

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ЯК ЗАСАДИ ДЛЯ ВИНИКНЕННЯ НОВОГО МУЛЬТИПЛІКАТИВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

Олена Сибірякова

*Інститут телебачення, кіно і театру,
вул. Чигоріна 14, 01054, м. Київ, Україна*

У статті розглянуто тенденції глобалізації, які зумовили виникнення медіадискурсу. Надано визначення медіадискурсу як глобальна універсальна категорія сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу. Охарактеризовано особливі ознаки сучасного медіадискурсу. Надано підходи до визначення медіадискурсу.

Ключові слова: глобалізація, медіадискурс, медіапростір, засоби масової інформації.

Актуальність теми дослідження. Глобалізація сьогодні є одним з найбільш впливових процесів у світі. Беззаперечним є той факт, що саме у 90-х рр. ХХ ст. процес розпаду Союзу Радянських Соціалістичних Республік та усієї соціалістичної системи, до складу якого входила і Україна, став одним з каталізаторів стрімкого розвитку глобалізаційних процесів, що в комплексі призвело не тільки до порушення двополюсної системи світового політичного і економічного порядку, а й до зміни парадигми цивілізаційного розвитку взагалі. Друга половина ХХ ст. характеризується підвищенням уваги лінгвістів до вивчення дискурсу. При цьому виділяють два основні напрями дослідження дискурсу, комунікативний та діяльнісний. Представники першого напрямку досліджують шляхи взаємодії мови з екстралінгвальними чинниками. Представники діяльнісного напрямку розглядають дискурс як соціальне конструювання реальності та форму вияву знань. Мова виступає засобом реалізації активності людини.

Тенденції глобалізації зумовили виникнення поняття “мас-медійний дискурс”, а водночас, – й інтерес до його дослідження. Представники діяльнісного підходу вивчають останній як реальність, створену засобами масової комунікації, що опосередковують продукування, зберігання і поширення суспільно важливої інформації. Отже, медіадискурс – це глобальна універсальна категорія сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу, яка виступає певним тлом та в якому відбиваються актуальні настрої суспільства в різних сферах діяльності – політиці, економіці, культурі тощо, а також динамічні інноваційні процеси, як-от, лексичні новотвори, семантичні неологізми, “реанімовані” архаїзми, перифрази, крилаті вислови, запозичення з інших мов.

Метою статті є розгляд глобалізації соціальних трансформацій як засади для виникнення нового мультиплікативного медіадискурсу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемним питанням вивчення медійного дискурсу присвятили свої праці Т. А. Ван Дейк [1], Є. Галічкіна [2], І. Дашибалова [3],

В. Карасик [4], Є. Кожемякин [5], М. Олешков [6], М. Пташник [7], С. Романюк [8], Ю. Шевлякова [9], І. Шенбергер [10], А. Кондрико [11], І. Тирон [12], Н. Шубенко [13], Д. Сизонов [14] та ін.

Результати дослідження. Бурхливий розвиток інформаційних технологій в останні десятиріччя привів не тільки до появи та широкого розповсюдження нових електронних засобів масової комунікації (ЗМК), але й до розширення функцій традиційних мас-медіа (друковані видання, аудіо-й відео продукція, радіомовлення та телебачення). Завдяки цьому сучасні мас-медіа стали єдиною комплексною системою масової комунікації глобального характеру, яка суттєво впливає на суспільство, створюючи нові системи цінностей і нові види ідентифікації для громадян. І як результат значно зростає роль ЗМІ у становленні нових форм демократії, у тому числі в демократичних трансформаціях українського суспільства.

Сучасні інформаційні й телекомунікаційні технології (ІТТ) суттєво змінюють не тільки процес виробництва продуктів і послуг, але й те, як члени суспільства реалізують свої громадянські права, маючи вирішальний вплив на зміни, що відбуваються в соціальній структурі суспільства, економіці, розвитку інститутів демократії тощо. Нарешті, технологічний розвиток радикально змінив погляд на екологічні проблеми, оскільки технологічна революція та продумана внутрішня політика призупинили погіршення екологічної обстановки в розвинених країнах, насамперед у Європі, а розроблення й використання природоохоронних технологій стали однією з найпривабливіших сфер інвестування капіталу і знань.

