Курсова робота

на тему:

**«Функціонування мовних кліше в інтернет-виданнях»**

**ЗМІСТ**

**ВСТУП……………………………………………………………………...…3**

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ КЛІШЕ……………………………………………………………..………….…….5**

1.1. Історія дослідження мовних кліше у вітчизняній і зарубіжній лінгвістиці………………………………………………………….…………….…..5

1.2. Загальна характеристика поняття мовних кліше………..………….….9

1.3. Комунікативно-прагматичні особливості мовних кліше………….....12

**РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ КЛІШЕ В ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ…………………………………………………………….............….17**

2.1 Мовні нюанси та функції кліше в інтернет-виданнях…………...……17

2.2. Вплив електронних ЗМІ на функціонування мовних кліше в інформаційному суспільстві…………………………………………………….…22

**Додатки……………………………………………………………...……….29**

**ВИСНОВКИ…………………………………………..……………...……..30**

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…………………………..……32**

**ВСТУП**

**Актуальність теми.** До мовних кліше належать конструкції, побудовані за відповідними моделями словосполучень, зрідка речень, які функціонують переважно в інформаційних жанрах засобів масової інформації й часто відтворюються у мові. Вони виконують роль стандарту, забезпечують найповнішу інформацію й економлять мовлення. Це переважно сталі словосполучення, які актуалізуються на сучасному синхронному зрізі. Такі мовні звороти внаслідок їх крайньої необхідності для комунікації починають вживатися у функції готових формул.

Мета даної роботи – розгляд на рівні теоретичного дослідження мовних кліше в інтернет-виданнях.

**Об’єктом дослідження** є періодичні інтернет-видання як основний вид документа, який призначений для розповсюдження інформації.

**Предметом дослідження** є мовні кліше в українській мові.

**Структура та обсяг курсової роботи.** Курсова робота складається зі вступу, двох розділів, підрозділів, висновків та списку використаної джерел. Загальна кількість сторінок – 34.

**РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ МОВНИХ КЛІШЕ**

**1.1.Історія дослідження мовних кліше у вітчизняній і зарубіжній лінгвістиці**

Вивчення мовних кліше не належить сьогодні до кола найбільш розроблених проблем вітчизняного й зарубіжного мовознавства. Різні підходи до тлумачення мовної природи кліше пояснюються традиційним та інноваційним розумінням сутності цієї лінгвоодиниці. Усталеним у мовознавчій літературі є погляд на кліше як стандартизовану мовну одиницю, пов’язану передусім з процесами стандартизації та фразеологізації мови офіційно-ділового стилю. Суто клішованими одиницями вважає „ділові” вислови разом із прислів’ями, приказками, афоризмами Г.Л. Пермяков – автор загальнотеоретичної проблеми клішування мовних одиниць – та зараховує їх до одного класу одиниць, що становлять завершене речення [1]. Ділові вислови разом з усталеними відтворюваними мовними одиницями вітчизняні й зарубіжні мовознавці відносять до фразеологічних одиниць за широкого розуміння об’єкта фразеології (В.В. Виноградов, О.В. Кунін, О.Д. Райхштейн, Л.Г. Скрипник, Г.М. Удовиченко, В.Д. Ужченко та ін.).

**1.2. Загальна характеристика поняття мовних кліше**

Стандартні часто вживані слова і конструкції називають по-різному: канцеляризми, штампи, кліше. При цьому в лінгвістичній науці відсутня єдність у визначенні даних понять і їх оцінці. При формулюванні дефініції «канцеляризм» виразно виявляють два підходи. Одні дослідники називають канцеляризмами слова і звороти, властиві для різного роду ділового листування і документації, підкреслюючи їх закономірність і доречність у відповідному контексті. Інші вважають канцеляризмами готові, впізнавані слова та вирази, вжиті у щоденному живому мовленні або в художній літературі без спеціального стилістичного навантаження. На нашу думку, термін «канцеляризми» доречний тільки відносно стандартизованих, повторюваних стійких виразів, вжитих в офіційно-діловому стилі мови.

**1.3. Комунікативно-прагматичні особливості мовних кліше**

Комунікація є однією з найбільш загальних характеристик діяльності будь-якого суспільства, а отже питання дослідження комунікативних процесів у соціумі є наразі вельми актуальним. У науковій літературі існує цілий ряд думок стосовно визначення цього поняття. Власне термін «комунікація» походить від латинського слова «communicatio», що означає «передача, повідомлення, бесіда, розмова, спільність інтересів» [14 с.164].

