
ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО АНГЛОМОВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

Безносюк Ю. П., Грушецька А. Ю.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-704-8-4>

ВСТУП

У сучасному інформаційному суспільстві медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, ціннісних орієнтацій та способів сприйняття реальності. Особливого значення набуває англомовний медіадискурс, оскільки англійська мова є основним засобом глобальної комунікації та міжнародного обміну інформацією. Саме через англомовні медіа поширюються новини, аналітичні матеріали, культурні та політичні наративи, що впливають на світову аудиторію.

Сучасний англомовний медіадискурс характеризується динамічністю, багатожанровістю та активним використанням цифрових технологій. Він поєднує традиційні форми журналістики з новими медіаплатформами, зокрема соціальними мережами, що змінює способи створення, поширення та сприйняття інформації. У зв'язку із цим зростає інтерес дослідників до лінгвістичних, прагматичних та соціокультурних особливостей медіатекстів.

Актуальність теми зумовлена необхідністю глибшого розуміння механізмів функціонування сучасного англомовного медіадискурсу, його впливу на адресата та ролі у глобальному інформаційному просторі. Метою статті є аналіз основних особливостей сучасного англомовного медіадискурсу, його мовних та жанрових характеристик, а також виявлення основних комунікативних стратегій, що використовуються в медіа.

1. Поняття медіадискурсу

Медіадискурс (або дискурс масової інформації) являє собою зв'язний текст у поєднанні з екстралінгвістичними, прагматичними, соціокультурними та психологічними чинниками. У сучасному медіапросторі він є особливо актуальним, оскільки відображає не лише інформаційно-комунікативні процеси, а й політичні, економічні та культурні настрої й тенденції суспільства.

Таким чином, медіадискурс можна розглядати як глобальну, комплексну категорію сучасної комунікації, що створює своєрідне тло суспільного життя. У ньому фіксуються актуальні зміни в різних сферах діяльності людини: політиці, економіці, культурі, а також динамічні мовні процеси, зокрема появу перефразувань, лексичних новотворів, фразеологізмів, семантичних неологізмів, «відроджених» архаїзмів і запозичень з інших мов.¹

Важливим складником медіадискурсу є медіатекст, із яким він перебуває у тісному взаємозв'язку. У широкому розумінні медіатекст є розширеною інтерпретацією тексту як такого. Сьогодні текст розглядається як елемент певного дискурсу, тобто як висловлення в межах конкретної комунікативної ситуації. Йому властиві специфічні моделі створення, організації та інтерпретації, необхідні для його адекватного розуміння.

Медіадискурс є об'єктом міждисциплінарного вивчення і тісно пов'язаний із соціолінгвістикою, лінгвістичною прагматикою, психолінгвістикою, теорією тексту та дискурсологією. Це пояснюється складною природою масової комунікації. Зокрема, соціологічний підхід акцентує увагу на ідеологічній сутності медіадискурсу, його соціальних функціях, а також можливостях впливу на аудиторію та її формування.

У межах лінгвопрагматики досліджується функціональне спрямування медіадискурсу, тоді як у теорії комунікації він трактується як динамічне явище, здатне до постійного розвитку та трансформації.²

Як зазначає дослідниця М. Желтухіна, медіадискурс характеризується низкою ознак, серед яких: публічність і орієнтація на масову аудиторію, групова співвіднесеність адресанта, інформаційна всеохопність, значуща роль у геокультурному просторі, полемічність із потенціалом до дискусії, а також інсценованість і масовий вплив, що дає змогу одночасно впливати на різні соціальні групи.

Поняття медіадискурсу походить від загальної теорії дискурсу й охоплює сукупність процесів та результатів мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації в усьому різноманітті та складності їх взаємодії. У межах масмедійного дискурсу використовуються тексти, створені журналістами або поширювані через різні канали ЗМІ: пресу, радіо, телебачення та Інтернет.