Особливості діяльності мас-медіа в сучасних умовах, як і характер масової комунікації, сьогодні значною мірою визначається глобалізаційними процесами. Глобалізація у сфері масових комунікацій відбувається головню, за рахунок посилення і збільшення світових комунікаційних конгломератів, що утворюють глобальний інформаційний простір, в якому домінуючу роль відіграють такі транснаціональні корпорації, як Time Warner, Sony Corporation, Matsushita Electric Industrial, News Corporation, Bertelsman, RAI, Walt Disney Company та ін. Завдяки їхній політиці індустрія розваг поступово стає єдиною індустрією інформаційних технологій і телекомунікаційного обладнання.

Підходи до проблем глобалізації можна поділити на два типи – оптимістично-утопічний, згідно з яким глобалізаційні процеси в економіці, масових комунікаціях і в інтеграції різних культур матимуть своїм наслідком розв'язання більшої частини суперечностей сучасного суспільства.

Інший підхід можна вважати критичним, відповідно до якого глобалізаційні процеси породжують низку проблем як у сфері економіки, так і у сфері масової комунікації. Це передусім проблему поширення глобальної масової культури, яка веде до стандартизації стереотипів масової свідомості на основі культурних зразків, створених у США і неприйнятних для багатьох регіональних етнічних спільнот зі своїми світоглядними традиціями та культурами.

У масовій комунікативній свідомості розглядаються поняття, що є невід'ємними складовими частинами інформаційного простору та розглядаються як актуальні в сучасній європейській науці загалом та українській зокрема. Це медіадискурс та ме-

діатекст як глобалізовані системи сучасного українського комунікативно-інформаційного суспільства, що впливають на його розвиток. Медіадискурс (або дискурс масової інформації) є найбільш актуальним у сучасному медіапросторі, адже відображає не тільки комунікативно-інформаційні, а й політичні, економічні, культурні настрої та тенденції сучасного соціуму. Отже, медіадискурс – це глобальна універсальна категорія сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу, яка виступає певним тлом та в якому відбиваються актуальні настрої суспільства в різних сферах діяльності – політиці, економіці, культурі тощо, а також динамічні інноваційні процеси, як-от, лексичні новотвори, семантичні неологізми, „реанімовані” архаїзми, перифрази, крилаті вислови, запозичення з інших мов [14].

Одним із пріоритетних у вивченні медіадискурсу став когнітивний підхід, що зосереджується на медійній сутності не тільки відображати реальні події, але й інтерпретувати їх, аналізувати та впливати на свідомість. У сучасній українській комунікації це відбувається через властивості медіаканалів (від друкованих ЗМІ до інтернет-ресурсів), ідеологічні установки, культурну специфіку, візуалізацію тощо. Це створює своєрідний прецедент для інформаційної картини світу [14].

Розглянемо закономірності реалізації основних функцій медіадискурсу (табл. 1).

Таблиця 1 – Функціональність медіадискурсу дискурсу

| Назва функції | Призначення |
|--|---|
| Комунікативна | передавання інформації, яка має призвести до зміни політичної свідомості адресата |
| Спонукальна (апелятивна, вокативна, конативна, регулятивна, інструментальна) | пропаганда, переконання та вплив на адресата, позаяк комунікація нерідко має завдання мобілізувати громадян для проведення певних акцій |
| Конструювання мовленнєвої реальності | через ідеологію засобами ЗМІ та РР формується вторинна реальність, що структурує і тлумачить-інтерпретує дійсність та претендує згодом стати соціальною практикою |
| Волонтактивна | вираження волі щодо співрозмовника: прохання, запрошення, порада, спонукування тощо |
| Інформаційно-трансляційна | медіадискурс є важливим соціальним ідентифікатором та ретранслятором суспільних цінностей |
| Емотивна | вираження емоцій автора та збудження емоцій адресата |
| Метамовна | пояснення смислу слова чи висловлювання, розкриття суті спеціальних понять, термінів, образів тощо |
| Прогностична | постійна проекція в майбутнє, планування (поточне та стратегічне) дій та їх наслідків |
| Фактична (контактовстановлювальна) | встановлення контактів, звертання уваги на себе, підготовка потенційного співрозмовника до сприйняття інформації |
| Естетична (поетична) | орієнтація на форму повідомлення, на те, як виражена думка, оскільки політик також повинен стежити за виразністю свого мовлення |
| Магічна | реалізація форм табу: молитви, клятви, присяги |

