудь; 4) користь, вигода (розм.). Як зазначає Т. Видайчук, словники синонімів XX – початку XXI ст. пропонують такий ряд загальноновживаних лексем зі спільним з лексемою «смысл» значенням: суть, сутність, зміст, сенси, головне, ядро, природа, значення; ряд маркованих книжним характером слововживання лексем: значимість, ество, квінтесенція, раціональне зерно; кілька синонімів із числа архаїзмів: сіль, толк; лексеми розмовного типу нутро<sup>3</sup>. Дослідниця науково пояснює, що «сучасний філософський дискурс демонструє термінологізацію лексеми «смысл» та її закріплення у мовній практиці з такими значеннями: 1) особливий зміст, яким людина наділяє прояви своєї життєдіяльності, предмети та явища об'єктивного світу в процесі його духовно-практичного освоєння і внаслідок цього надає їм певного

<sup>2</sup> Видайчук, Т. (2017). «Лексеми «смысл» і «смысл» у мовній практиці українців», *Зб. наукових праць*, Київ, вип. 9, с. 115-119. URL: <file:///C:/Users/yatsy/Downloads/238-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-332-1-10-20180425.pdf> (дата перегляду 28 листопада 2021).

<sup>3</sup> Там само.

значення в системі людської культури, в ієрархії суспільних цінностей; 2) характеристика висловів природних, спеціалізованих, штучних мов, яка визначає правомірність уживання цих висловів у межах конкретної мови; 3) одна з основних ознак імені, що характеризує його зміст. У цьому розумінні смислом називають усе, що можна зрозуміти, коли поняття засвоєне»<sup>4</sup>. У староукраїнську мову через посередництво польської був запозичений і зазнав активного вжитку в XVI ст. латинізм «сенс» (лат. *sensus*); зокрема, його вживали З. Копистенський, Й. Галятовський, І. Величковський. Латинське *sensus* має кілька значень: 1) «відчуття, почуття, сприйняття, здатність відчуття»; 2) «свідомість, тьма»; 3) «розум, глузд, мислення»; 4) «розуміння, судження, смак, такт»; 5) «смісл, значення, зміст»; 6) «думка, поняття, ідея»; 7) «почуття, душевний стан»; 8) «спосіб мислення»; 9) «настрій»; 10) «речення, період»<sup>5</sup>. У староукраїнських наукових текстах професорів Києво-Могилянської академії лексема «сенс» фіксується лише зі значенням «глузд, сенс, смисл»<sup>6</sup>. «У сучасній мовній практиці лексеми “смісл” і “сенс” іноді можуть вживатися паралельно: смисл буття і сенс буття, прихований смисл і прихований сенс. Але обидві мають свої особливі сфери значення, у яких виступають невагомозамінюваними. “Смісл” не вживається там, де йде мова про розумні підстави чогось: мати сенс, у цьому є сенс. А “сенс” не вживається там, де йде мова про уявлення, поняття, розуміння чого-небудь: вкладати смисл, історичний смисл, смислове навантаження»<sup>7</sup>. Вагомий внесок у розвиток медіазнавства зробили українські вчені М. Г. Житарюк «Закриття телеканалів News ONE, ZIK та «112 Україна»: медійний і політичний складник» (2021)<sup>8</sup>, А. С. Коваль «Цінності, стереотипи та маніпуляції у візуальній комунікації» (2021)<sup>9</sup>, А. А. Кісельова «Динаміка використання хештегів, присвячених актуальним суспільним тенденціям» (2021)<sup>10</sup> та ін.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У медіазнавчих працях обґрунтовано чимало чинників, які впливають на результативність політичної журналісти-

<sup>4</sup> *Всесвітній словник української мови*. URL: <http://uk.worldwidedictionary.org/смисл> (дата перегляду 28 листопада 2021).

<sup>5</sup> Литвинов, В. (1998). Латинсько-український словник: 10 тисяч найуживаніших слів з максимальним відтворенням їхніх значень українською мовою, *Українські пропілеї; Фонд сприяння розвитку мистецтв України*, Київ, с. 586.

<sup>6</sup> Наєнко, Г. (2014). *Структурно-семантичні та функціональні параметри староукраїнського наукового тексту XVI–XVIII ст.: дис. ... д-ра філол. наук* : 10.02.01 «Українська мова», Київ, с. 151.