Це особливий тип масової комунікації, який розглядається як соціальне явище, головною функцією якого є вплив на широку аудиторію через смислову та оцінну інформацію, що передається засобами масової

¹ Андреева І. О. Мультиmodalний аналіз дискурсу: методологічна основа та перспективи напрямку. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2016. № 7. С. 3–8. <https://doi.org/10.32837/olj.v1i7.450>

² Куц Е., Волков В. Англomовний медіа дискурс як контент функціонування фразеологізмів. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки»*. 2018. Вип. 165. С. 360–363.

інформації та реалізується через різноманітні комунікативні інструменти медіаінституцій.

У сучасній лінгвістиці виділяють два основні підходи до трактування мас-медійного дискурсу. Відповідно до першого, він розглядається як специфічний вид мовленнєво-мисленнєвої діяльності, притаманний виключно інформаційному медіапростору. У такому розумінні його необхідно відмежовувати від інших типів дискурсу, зокрема політичного, релігійного чи наукового, оскільки відмінності між ними зумовлені особливостями мовних практик і комунікативних ситуацій.³

Другий підхід трактує медіадискурс значно ширше – як будь-який дискурс, що реалізується в медійному середовищі та опосередковується засобами масової інформації. Із цієї позиції можна говорити про політичний, релігійний чи науковий медіадискурс, які функціонують у межах певних правил продукування, інтерпретації та поширення інформації. У даній роботі приймається саме другий підхід, згідно з яким медіадискурс розглядається як тематично зосереджена та соціокультурно зумовлена мовленнєво-розумова діяльність у просторі мас-медіа.

Ключовою особливістю медіадискурсу є не лише створення знань, оцінок і образів дійсності як результатів мовленнєвої діяльності, а й демонстрація способів їх передавання та інтерпретації. Таким чином, у центрі уваги перебувають не так самі суспільно-політичні процеси, як способи їх репрезентації та поширення інформації. У цьому сенсі медіадискурс виконує посередницьку функцію між різними рівнями знання.

У межах медіадискурсу відбувається перетворення інформації на смисли, тобто конструювання знання, а також його переміщення між різними рівнями – від інституційного до повсякденного. Окрім того, тут поєднуються різноманітні типи інформації, зокрема політична й розважальна, новинна та рекламна. Отже, аналіз медіадискурсу спрямований, з одного боку, на виявлення основних механізмів створення та трансляції смислів у процесі масової комунікації, а з іншого – на визначення ролі медійного контексту у формуванні цих смислів.

2. Основні особливості сучасного англомовного медіадискурсу

Аналіз англомовних медіатекстів, представлених у різних джерелах (новинні платформи, соціальні мережі, рекламні кампанії), показує, що медіадискурс має виражений мультимодальний характер. Це означає поєднання вербальних, візуальних та аудіовізуальних засобів у межах

³ Чумак Л. М. Смысловое представление лексичных неологических единиц у современных англоязычных медиатекстах. Научный вестник Международного гуманитарного университета. Серия «Филология». 2017. № 29. Т. 2. С. 91–94.

одного повідомлення. Наприклад, новинний портал **The New York Times** активно використовує інтерактивні інфографіки як доповнення до текстових матеріалів, що підвищує інформативність і полегшує сприйняття інформації. Натомість соціальні мережі, зокрема LinkedIn, тяжіють до коротких, лаконічних повідомлень, які часто підсилюються графічними елементами.⁴

Як уже зазначалося, медіадискурс охоплює широкий спектр жанрів: аналітичні статті, блоги, рекламні відео, новинні репортажі та соціальні кампанії. У політичній рекламі поширені заклики, спрямовані на формування емоційного зв'язку з аудиторією, наприклад слоган *Your Vote, Your Voice* у виборчих кампаніях у США. Натомість розважальні тексти часто характеризуються використанням гумору та іронії, що сприяє кращому засвоєнню та запам'ятовуванню інформації.

Показовим є аналіз рекламної кампанії «Red Bull Gives You Wings», де слоган поєднується з динамічними відео екстремальних спортсменів. Вербальний складник формує метафоричний образ енергії та «польоту», тоді як візуальний ряд підсилює його через сцени активності та екстремальних досягнень. Подібно, у рекламі Samsung Galaxy слоган «Do What You Can't» супроводжується демонстрацією інноваційних функцій смартфона, що підкреслює технологічні переваги продукту.