Джерело: складено автором

На нашу думку, медіадискурс характеризується особливими ознаками, зокрема: групова співвіднесеність (адресант поділяє погляди своєї групи); публічність (відкритість, орієнтованість на масового адресата); полемічна орієнтованість (створення протиріччя з подальшою дискусією); інсценування і масова спрямованість (вплив на кілька груп одночасно); інформаційна глобальність та всеохопність; важливе місце в геокультурній картині світу.

Медійний дискурс – дуже своєрідна та специфічна категорія сучасної медіалінгвістики, що передбачає і специфічні методики, засоби та прийоми вивчення. Пов'язано це, передусім, із розширенням медійних каналів – друкованого контексту (газети, журнали) інтерактивним дискурсом (радіо-, теле- та Інтернет). Саме тому про медіадискурс варто говорити як про сучасну глобальну систему, інтерес до якої в сучасному соціумі збільшується найбільше. Зокрема, обґрунтовуючи структуру медіадискурсу можна зауважити, що радіотекст із його орієнтацією на фундаментальні закони слухового світу, сьогодні слугує для емоційності та експресії мовлення, друковані ЗМІ – для передавання інформації та глибокої аналітики, а телебачення – для драматичного ефекту. Цікаво, що Інтернет у цьому аспекті виявляє всі характеристики, а тому є одним із найважливіших складників сучасного медійного дискурсу.

Виявлення моделей мовної взаємодії і впливу – одна із актуальних проблем медіапростору. Адже медіадискурс є різновидом усної публічної мови, і, відповідно, включає в свою структуру мовленнєві форми та засоби. Враховуючи ще й комунікативну сторону дискурсу загалом, варто наголосити й на особливостях медіадискурсу як ментального простору, що реалізується не тільки матеріальними, а й своєрідними не матеріальними (комунікативними) моделями. Специфіка, наприклад, радіодискурсу, теледискурсу і дискурсу друкованих видань полягає у поєднанні прагматичних умов, властивих дискурсивній діяльності загалом. Усний медіадискурс урахує стратегії й тактики мовної поведінки його учасників, що також слугує підставою для вивчення медіадискурсу в комунікативно-прагматичному аспекті.

Вияви соціально-культурної парадигми у медіадискурсі Інтернет-ЗМІ наочно подано у таблиці 2 через зіставлення основних рис постмодернізму з базовими текстово-дискурсивними категоріями медіадискурсу.

До визначення типів медіадискурсу на сьогодні існує два підходи:

1) *перший підхід*, основою для виділення типів дискурсів є функціонування мови в різних сферах людської діяльності, зокрема науки, освіти, політики, засобів масової комунікації, а тому медіадискурс визначається як специфічний тип мовленнєво-мисленнєвої діяльності, що характерний лише для сфери мас-медіа, і, відповідно, виділяють медійний дискурс, політичний, релігійний, науковий та інші типи дискурсу;

2) *другий підхід* полягає в тому, що медіадискурсом називають будь-який вид дискурсу, реалізований у сфері масової комунікації, а тому дослідники виділяють політичний, релігійний та інші типи медіадискурсу.

Тож, у медіадискурсі як глобальній інформаційно-комунікативній системі, що здатна реалізовуватись у сфері масової комунікації, розрізняють: *усні медіадискурси* (діалоги, монологи, полілоги, інтерв'ю, пряма мова тощо) та *не усні медіадискурси*

(радіодискурс; теледискурс; друкований (газетний, журнальний); інтерактивний (Інтернет) дискурси).