Українські науковці під комунікацією розуміють обмін думками та інформацією у формі мовленнєвих або письмових сигналів, що є синонімом поняття спілкування [15, с.15]. Відомий дослідник у галузі комунікативних технологій Г. Г. Почепцов зазначає, що історично під комунікацією розглядався перехід від говоріння однієї особи до дій іншої, заради чого реалізується передача знань між двома автономними системами, які представляють собою двох людей [16, с. 15].

**РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗАСТОСУВАННЯ КЛІШЕ В ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯХ**

**2.1 Мовні нюанси та функції кліше в інтернет-виданнях**

Інформаційна місткість, лаконічність оперативних повідомлень в Інтернет-виданнях, вільний доступ до мережі Інтернет, скорочення останніми десятиріччями діапазону впливу друкованої публіцистики, оперативність реагування на суспільно-політичні й соціальні події в Інтернет-комунікації, фіксований обсяг знаків і символів тощо відображають широкі можливості використання кліше в мас-медійному дискурсі.

Як зауважує Н.М. Шарманова, донедавна в сучасному лінгвістичному дискурсі про кліше було прийнято говорити в розрізі стандартизації мови офіційно-ділового стилю. Поза увагою дослідників залишалися готові до вербального продукування, відтворення і сприймання мовні одиниці, які побутують не лише у спеціалізованих текстах (наукових, законодавчих, дидактичних, комп’ютерних тощо), а й у всій поліфонічній площині текстів інших типів. Віднедавна ситуація змінилася. **Увагу дослідників дедалі більше привертають готові структурно-змістові блоки в текстах мас-медіа, Інтернету, реклами.** Серед переваг уживання кліше в мас-медійних текстах називають: ефективну репрезентацію медіаподій, логізацію викладу, велика частина інформації подається її найпростішими елементами, лаконізм, місткість, економію мовних і творчих зусиль автора, економію мисленнєвих зусиль автора і читача, масовий мовний вплив тощо.

**2.2. Вплив електронних ЗМІ на функціонування мовних кліше в інформаційному суспільстві**

Мас-медійний дискурс— це та сфера професійної комунікативної діяльності, де відбивається оперативне реагування на злободенні суспільно-політичні, соціальні події та чітко простежується вплив мови ЗМІ на формування суспільних цінностей. Мова мас-медіа як від дзеркалення сучасного стану української літературної мови сприяє виробленню мовного стандарту (С. Я. Єрмоленко) \*. Однією з визначальних рис мови мас-медіа є прагнення «до логізації викладу, раціоналізму, певного стандарту, місткості» [28, с. 86].

**ДОДАТКИ**

**Таблиця 1.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Основні параметри** | **Кліше** | **Штамп** |
| Чіткість | Лаконічне, доречне, однозначне вираження думки | Неоднозначне, нечітке, розмите передавання змісту |

**ВИСНОВКИ**

Підсумовуючи вищевикладене слід зазначити:

1. У лінгвістичній та методичній літературі ми не знайшли єдиної термінології для визначення мовленнєвих кліше. Зустрічаються такі визначення даних готових одиниць мовлення, як «мовленнєві штампи», «ситуаційні кліше», «розмовні формули», «стійкі вирази» або «стійкі словосполучення», «мовленнєві кліше» та «мовленнєві штампи».

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1.Пермяков Г.Л. Основы структурной паремиологии. М. : Наука, 1988. 224 с.

2. Языкознание : Большой энциклопедический словарь / гл. ред. В.Н. Ярцева. М., 2000. 688 с.

3. Кронгауз М. А. Семантика : [учеб. для студ. лингв. фак. высш. учеб. заведений]. Москва, 1995. 208 с.

4. Баландіна Н. Ф. Функції і значення чеських прагматичних кліше в комунікативному контексті. НАН України, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. К. : АСМІ, 2002. 332 с.

5. Маккензен Л. Немецкий язык. Универсальный справочник. М.: Аквариум, ООО «Издательство АСТ-ЛТД», 1998. 592 с.

6.Баландіна Н. Ф. Функціонально-прагматичний і лінгвоментальний аналіз чеських прагматичних кліше : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.03. НАН України, Інститут української мови. К., 2003. 38 с.