Сучасний англomовний медіадискурс активно використовує лексичні інновації, зокрема неологізми, такі як «binge-watch» (перегляд великої кількості серій поспіль) або «eco-conscious» (екологічно свідомий). У рекламних текстах часто застосовуються гіперболи, наприклад слоган Subway «Eat Fresh», який створює уявлення про виняткову свіжість продукції. Також поширені метафори, як-от «fuel your dreams», що надають повідомленням мотиваційного та емоційного забарвлення.⁵

У рекламних стратегіях Apple часто використовується акцент на унікальності та креативності, що виражається у слогані «Think Different» і підсилюється візуальними образами відомих особистостей, які символізують інноваційність. У соціальних кампаніях, таких як «Save the Children», застосовуються емоційно насичені зображення дітей у поєднанні з мінімалістичними текстами, що апелюють до співчуття та емпатії аудиторії.

Окремої уваги заслуговує здатність англomовного медіадискурсу адаптуватися до різних культурних контекстів. Так, у США реклама

⁴ Бацевич Ф. С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу. *Проблеми української термінології*. 2002. № 453. С. 30–34.

⁵ Волошук Ю., Жмаєва Н. Специфіка перекладу англomовних новинних текстів українською мовою (на матеріалі новинних текстів ОБСЄ). *Науковий вісник ПНПУ імені К. Д. Ушинського*. 2020. № 31. С. 164–181.

McDonald's («I'm Lovin' It») орієнтована на індивідуалізм і швидкість обслуговування, тоді як в азійських країнах акцент зміщується на сімейні цінності та спільне споживання їжі.

Аналогічно, Starbucks у США підкреслює персоналізацію послуг і свободу вибору («Order your way»), тоді як у Японії рекламні кампанії ураховують сезонність і культурні традиції, зокрема асоціації із цвітінням сакури. Netflix також адаптує маркетингові стратегії залежно від регіону: у США наголос робиться на різноманітності контенту («Something for Everyone»), а в країнах Латинської Америки – на локальних серіалах і темах, пов'язаних із сім'єю та соціальними цінностями.⁶

Дослідження таких платформ, як Instagram і YouTube, засвідчило, що сучасний медіадискурс активно функціонує у межах мультимодальних форматів. Ідеться про поєднання відео із субтитрами, інтерактивних дописів, анімаційних елементів та інших засобів візуалізації інформації. Наприклад, рекламні кампанії Nike у TikTok використовують короткі відеоролики, у яких гармонійно поєднуються музичний супровід, текстові елементи та динамічний відеоряд, що створює ефект залучення та посилює взаємодію з аудиторією.

Проведене дослідження типологічних особливостей англомовного медіадискурсу дає змогу стверджувати, що він є багатовимірним, гнучким та ефективним інструментом сучасної комунікації. Медіадискурс охоплює широкий спектр жанрів, зокрема новинні матеріали, аналітичні тексти, політичні виступи, рекламні кампанії та розважальний контент, кожен із яких має власні стильові та функціональні особливості впливу на аудиторію.

Однією з найважливіших характеристик є мультимодальність, яка проявляється в інтеграції вербальних, візуальних, аудіальних та відеокomпонентів. Такий підхід забезпечує багатоканальне подання інформації, посилює емоційний вплив і сприяє кращому запам'ятовуванню змісту повідомлень. Використання лексико-стилістичних засобів, зокрема неологізмів, метафор і гіпербол, дає змогу створювати виразні та привабливі тексти, орієнтовані на широку аудиторію.

Англомовний медіадискурс також активно застосовує стратегії переконання та емоційного впливу, що сприяє формуванню позитивних асоціацій і стимулює поведінкову реакцію реципієнтів. Завдяки здатності адаптуватися до різних культурних контекстів він ефективно функціонує у міжкультурному середовищі, використовуючи універсальні образи, символи та теми, зрозумілі глобальній аудиторії.