Сучасний медіадискурс є сферою функціонування мови, у якій спостерігається інтенсивний розвиток та стійка тенденція до нових трансформаційних процесів. Реагуючи на будь-які інноваційні процеси, що відбуваються у суспільстві, медіадискурс вказує на розвиток соціуму, його позитивні і негативні зміни у визначений період часу. Вибір певної мовної одиниці, граматичної форми або конструкції не лише свідчить про мовний смак, мовні уподобання та звички окремих людей, але й сигніфікує про мовні навички окремих класів і соціальних груп, тобто усього суспільства певного історичного періоду.

При цьому ЗМІ ефективно впливають на культурний та соціальний контекст формування особистої думки та прийняття індивідуального рішення.

Медіадискурс інтегрований у соціальні, особистісні та професійні стосунки і може бути використаний для досягнення відповідного іллокутивного ефекту. Медійний дискурс постає провідним типом дискурсу, який проникає у всі типи інституційного та повсякденного спілкування. Тобто мова медіатекстів стає засобом здійснення соціальної влади й засобом формування світогляду та світосприйняття адресатів [15].

До дистинктивних ознак медіадискурсу відносять: 1) групову співвіднесеність (адресант поділяє погляди своєї групи); 2) публічність (відкритість, орієнтованість на масового адресата); 3) дісенсну орієнтованість (створення протиріччя з наступною дискусією); 4) інсценування і масову спрямованість (вплив на кілька груп одночасно).

Дискретними одиницями медіадискурсу, які поділяють інформаційні потоки на окремі фрагменти, виступають медіатексти. Саме тому вивчення медіадискурсу неможливе без аналізу поняття медіатексту.

Феномен медіатексту виникає в суспільних умовах нового комунікативного етапу, переносючи семантичні особливості текстових структур у площину медіапростору. При цьому значення комунікативного фону значно зростає відповідно до розширення системи параметрів тексту, оскільки у медіапросторі текст має інший спосіб продукування, канали поширення, принципи побудови, мовні складові, творчі прийоми та кількість реципієнтів [13].

Медіадискурс – це зв'язний текст у сукупності з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними, психологічними чинниками тощо. Медіадискурс надає вичерпне уявлення про мовленнєву діяльність у сфері мас-медіа, оскільки охоплює численні екстралінгвістичні фактори, пов'язані з особливостями творення медіаповідомлення, культуурообумовленими способами кодування та декодування, а також соціально-історичним та політико-ідеологічним контекстом. Тобто, медіадискурс є своєрідним голографічним зображенням, що надає вичерпне уявлення про об'єкт.

Розвиток інформаційних технологій в сучасному суспільстві стимулює появу нових форм комунікації, які займають свою нішу в соціумі. На сьогодні у лінгвістиці вибудовується нова когнітивна парадигма, що розвивається в рамках інтернет-дискурсу. Інноваційне спрямування досліджень привертає увагу відомих учених і зумовлює появу не лише нових термінів, але і поняття про новий особливий тип мовлення – мовлення інтернет-дискурсу.

Інтернет перетворився в інформаційно-комунікативне середовище, що займає все більш значуще місце, а в багатьох випадках – починає домінувати.

У глобальній мережі сформувалися і продовжують розвиватися самобутні комунікативні жанри, основною мовною рисою яких є синтез письма та усного мовлення.

З одного боку – текст, набраний на клавіатурі, є породженням не мовним апаратом, заочно переданий співрозмовникові, що може супроводжуватися також розділеністю в часі. З іншого – інтонація усного мовлення. В історії писемності ще не було такого масового потоку натуральної мови, записаного (“застолблених”, якби зупиненого літерами) і представленого на настільки широкий огляд. Інтернет-спілкування привело до нейтралізації найглибшої опозиції типів мовлення – усній і письмовій та створило, на наш погляд, новий особливий тип мовлення – мова інтернет-дискурсу.