<sup>7</sup> Видайчук, Т. (2017). «Лексеми «смісл» і «сенс» у мовній практиці українців», *Зб. наукових праць*, Київ, випуск 9, с. 118 // URL: <file:///C:/Users/yatsy/Downloads/238-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-332-1-10-20180425.pdf> (дата перегляду 3 грудня 2021).

<sup>8</sup> Житарюк, М. (2021). «Закриття телеканалів News ONE, ZIK та «112 Україна»: медійний і політичний складник», *Український інформаційний простір*, вип. 1(7), с. 94-104.

<sup>9</sup> Коваль, А. (2021). «Цінності, стереотипи та маніпуляції у візуальній комунікації», *Теорія та історія соціальних комунікацій, Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського, серія: Філологія. Журналістика*, т. 32 (71), № 4, ч. 3, с. 155-161 // URL: [https://web.archive.org/web/20210930185227id\\_/http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4\\_2021/part\\_3/28.pdf](https://web.archive.org/web/20210930185227id_/http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/28.pdf) (дата перегляду 4 січня 2022).

<sup>10</sup> Кісельова, А. (2021). Динаміка використання хештегів, присвячених актуальним суспільним тенденціям, *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету, серія Філологія*, том 1, № 49, с. 71-74. URL: [https://web.archive.org/web/20210904073159id\\_/http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v49/part\\_1/19.pdf](https://web.archive.org/web/20210904073159id_/http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v49/part_1/19.pdf) (дата перегляду 12 січня 2022).

ки. Насамперед до їх числа належить явище *селективності*, коли читач сам обирає тему (подію), про яку хоче знати більше. Психологія сприйняття інформації пов'язана з відповідними наративами, особливими емоційними маркерами, на які реагує природа людини. У загальному медійному полі поруч із логосферою активно функціонує ейдосфера – графічні та живописні форми, які впливають на зорове сприйняття новин. Ейдос (вид, образ) є не тільки ілюстративним матеріалом до текстів, а й релевантним сенсом комунікативного задуму автора. Візуалізована інформація сформувалася в окремий тип спілкування і має всі ознаки нового жанру. Вербальні і невербальні концепти творять цілісну архітектоніку візуального тексту. Науково доведено, що ліва півкуля опрацьовує новини послідовно, аналітично. З цією півкулею пов'язаний рух, читання, писання, позитивні емоції, сприйняття приємного. Права півкуля опрацьовує інформацію цілісно, одночасно, синтетично, формулюючи повний образ фрагментів. З правою півкулею пов'язаний аналіз звуків, інтонації слів, оцінки музики, негативних емоцій, сприйняття неприємного й жахливого. За Б. М. Додоновим, існують різні види емоцій: *альтруїстичні* (від лат. alter – інший) – переживання, що виникає на основі потреби у співдії, допомозі, опіці ближніх; *комунікативні* (від лат. communicare – перебувати у зв'язку, брати участь, об'єднуватися, спілкуватися з кимось) – потреба в спілкуванні; *глицні* (від лат. – слава) – потреба в самоутвердженні і славі; *практичні* – спричинені діяльністю, її зміною у ході роботи, успішністю чи неуспішністю; *пугнічні* (від. лат. – боротьба) – потреба в подоланні небезпеки, цікавість до боротьби; *романтичні* – потяг до всього незвичайного, таємного; *гносеологічні* (від. лат. – пізнання) – потреба в пізнанні гармонії; *естетичні* – ліричні переживання, бажання краси, насолода гармонією; *гедоністичні* (від грец. – насолода) – потреба духовного й тілесного комфорту, насолоди; *ахизитивні* (від. франц. – придбання) – потяг до накопичення, заощадження, колекціонування<sup>11</sup>. Тобто, кожній людині характерні найбільш близькі їй та бажані емоційні наративи і це найперше беруть до уваги в теорії і практиці масової комунікації.