⁶ Шевченко Л. І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 3–12.

Суттєвий вплив на розвиток медіадискурсу мають сучасні цифрові технології, які розширюють його можливості через інтерактивність, персоналізацію та мультимодальність. Використання інструментів доповненої реальності, анімації та алгоритмів індивідуального добору контенту дає змогу медіатекстам залишатися актуальними в умовах стрімкого інформаційного потоку.⁷

Отже, англomовний медіадискурс є ключовим елементом глобальної комунікації, який постійно трансформується відповідно до сучасних викликів і технологічних змін. Отримані результати сприяють глибшому розумінню його специфіки та можуть бути використані для розроблення ефективних комунікативних стратегій у сфері медіа та міжкультурної взаємодії. Перспективним напрямом подальших досліджень є порівняльний аналіз англomовних та українськомовних медіаплатформ у лінгвістичному аспекті.

3. Лінгвістичні характеристики

Лексичний рівень англomовного новинного дискурсу вирізняється поєднанням нейтральної загальноновживаної лексики з термінами, оцінними словами та стійкими мовними кліше, що забезпечує одночасне виконання інформативної та впливової функцій медіатексту. Характерною ознакою новин є широке використання спеціалізованої термінології, зумовлене тематикою матеріалів.

У текстах часто трапляються політичні, економічні, соціальні та військові терміни, як-от *election campaign*, *ceasefire*, *inflation rate*, *humanitarian aid*, *security concerns*, що сприяє точності, однозначності викладу та відповідає принципам журналістської об'єктивності. Водночас така лексика нерідко супроводжується поясненнями або перефразуванням, щоб зробити інформацію доступною для широкої аудиторії.

Важливим компонентом лексичної організації новинних текстів є оцінні одиниці, які здебільшого мають прихований (імпліцитний) характер. Дотримуючись вимоги нейтральності, журналісти уникають відкрито емоційно забарвленої лексики, натомість використовують слова з прихованою оцінністю, зокрема *controversial*, *significant*, *dramatic*, *alarming*, а також дієслова типу *claim*, *warn*, *accuse*, *deny* і різноманітні модальні та атрибутивні конструкції. Такі засоби дають змогу формувати певне ставлення до подій або учасників без прямого вираження авторської позиції.⁸

⁷ Загнітко А. П. Основи дискурсології. Донецьк : ДонНУ, 2008. 194 с.

⁸ Красівський О. М. Термінологія англійського мас-медійного дискурсу: теоретичні та методологічні засади. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2021. Т. 32(71). № 6. С. 133–137. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-1/24>

Окрему групу лексичних засобів становлять клішовані вирази, які є типовими для новинного дискурсу. До них належать сталі словосполучення та шаблонні конструкції, наприклад *according to official sources, amid growing tensions, in a statement released on..., sources said, experts believe that...*. Вони забезпечують стандартизацію мовлення, пришвидшують створення текстів, підвищують їх упізнаваність і структурованість, а також роблять повідомлення більш передбачуваним для читача, зменшуючи індивідуалізацію авторського стилю.

Отже, лексичні особливості англomовних новинних текстів визначаються балансом між термінологічною точністю, прихованою оцінністю та стандартизованими мовними формулами. Така взаємодія забезпечує ефективне інформування аудиторії та формує певні рамки інтерпретації подій у сучасному новинному дискурсі.

Синтаксична організація англomовного новинного тексту підпорядкована завданню оперативного, чіткого й структурно впорядкованого подання інформації. Це зумовлює переважання простих та ускладнених простих речень, які забезпечують швидке сприйняття змісту та мінімізують можливі неоднозначності. Такі конструкції особливо характерні для заголовків і лідів, де інформація подається максимально стисло.⁹

Важливу роль відіграють пасивні конструкції, що дають змогу акцентувати увагу на самій події або її результаті, а не на виконавцеві дії. Використання пасивного стану сприяє створенню ефекту об'єктивності та дистанціює автора від викладеного матеріалу, що відповідає журналістським стандартам неупередженості. Поряд із цим активно застосовуються безособові та номінативні структури, які виконують інформативну функцію та зменшують рівень суб'єктивності.