У чатах, блогах, мікроблогах, інтернет-форумах, електронних листах, соціальних мережах продукуються тексти, які поєднують у собі властивості обох типів мовлення.

Розглянемо основні жанри інтернет-дискурсу і наведемо аналіз їх лінгвістичних і екстралінгвістичних особливостей, а також позначимо риси нової когнітивної парадигми.

Електронна пошта (e-mail) – технологія і надані нею послуги з пересилання і отримання електронних повідомлень (так званих “листів” або “електронних листів”) по розподіленій (в тому числі глобальній) комп’ютерній мережі. Це перший в хронологічному плані жанр інтернет-дискурсу. Листування по e-mail, як і обмін листами по звичайній пошті, – це найчастіше спілкування двох осіб, проте число адресатів може бути збільшено. Таким чином, створюється можливість для своєрідного e-mail полілогу. Суттєво відрізняється від електронної пошти жанр миттєвого обміну повідомленнями, в якому відповідь дається онлайн, відразу ж. Для спілкування необхідна клієнтська програма, так званий месенджер (від англ. messenger – кур’єр). Передані можуть бути як текстові повідомлення, так і звукові сигнали, зображення, відео. Повідомлення з’являються на екрані співрозмовника, як тільки адресант відправив його.

Відмінною особливістю чатів також є спілкування онлайн, миттєва передача повідомлень. Крім того, важливо відзначити карнавальність структури чатів і їх фактичну функцію. Чати – свого роду “дитяча кімната” мережевого спілкування, з якої розвинулися більш дисципліновані і змістовні форми – форуми.

Широку популярність в рамках інтернет-дискурсу набув жанр блогу. Блог (англ. Blog, від “weblog”, “мережевий журнал або щоденник подій”) – веб-сайт, основний вміст якого – регулярно додаються записи, що містять текст, зображення або мультимедіа. Для блогів характерні недовгі записи тимчасової значущості, відсортовані в зворотному хронологічному порядку. Відмінності блогу від традиційного щоденника зумовлені середовищем: блоги зазвичай публічні і передбачають сторонніх читачів, які можуть вступити в публічну полеміку з автором. Саме на можливості коментувати запис в блозі і будується комунікація.

Відзначимо також, що занурення комуніканта в сферу жартівливої тональності дає великий простір для різноманітних видів мовної гри.

Поняття речотворчості, мовної гри, лінгвістичного експерименту, мовних жартів неодноразово ставало у вітчизняній лінгвістиці предметом наукового розгляду.

У неофіційному спілкуванні в рамках інтернет-дискурсу присутнє прагнення учасника комунікації зробити письмову мову схожою на усну. В результаті використання різнома-

нітних і специфічних прийомів мовної виразності нерідко виявляється феномен мовної гри. Головною функцією комунікації в цьому випадку стає контактопідтримуюча функція.

Очевидно, що використання подібної словесної гри в рамках інтернет-дискурсу можливе у разі дотримання деяких умов:

- прояв ігрової інтенції, установки на гру;
- застосування подібної гри в обставинах, що допускають неформальне спілкування, в низці різновидів блогів, соціальних мережах, чатів;
- приятельські, дружні відносини між комунікантами.

Стрімко розвивається і популяризується в медіапросторі жанр мікроблога. Найбільш поширеним сервісом мікроблогів є Twitter. Запис в Твіттері обмежений 140 символами, що обумовлює специфіку спілкування. Акцент на економії мовних засобів визначає архітектуру текстів у мікроблозі і, більш того, – вектор розвитку когнітивної парадигми комуніканта. Свій аккаунт у Твіттері мають безліч журналістів, письменників, спортсменів, співаків, громадських і інтернет-діячів, відомих персон з різних сфер життя.

Жанр соціальних мереж надзвичайно популярний як у “В Контакте” і “Однокласники”, так і в іншому сегменті Глобальної мережі (“Facebook”, “Myspace”). Модель комунікації передбачає як публічне спілкування (записи на “стіні”), так і приватне (приватні повідомлення). Незважаючи на те, що більшість текстів, що функціонують в інтернеті, є креолізованими (містять не тільки вербальні, але також іконічні елементи, зображення, відео- та аудіоелементи), саме на сторінках соціальних мереж у всій повноті проявляється мультимедійна природа інтернет-комунікації.