7. Переходные явления в области лексики и фразеологии русского и других славянских языков. *Вторые Жуковские чтения.* Великий Новгород: Изд-во Новгородского гос. ун-та, 2001. 209 с.

8. Арнольд И.В. Основы научных исследований в лингвистике. М.: Высшая школа, 1991. 350 с.

9. Богуславський В.Ш. В защиту делового штампа. Русская речь. 1968. № 6. 120 с.

10. Сушко О.І. Фразеологія офіційно-ділового стилю. К., 2007. 268 с.

11. Ивакина Н.Н. Клише и штампы в речи юриста. *Советская юстиция*. 1990. № 2. 180 с.

12. Павлюк Л. С. Риторика, ідеологія, персуазивна комунікація. Львів: ПАІС, 2007. 168 с.

13. Яковець А. В. Телевізійна журналістика : теорія і практика. К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2009. 262 с.

14. Дворецкий И. Х. Латинско-русский словарь: более 200 000 слов и наименований. Москва, 2003. 846 с.

15. Семенюк О. А. , Паращук В. Ю. Основи теорії мовної комунікації : навчальний посібник. Київ, 2010. 240 с.

16. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации : підручник Москва, 2001. 656 с.

17. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник Київ, 2004. 344 с.

18. Рульєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент: навчальний посібник. Київ, 2011. 312 с.

19. Короткий курс лекцій з дисципліни «Теорія комунікації». URL: https://studme.com.ua/10980618/menedzhment/teoriya\_kommunikatsii.htm (дата звернення: 15.10.2020)

20. Вакуров В. Н. Стилистика газетных жанров. М.: Высшая школа, 1978. С. 33.

21. Маслова В. А. Лингвокультурология. М.: ИЦ «Академия», 2007. 208 с.

22. Алефиренко Н. Ф. Когнитивно-прагматическая фразеология как лингвистическая проблема. *SLAVENSKA FRAZEOLOGIA I PRAGMATIKA / СЛАВЯНСКАЯ ФРАЗЕОЛОГИЯ И ПРАГМАТИКА*. Uredn. Zelika Fink, Anita Hrnjak. Zagreb : KNJIGRA, 2007. S. 219-225.

23. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация. М. : Слово. Slovo, 2000. 262 с.

24. Алферов А. В. Интеракциональный дейксис как средство организации речевого взаимодействия (на материале французского языка) : автореф. дис. … д-ра филол. наук : спец. 10.02.05 / А. В. Алферов. М., 2001. 32 с.

25. Дридзе Т. М. Ассоциативный эксперимент в конкретном социологическом исследовании. Семантическая структура слова. Психологические исследования. Москва : Наука, 1971. С. 169-178.

26. Стрибижев В. В. Речевые клише в современном английском языке : метакоммуникативная функция : дис. … канд. филол. наук : 10.02.04. Тула, 2005. 191 с.

27. Третьякова Т. П. Функциональная семантика и проблема речевого стереотипа : автореф. дисс. … докт. фил. наук : спец. 10.02.04. СПб : Изд-во СПбГУ, 1998. 38 с.

28. Стшиов О. А. Українська лексика кінця XX століття : На матеріалі мови засобів масової інформації. 2-е вид. Κиїв, 2005. С. 35.

29. Єрмоленко С. Засоби масової комунікації і мовна свідомість сучасного українця. Культура слова. Вип. 79. Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2013. С. 123–125.

30. Бибик С. Колоквіалізація мови преси : нова норма чи саботаж культури спілкування. *Культура слова.* Київ : Вид. дім Дмитра Бураго, 2013. Вип. 79. С. 133–135.

31. Реклама та PR у масовоінформаційному просторі : [монографія] / за заг. ред. О. В. Александрова. Одеса : Астропринт, 2009. 400 с.

32. Копнина Г. А. Речевое манипулирование. Москва : Флинта : Наука, 2007. С. 88.

33. Руда О. Г. Мовне питання як об’єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі : [монографія]. Київ, 2012. 232 с.

34. Подшивайлова Г. М. Мовні засоби маніпулятивного впливу в політичному дискурсі (на матеріалі друкованих російськомовних ЗМІ України) : автореф. дис. ... канд. філол. наук Київ, 2009. 18 с.