Політична журналістика через медійну діяльність впливає на формування елітарного суспільного мислення; адекватної громадянської поведінки та відповідальності громадян. «На початку ХХІ століття в епоху зародження та розвитку інформаційного суспільства актуальна проблема взаємодії журналістики і політики має як загальнотеоретичне, так і прикладне значення. Взаємний вплив засобів масової інформації та політики, роль преси в політичному житті соціуму надзвичайно цікаві на сучасному етапі розвитку суспільства, особливо в часи політичних катаклізмів, соціальних революцій та інформаційних війн. Проблему політизації ЗМІ і медіатизації політики часто розглядають як дві сторони однієї медалі. При цьому політизація – це процес, який стосується більше змісту, ніж форми, а медіатизація – процес, який більше зачіпає форму, ніж зміст. Медіатизація політики – це не що інше, як переміщення політичного процесу в символічний простір засобів масової інформації»<sup>12</sup>. У монографії «Політична журналістика» Д. Дуцик слушно зауважує, що «по-

<sup>11</sup> Драган-Іванець, Н. (2016). *Стратегії ефективного впливу: персвазивні чинники в сучасних журналістських текстах: автореф. дис. канд. наук із соц. комунікацій*: 27.00.04, Київ. нац. ун-т імені Тараса Шевченка. Ін-т журналістики, Київ, с. 10.

<sup>12</sup> Маруховський, О. (2021). Етичні аспекти політичної журналістики як професійної діяльності, Київ, с. 5-6. URL: <http://dSPACE.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/15663/1/3.pdf> (дата перегляду 10 січня 2022).

літичний журналіст за будь-яких політичних умов повинен виконувати унікальну місію – бути ланкою між владою та суспільством. Інформувати владу про потреби суспільства, – з одного боку, та повідомляти суспільству про дії влади, – з другого. ...Він має критично оцінювати владу та її дії, перебуваючи на сторожі інтересів суспільства, а також транслювати інтереси, потреби і проблеми суспільства представникам влади...»<sup>13</sup>. Сучасний політичний текст найвиразніше функціонує в таких жанрах, як інтерв'ю з політиками, політичні коментарі, аналітичні статті медійних експертів і журналістів, політичні огляди, політичні портрети, політичні ток-шоу, бесіди про останні події у супроводі ефективних емоційних наративів. Етимологічно поняття «наративу» пов'язують з латинським прикметником «narratus» – знавець. Оратори, філософи, літературознавці вважали наратив «прикладом людського розуму». У сучасних медіатекстах це не лише «розповідь», «пояснення», «техніки повідомлення», «хронологічне відтворення подій», а насамперед смислове навантаження та об'єктивні сенси, які озвучує автор; це процес логічного викладу аргументів (нарація). Таким прикладом є стаття «Хто постачає в Україну кремлівські фейки та пропаганду», в якій публіцист Сергій Іванов зазначає: «Інформаційна агресія – це не завжди, власне, про агресію. Зазвичай це вплетення потрібних ворогові наративів та меседжів у звичну для українців інформаційну канву. Засоби масової інформації давно перетворилися з постачальників новин на зброю. Можливості, які мають ЗМІ – змінювати громадську думку, формувати лояльність або сіяти ворожнечу – давно використовує як бізнес, так і політичний істеблішмент. ...Інформаційні атаки, маніпуляції, пропаганда, які продукує армія російських ботів, почали сипатися на українців задовго до війни. І через те, що наша держава своєчасно не оцінила роль інформаційної зброї, сьогодні ми змушені платити високу ціну за цей прорухунок...»<sup>14</sup>. Високопрофесійний наратор використовує нарацію як «метод впорядкування дискурсу» навколо фактів і вражень, вражає своєю політичною ерудицією, непересічним інтелектом і креативністю. Наведені вище тези віддзеркалені в ілюстраціях з українських ЗМІ: «Культура поза політикою» – проросійський наратив...» (депутат Габібулаєва); «Наступною буде Росія – на пострадянському просторі йде арабська весна...» (журналіст Віталій Портніков); «У Росії сприймуть як успіх лише крах України» (дипломат Павло Клімкін); «Наша армія воює, ховаючись від керівництва» (журналіст Юрій Бутусов).

За когнітивною теорією присутність «Я» у журналістському матеріалі має бути чітко вираженою, а читач повинен відчувати власну причетність до проблеми й свою безпосередню участь у її розв'язанні. Емоція як функція розуму, як результат сприйняття та оцінки інформації переважає в політичних текстах, які потребують реакції читача. Емоційний резон отримав в психології особливу назву – емпатія. Феномен емпатії тісно пов'язаний з емоційно пізнавальними та психологічними якостями людини й виявляється насамперед у соціальних комунікаціях. Обмін інформацією через масмедіа передбачає й певний вплив на людей, їхню поведінку, характер ді-

<sup>13</sup> Дуцик, Д. (2005). *Політична журналістика: монографія*, вид. дім «Києво-Могилянська академія», Київ, с. 111.