У рамках жанру соціальних мереж віртуального дискурсу можна виділити дві групи комунікаційних інструментів:

- 1) власне комунікаційні;
- 2) інтерактивні.

Комунікаційні інструменти застосовуються для запису, зберігання та подання комунікаційних даних, найчастіше в текстовому вигляді, але все більше в аудіо- та відеоформатах.

Приміром, у користувача найпопулярнішої мережі “В Контакте” існує можливість розмістити будь-який вподобаний текстовий запис у себе на сторінці. Користувачі, що мають доступ до прочитання нотаток (найчастіше – зі списку “друзів”) мають можливість цей запис прокоментувати. Така форма комунікації має багато спільного зі спілкуванням у жанрі блогів.

Інтерактивні інструменти застосовуються для підтримки опосередкованими даними (різних медіаформатів) взаємодії між окремими користувачами і їх групами. На відміну від комунікаційних інструментів, акцент робиться на підтримці зв'язності користувачів і механізмів спілкування між ними. На противагу комунікаційним інструментам, які є зазвичай асинхронними, інтерактивні інструменти переважно синхронні, дозволяючи взаємодіяти користувачам у режимі реального часу (як у випадку інтернет-телефонії, відеочатів тощо) або майже синхронно (служби миттєвого обміну повідомлень, текстові чати тощо).

Абсолютно особливим жанром Інтернет-дискурсу є спілкування за допомогою програми Skype. Цей вид комунікації забезпечує голосовий зв'язок через Інтернет, дає можливість здійснювати конференц-дзвінки (до 25 голосових абонентів, включаючи ініціатора), а також забезпечує передавання текстових повідомлень (чат), передавання файлів і груповий відеозв'язок.

Висновок. Отже, на сьогодні в Інтернет-просторі склався і продовжує формуватися особливий комунікаційний сегмент, що володіє характерними лінгвістичними і екстралінгвістичними особливостями, які визначають його унікальність. Очевидно, що мова інтернет-дискурсу займає свою нішу в мовному континуумі, тому в подальших дослідженнях доцільно провести її системний аналіз, визначити баланс між усною і письмовою складовою, а також запланувати перспективи подальшого розвитку.

Список використаної літератури

1. Ван Дейк Т. А. К определению дискурса / Т. А. Ван Дейк // Психологическая сеть российского Интернета [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/vandijk2.htm>
2. Галичкина Е. Н. Специфика компьютерного дискурса на английском и на русском языках (на материале жанра компьютерных конференций) : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.20 “Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание” [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://31f.ru/author-abstract/485-avtoferat-specifika-kompyuternogo-diskursana-anglijskom-i-russkom-yazykah.html>
3. Дашибалова И. Н. Образ детства в советском визуальном дискурсе 1930-х гг. / И. Н. Дашибанова // Исследовательский комитет “Социология детства” Российского общества социологов [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ik.childsoc.ru/doc/tashibalova.pdf>.
4. Карасик В. И. О категориях дискурса / В. И. Карасик // Волгоградский государственный педагогический университет [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://homepages.tversu.ru/~ips/JubKaras.html>.
5. Кожемякин Е. А. Массовая коммуникация и медиадискурс: к методологии исследования / Е. А. Кожемякин // Научные ведомости. – Серия : Гуманитарные науки. – 2010. – №12(83). – Вып. 6. – С. 13–21.
6. Олешков М. Ю. Жанровая аттракция в дидактическом дискурсе / М. Ю. Олешков // Жанры речи. – 2011. – Вып. 7 : Жанр и языковая личность. – С. 116–126.
7. Пташник М. И. Система реноминативных приемов в современном публицистическом дискурсе (на материале русского, английского и испанского языков) : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.19 “Теория языка” / М. И. Пташник. – Ростов-на-Дону, 2010. – 23 с.
8. Романюк С. К. Типологічні особливості рекламного дискурсу / С. К. Романюк // Вісник Житомирського державного університету. – Серія : Філологічні науки. – 2010. – № 54. – С. 228–231.
9. Шевлякова Ю. О. Особливості дискурсу Інтернет – ЗМІ (на матеріалі англомовних он-лайн журналів для підлітків) / Ю. О. Шевлякова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://naub.oa.edu.ua/2013/osoblyvosti-dyskursu-internet-zmi-na-materialianhlovovnyh-on-lajn-zhurnaliv-dlya-pidlitkiv/>.
10. Шенбергер И. И. Коммуникативная ситуация недоразумения в межкультурном и внутрикультурном дискурсе : автореф. дисс. на соискание науч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.20 “Сравнительно-историческое, типологическое и сопоставительное языкознание” / И. И. Шенбергер. – Новосибирск, 2010. – 24 с.
11. Кондрико А. А. Сучасні концепції поняттєвої інтерпретації “дискурсу” в соціальній комунікації / А. А. Кондрико // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вер-