Для новинних текстів також типовими є складнопідрядні речення зі з'ясувальними та означальними підрядними частинами, що дають змогу уточнювати деталі подій, розширювати контекст і доповнювати інформацію без порушення логічної цілісності тексту. Часто використовуються підрядні частини часу, причини та умови, які забезпечують чітку хронологічну та причинно-наслідкову організацію новинного повідомлення.¹⁰

Окрему функціональну роль у новинному дискурсі виконують

⁹ Омельчук Ю. О. Лексико-семантична специфіка вербалізації концепту *LIE* в медіадискурсі (на матеріалі англomовних псевдоновин). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2017. № 28. С. 129–132.

¹⁰ Matheson D. *Media discourses: analysing media texts*. London : Open University Press, 2005. 206 p.

конструкції прямої та непрямої мови, які застосовуються для відтворення висловлювань офіційних осіб, експертів або очевидців подій. Такі синтаксичні засоби мають атрибутивний характер, підвищують рівень достовірності інформації та дають змогу журналісту зберігати нейтральну позицію. Подання цитат зазвичай супроводжується типовими дієслівними маркерами, такими як *said, stated, added, claimed*, що сприяє уніфікації та стандартизації журналістського стилю.

Отже, синтаксичні особливості англomовного новинного тексту виконують не лише організаційну, а й важливу функціонально-прагматичну роль, забезпечуючи точність подання інформації, логічну послідовність викладу, об'єктивність і комунікативну ефективність медіаповідомлення. Поєднання простих і складних речень, пасивних конструкцій та цитатних форм створює характерну синтаксичну модель сучасного англomовного новинного дискурсу.

4. Жанрова специфіка

Сучасний англomовний медіадискурс характеризується значною жанровою різноманітністю, що зумовлено багатофункціональністю засобів масової комунікації та різними потребами аудиторії. Кожен жанр виконує специфічні комунікативні завдання, має власні мовні та стилістичні особливості, а також відрізняється ступенем впливу на реципієнта.

Одним із базових жанрів є новинні тексти, основною метою яких є оперативне та об'єктивне інформування про актуальні події. Вони вирізняються стислістю, стандартизованою структурою та переважанням фактологічної інформації. Аналітичні матеріали на відміну від новин містять інтерпретацію подій, авторські оцінки та узагальнення, що дає змогу глибше розкрити причини та наслідки явищ.

Окрему групу становлять інтерв'ю, які забезпечують передачу інформації через прямі висловлювання учасників подій або експертів. Для цього жанру характерне поєднання елементів усного та письмового мовлення, а також використання діалогічних структур. Репортажі, своєю чергою, відзначаються більшою експресивністю та деталізацією, оскільки передають безпосереднє спостереження журналіста за подіями.¹¹

Важливим складником сучасного медіапростору є також соціальні мережі, які формують новий тип медіажанру. Вони поєднують

¹¹ Строченко Л. В., Томчаковська Ю. О. Основні аспекти дослідження англomовної медійної термінології. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2024. № 65. С. 118–121. DOI: <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.65.25>

інформаційні, комунікативні та інтерактивні функції, даючи користувачам змогу не лише споживати, а й створювати контент. Для цього жанру характерні лаконічність, візуальна насиченість та активне використання мультимедійних засобів.

Отже, жанрова специфіка англomовного медіадискурсу полягає у його багатошаровості та функціональній диференціації, що забезпечує ефективну комунікацію з різними типами аудиторії та адаптацію інформації до різних комунікативних ситуацій.¹²

5. Маніпулятивні та прагматичні стратегії

Сучасний англomовний медіадискурс активно реалізує маніпулятивні та прагматичні стратегії, які спрямовані не лише на інформування, а й на формування певного сприйняття подій та керування інтерпретацією інформації з боку аудиторії. У цьому контексті медіатекст виступає не нейтральним відображенням реальності, а інструментом комунікативного впливу, що конструює суспільні уявлення про події, явища та соціальних акторів.¹³

Однією з базових стратегій є фреймінг (frame-формування), тобто подання інформації у межах певної інтерпретаційної моделі. Завдяки цьому один і той самий факт може набувати різного смислового навантаження залежно від того, які аспекти підкреслюються, а які залишаються поза увагою. Фреймінг реалізується через добір лексики, структуру заголовків, порядок подання фактів та акценти в тексті, що дає змогу керувати фокусом уваги реципієнта.