<sup>14</sup> Іванов, С. (2022). Хто постачає в Україну кремлівські фейки та пропаганду. URL: [https://censor.net/ua/blogs/3312444/hto\\_postachaye\\_v\\_ukrayinu\\_kremlivski\\_feyiky\\_ta\\_propagandu](https://censor.net/ua/blogs/3312444/hto_postachaye_v_ukrayinu_kremlivski_feyiky_ta_propagandu) (дата перегляду 27 січня 2022).



яльності, суспільну свідомість, тобто реалізується функція впливу, або інтерактивна функція.

Останніми десятиріччями деякі журналісти в пошуках нових емоційних маркерів запозичують стиль американської гонзо-журналістики. Медіазнавці описують його так: тексти надто емоційні; агресивні; зухвалі; суб'єктивні, оскільки автор подає свою точку зору як єдино правильну; у висловлюваннях – жодних обмежень; повна свобода слова аж до ненормативної лексики; багато сарказму, іронії, перебільшень; репортаж без правил. Англійське слово «gonzo» в перекладі на українську означає «божевільний, абсурдний, чокнутий». Засновник цього напрямку Хантер С. Томпсон заперечує об'єктивність у журналістиці і сам є автором публікацій у стилі гонзо. В українських ЗМІ така журналістика не надто популярна, але присутня в соціальних мережах. У такій манері полюбляють писати блогери про свої враження від тих чи інших подій. Думки науковців щодо ролі такої журналістики розходяться. Частина схвалює, як щось оригінальне і цікаве, інші відзначають відповідальну місію ЗМІ, в тому числі культуросоносну, репрезентативну та ін. Фаховий журналістський матеріал має породжувати інтелектуальні емоції.

**Висновки.** Вивчення нових характеристик медіатексту в контексті сучасних політичних наративів та емоційних маркерів є важливим завданням у наукових дослідженнях ЗМІ. Політична журналістика через медійну діяльність впливає на формування елітарного суспільного мислення; адекватної громадянської поведінки та відповідальності громадян. Сучасний політичний текст найвиразніше функціонує в таких жанрах, як інтерв'ю з політиками, політичні коментарі, аналітичні статті медійних експертів і журналістів, політичні огляди, політичні портрети, політичні ток-шоу, бесіди про останні події у супроводі ефективних емоційних наративів. У сучасних медіатекстах політичний наратив функціонує не лише як «розповідь», «пояснення», «техніка повідомлення», «хронологічне відтворення подій», а насамперед як смислове навантаження та суб'єктивні сенси, які озвучує автор; це процес логічного викладу аргументів (нарація). Високопрофесійний наратор використовує нарацію як «метод впорядкування дискурсу» навколо фактів і вражень, вражає своєю політичною ерудицією, непересічним інтелектом і креативністю.

#### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Видайчук, Т. (2017). «Лексеми СМИСЛ і СЕНС у мовній практиці українців», *Збірник наукових праць*, вип. 9, Київ, с. 115-119. URL: <file:///C:/Users/yatsy/Downloads/238-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-332-1-10-20180425.pdf> (дата перегляду 28 листопада 2021).
2. *Всесвітній словник української мови*, URL: <http://uk.worldwidedictionary.org/смисл> (дата перегляду 28 листопада 2021).
3. Драган-Іванець, Н. (2016). *Стратегії ефективного впливу: персвазивні чинники в сучасних журналістських текстах: автореф. Дис. канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.04*, Нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Ін-т журналістики, Київ, 16 с.
4. Дуцик, Д. (2005). *Політична журналістика: монографія*, Вид. дім «Києво-Могилянська академія», Київ, 138 с.