- надского. Серия “Филология. Социальные коммуникации”. – 2014. – Том 24 (63). – № 4. – Часть 1. – С. 152–156.
12. Тирон І. В. Особливості структурно-семантичної організації медійного дискурсу (на матеріалі газетних та журнальних медіатекстів) / І. В. Тирон // Нова філологія. – Вип. 38. – 2010. – С. 105–110.
 13. Шубенко Н. О. Аудіовізуальний медіатекст: специфіка, структура, властивості [Електронний ресурс] / Н. О. Шубенко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Kis/2012_1/30.pdf
 14. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі / Д. Ю. Сизонов // *Studia Linguistica*. – 2013. – Вип. 7. – С. 389–392.
 15. Лойко В. В. До питання маніпуляції суспільною свідомістю у політичному дискурсі ЗМІ [Електронний ресурс] / В. В. Лойко. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vzh-du/2011_57/vip_57_38.pdf

Стаття надійшла до редколегії 01.12.2016

Прийнята до друку 06.12.2016

GLOBALIZATION SOCIAL TRANSFORMATIONS AS THE BASIS FOR THE EMERGENCE OF A NEW MULTIPLICATIVE MEDIA DISCOURSE

Elena Sibiryakova

*Institute of television, cinema and theatre,
Chigorina Str., 14, 01054, Kyiv, Ukraine*

The article discusses the trend of globalization, which has led to the emergence of media discourse. Globalization is today one of the most influential processes in the world. It is an undisputed fact that in the 90-ies of the XX-th century the process of disintegration of the Union of Soviet Socialist Republics and the socialist system, which included the Ukraine, became one of the catalysts to the rapid development of the globalization process that has led not only to disruption of the bipolar world political and economic order, but also change the paradigm of civilization development in General. The rapid development of information technologies in recent decades has led not only to the emergence and wide diffusion of new electronic means of mass communications (SMK), but also to expand the functions of traditional mass media (print, audio and video products, broadcasting and television). Because of this modern mass-media became a single integrated system of mass communication of a global nature, which significantly influences the society creating a new value system and new forms of identification for citizens. As a result, significantly increases the role of the media in the development of new forms of democracy, including the democratic transformations in the Ukrainian society. The definition of media discourse as the global universal category of modern communication, information, discourse. Characterized by special features of modern media discourse. The approaches to the definition of media discourse. The author came to the conclusion that currently in the Internet space has formed and continues to form a particular communication segment having a characteristic linguistic and extralinguistic features that define its uniqueness. Obviously, the Internet discourse takes its place in the language continuum, therefore, in further studies it is advisable to conduct a system analysis to determine the balance between oral and written component, as well as outline the prospects for further development; media discourse is a global universal category of modern communication, information, discourse, which advocates a certain background and that reflects the current mood of society in various fields – politics, Economics, culture and the like, as well as dynamic innovation processes, for example, tumors lexical, semantic neologisms, «reanimated» archaisms, periphrase, sayings, borrowings from other languages.

Key words: globalization, media discourse, media space, media.