Важливу роль відіграють заголовки та лід-абзаци, які виконують не лише інформативну, а й виразно прагматичну функцію. Вони часто містять емоційно забарвлені або оцінні елементи, покликані привернути увагу, викликати інтерес або сформувані первинну установку на сприйняття матеріалу. У багатьох випадках саме заголовок визначає інтерпретаційний напрям усього тексту.

Поширеною є стратегія емоційного впливу, що реалізується через використання оцінної лексики, метафор, гіпербол, а також візуальних і мультимедійних засобів. Емоційна насиченість сприяє підсиленню переконливості повідомлення, активізує реакцію аудиторії та підвищує рівень запам'ятовування інформації. Особливо це характерно для

¹² Гайдук Н. А., Хоровець В. Є. Лінгвістичні особливості англomовних медійних текстів та способи їх перекладу українською мовою. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 27. Т. 1. С. 164–169. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.27.1.28>

¹³ Бацевич Ф. С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу. *Проблеми української термінології*. 2002. № 453. С. 30–34.

соціальних мереж і цифрових платформ, де візуальний компонент часто домінує над текстовим.

Окреме місце посідає стратегія інформаційної селекції, тобто свідомого відбору фактів і аспектів події. Медіа можуть акцентувати увагу на окремих деталях, водночас мінімізуючи або повністю опускаючи інші, що впливає на загальну картину сприйняття подій. Такий підхід формує певну інтерпретаційну асиметрію та може спрямовувати думку аудиторії у потрібне русло.¹⁴

Прагматичний вимір медіадискурсу полягає у його орієнтації на досягнення конкретного комунікативного ефекту. До таких ефектів належать формування громадської думки, зміна поведінкових установок, стимулювання соціальної активності або підтримка певних ідеологічних позицій. Таким чином, медіатекст виконує функцію не лише передачі інформації, а й соціального впливу та регуляції сприйняття реальності.

Отже, маніпулятивні та прагматичні стратегії є невід'ємним складником англomовного медіадискурсу. Вони забезпечують його високу ефективність як інструмента масової комунікації, водночас підкреслюючи необхідність критичного підходу до сприйняття медіаінформації у сучасному інформаційному суспільстві.

ВИСНОВКИ

У результаті проведеного аналізу можна дійти висновку, що сучасний англomовний медіадискурс є складним, багатовимірним і динамічним явищем, яке поєднує у собі мовні, соціокультурні та комунікативно-прагматичні характеристики. Він функціонує як важливий інструмент масової комунікації, що не лише інформує аудиторію, а й активно впливає на її сприйняття реальності.

Дослідження показало, що медіадискурс відзначається жанровою різноманітністю, мультимодальністю та високим рівнем адаптивності до сучасних цифрових умов. Поєднання текстових, візуальних, аудіальних і відеокomпонентів забезпечує ефективність передавання інформації та посилює її вплив на реципієнта.

Важливою рисою є також складна система мовних засобів, зокрема лексичних і синтаксичних, які забезпечують баланс між об'єктивністю подання інформації та її інтерпретаційною спрямованістю. Окрему роль відіграють маніпулятивні та прагматичні стратегії, що формують інтерпретаційні рамки сприйняття подій і впливають на громадську думку.

¹⁴ Comparing different social media platforms: a detailed insight. URL: <https://www.ocoya.com/blog/comparing-social-media-platforms> (дата звернення: 17.05.2026).