5. Житарюк, М. (2021). «Закриття телеканалів News ONE, ZIK та «112 Україна»: медійний і політичний складник», *Український інформаційний простір*, вип. 1(7), с. 94-104, URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/233880>
6. Іванов, Сергій (2022). «Хто постачає в Україну кремлівські фейки та пропаганду». URL: [https://censor.net/ua/blogs/3312444/hto\\_postachaye\\_v\\_ukrayinu\\_kremlivski\\_feyiky\\_ta\\_propagandu](https://censor.net/ua/blogs/3312444/hto_postachaye_v_ukrayinu_kremlivski_feyiky_ta_propagandu) (дата перегляду 27 січня 2022).
7. Кісельова, А. (2021). «Динаміка використання хештегів, присвячених актуальним суспільним тенденціям», *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету, серія Філологія*, том 1, № 49, с. 71-74. URL: [https://web.archive.org/web/20210904073159id\\_/http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v49/part\\_1/19.pdf](https://web.archive.org/web/20210904073159id_/http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v49/part_1/19.pdf) (дата перегляду 12 січня 2022).
8. Коваль, А. (2021). «Цінності, стереотипи та маніпуляції у візуальній комунікації», *Теорія та історія соціальних комунікацій, Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, том 32 (71), № 4, ч. 3, с. 155-161. URL: [https://web.archive.org/web/20210930185227id\\_/http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4\\_2021/part\\_3/28.pdf](https://web.archive.org/web/20210930185227id_/http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/28.pdf) (дата перегляду 4 січня 2022).
9. Литвинов, В. (1998). *Латинсько-український словник: 10 тисяч найуживаніших слів з максимальним відтворенням їхніх значень українською мовою*, Українські пропілеї; Фонд сприяння розвитку мистецтв України, Київ, 712 с.
10. Маруховський, О. (2021). «Етичні аспекти політичної журналістики як професійної діяльності», Київ, с. 5-12. URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/15663/1/3.pdf> (дата перегляду 12 січня 2022).
11. Наєнко, Г. (2014). *Структурно-семантичні та функціональні параметри староукраїнського наукового тексту XVI–XVIII ст.: дис. ... д-ра філол. наук : 10.02.01 «Українська мова»*, Київ, 2014, 428 с.
12. Ожеван, М. (2016). «Глобальна війна стратегічних нарративів: виклики та ризики для України», *Стратегічні пріоритети*, № 4 (41), с. 30-40.

## REFERENCES

1. Vydaichuk, T. (2017). «Lexemes смисл (meaning) and сенс (sense) in Linguistic Practice of Ukrainians», *Zbirnyk naukovykh prats*, випуск 9, Kyiv, p. 115-119, URL: <file:///C:/Users/yatsy/Downloads/238-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-332-1-10-20180425.pdf> (accessed 4 December 2021).
2. *World Dictionary of the Ukrainian Language*. URL: <http://uk.worldwidedictionary.org/смисл> (accessed 22 December 2021).
3. Drahan-Ivanets N. (2016). *Strategies of effective influence: persuasion factors in modern journalistic texts. Manuscript of Dr science of social communication: 27.00.04*, University of Taras Shevchenko. In-t Journalistic. Kyiv, 2016. 16 p.
4. Dutsyk, D. (2005). *Political journalism: monograph*, Vyd. dim «Kyevo-Mogylianska akademija», Kyiv, 138 p.
5. Zhytaryuk, M. (2021). «Closure of TV channels News ONE, ZIK and «112 Ukraine»: media and political component», *Ukrainian information space, vyp. 1(7)*, p. 94-104. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/233880>

6. Ivanov, S. (2022). «Who supplies the Kremlin fakes and propaganda to Ukraine». URL: [https://censor.net/ua/blogs/3312444/hto\\_postachaye\\_v\\_ukrayinu\\_kremlivski\\_feyiky\\_ta\\_propagandu](https://censor.net/ua/blogs/3312444/hto_postachaye_v_ukrayinu_kremlivski_feyiky_ta_propagandu) (accessed 27 January 2022).
7. Kiselova, A. (2021). «Dynamics of using hashtags dedicated to current social trends», *Scientific Bulletin of the International Humanities University, series Philology*, tom 1, № 49, p. 71-74. URL: [https://web.archive.org/web/20210904073159id\\_/http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v49/part\\_1/19.pdf](https://web.archive.org/web/20210904073159id_/http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v49/part_1/19.pdf) (accessed 12 January 2022).
8. Koval, A. (2021). «Values, stereotypes and manipulations in visual communication», *Theory and history of social communications, Scientific notes of TNU named after V.I. Vernadsky. Series: Philology. Journalism*, tom 32 (71), № 4, ч. 3, p. 155-161. URL: [https://web.archive.org/web/20210930185227id\\_/http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4\\_2021/part\\_3/28.pdf](https://web.archive.org/web/20210930185227id_/http://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/28.pdf) (accessed 4 January 2022).
9. Lytvynov, V. (1998). *Latynsko-ukrainskyi slovnyk: 10 tysiach naiuzhyvanishykh sliv z maksimalnym vidtvorenniam yikhnikh znachen ukrainskoiu movoiu [Latin-Ukrainian dictionary: 10,000 most commonly used words with the maximum reproduction of their meanings in Ukrainian]*, Ukrainski propilei; Fond spriannia rozvytku mystetstv Ukrainy, Kyiv, 712 p.
10. Marychovskyy, O. (2021). «Ethical aspects of political journalism as a professional activity», Kyiv, p. 5-12, URL: <http://dspace.khntusg.com.ua/bitstream/123456789/15663/1/3.pdf> (accessed 19 December 2021).
11. Naienko, H. (2014). *Strukturno-semantychni ta funktsionalni parametry staroukrainskoho naukovooho tekstu XVI–XVIII st. [Structural-Semantic and Functional Parameters of old Ukrainian Scientific Text 16–18 centuries]*, Doctoral thesis, Kyiv, 428 p.
12. Ozhevan, M. (2016). «The global war of strategic naratives: the challenges and risks for Ukraine», *Strategic priorities*, № 4 (41), p. 30-40.

**MODERN MEDIA TEXT:  
POLITICAL NARRATIVES, MEANINGS AND SENSES,  
EMOTIONAL MARKERS**

**Mariya Yatsymirska**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
Generala Chuprynky Str. 49, 79044, Lviv, Ukraine*

*e-mail: [yatsymirska2019@gmail.com](mailto:yatsymirska2019@gmail.com)*

*<https://orcid.org/0000-0003-3214-9611>*

The article examines modern media texts in the field of political journalism; the role of information narratives and emotional markers in media doctrine is clarified; verbal expression of rational meanings in the articles of famous Ukrainian analysts is shown. Popular theories of emotions in the process of cognition are considered, their relationship with the author's personality, reader psychology and gonzo journalism is shown.

Since the media text, in contrast to the text, is a product of social communication, the main narrative is information with the intention of influencing public opinion. Media text implies the presence of the author as a creator of meanings. In addition, media texts have universal features: word, sound, visuality (stills, photos, videos). They are traditionally divided into radio, TV,



newspaper and Internet texts. The concepts of multimedia and hypertext are related to online texts. Web combinations, especially in political journalism, have intensified the interactive branching of nonlinear texts that cannot be published in traditional media. The Internet as a medium has created the conditions for the exchange of ideas in the most emotional way. Hence Gonzo's interest in journalism, which expresses impressions of certain events in words and epithets, regardless of their stylistic affiliation. There are many such examples on social media in connection with the events surrounding the Wagnerians, the Poroshenko case, Russia's new aggression against Ukraine, and others. Thus, the study of new features of media text in the context of modern political narratives and emotional markers is important in media research.

The article focuses review of etymology, origin and features of using lexemes "смысл (meaning)" and "сѣнс (sense)" in linguistic practice of Ukrainians results in the development of meanings and functional stylistic coloring in the usage of these units. Lexemes "смысл (meaning)" and "сѣнс (sense)" are used as synonyms, but there are specific fields of meanings where they cannot be interchanged: lexeme "сѣнс (sense)" should be used when it comes to reasonable grounds for something, lexeme "смысл (meaning)" should be used when it comes to notion, concept, understanding.

Modern political texts are most prominent in genres such as interviews with politicians, political commentaries, analytical articles by media experts and journalists, political reviews, political portraits, political talk shows, and conversations about recent events, accompanied by effective emotional narratives. Etymologically, the concept of "narrative" is associated with the Latin adjective "gnarus" – expert. Speakers, philosophers, and literary critics considered narrative an "example of the human mind." In modern media texts it is not only "story", "explanation", "message techniques", "chronological reproduction of events", but first of all the semantic load and what subjective meanings the author voices; it is a process of logical presentation of arguments (narration). The highly professional narrator uses narration as a "method of organizing discourse" around facts and impressions, impresses with his political erudition, extraordinary intelligence and creativity. Some of the above theses are reflected in the following illustrations from the Ukrainian media: "Culture outside politics" – a pro-Russian narrative..." (MP Gabibullayeva); "The next will be Russia – in the post-Soviet space is the Arab Spring..." (journalist Vitaly Portnikov); "In Russia, only the collapse of Ukraine will be perceived as success" (Pavel Klimkin); "Our army is fighting, hiding from the leadership" (Yuri Butusov).

*Key words:* media text, political journalism, narrative, emotional markers, meaning, sense, gonzo journalism.