Отже, англomовний медіадискурс є не лише засобом передачі інформації, а й потужним інструментом соціального впливу, який активно бере участь у формуванні сучасної картини світу. Подальші дослідження у цій сфері є важливими для глибшого розуміння механізмів медійної комунікації та її впливу на суспільство.

АНОТАЦІЯ

У статті розглядаються особливості сучасного англomовного медіадискурсу як складного багатовимірного явища масової комунікації. Проаналізовано його лінгвістичні, жанрові та прагматичні характеристики, зокрема мультимодальність, лексико-синтаксичну організацію та використання маніпулятивних стратегій впливу.

Особливу увагу приділено функціонуванню медіатекстів у цифровому середовищі, ролі соціальних мереж та нових медіаплатформ у трансформації комунікативних практик. Визначено основні жанри медіадискурсу та їхню специфіку, а також розкрито механізми формування громадської думки через мовні та візуальні засоби.

У роботі підкреслюється міждисциплінарний характер дослідження медіадискурсу та його значення для сучасної лінгвістики. Отримані результати сприяють глибшому розумінню функціонування англomовного медіапростору та можуть бути використані в подальших наукових розвідках у сфері медіалінгвістики та комунікативних студій.

Література

1. Волощук Ю., Жмаєва Н. Специфіка перекладу англomовних новинних текстів українською мовою (на матеріалі новинних текстів ОБСЄ). *Науковий вісник ПНПУ імені К. Д. Ушинського*. 2020. № 31. С. 164–181.
2. Андрєєва І. О. Мультимодальний аналіз дискурсу: методологічна основа та перспективи напрямку. *Одеський лінгвістичний вісник*. 2016. № 7. С. 3–8. <https://doi.org/10.32837/olj.v1i7.450>
3. Шевченко Л. І. Медіалінгвістика в сучасній Україні: аналіз ситуації. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 3–12.
4. Бацевич Ф. С. Термінологія комунікативної лінгвістики: аспекти дискурсивного підходу. *Проблеми української термінології*. 2002. № 453. С. 30–34.
5. Чумак Л. М. Смысловое представление лексических неологических единиц у современных англomовных медиатекстах. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2017. № 29. Т. 2. С. 91–94.

6. Загнітко А. П. Основи дискурсології. Донецьк : ДонНУ, 2008. 194 с.
7. Красівський О.М. Термінологія англійського мас-медійного дискурсу: теоретичні та методологічні засади. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Журналістика»*. 2021. Т. 32(71). № 6. С. 133–137. DOI: <https://doi.org/10.32838/2710-4656/2021.6-1/24>
8. Куш Е., Волков В. Англомовний медіадискурс як контент функціонування фразеологізмів. *Наукові записки. Серія «Філологічні науки»*. 2018. Вип. 165. С. 360–363.
9. Омельчук Ю. О. Лексико-семантична специфіка вербалізації концепту *LIE* у медіадискурсі (на матеріалі англомовних псевдоновин). *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2017. № 28. С. 129–132.
10. Matheson D. Media discourses: analysing media texts. London : Open University Press, 2005. 206 p.
11. Гайдук Н. А., Хоровець В. Є. Лінгвістичні особливості англомовних медійних текстів та способи їх перекладу українською мовою. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. Вип. 27. Т. 1. С. 164–169. DOI: <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.27.1.28>
12. Строченко Л. В., Томчаковська Ю. О. Основні аспекти дослідження англомовної медійної термінології. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Філологія»*. 2024. № 65. С. 118–121. DOI: <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.65.25>
13. Comparing different social media platforms: a detailed insight. URL: <https://www.ocoysa.com/blog/comparing-social-media-platforms> (дата звернення: 17.05.2026).

Information about the authors:

Beznosiuk Yuliia Pavlivna,

Lecturer at the Department of Romance and Germanic Philology
and Methods of Teaching Foreign Languages
International University
33, Fontanska doroha Street, Odesa, Ukraine

Hrushetska Anastasiia Yuriivna,

Lecturer at the Department of Foreign Languages for Professional
Communication
International University
33, Fontanska doroha Street, Odesa, Ukraine