

Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia. – 2016. – № 1. – S. 11-15.

2. Kedrovskiy O.I., Tsyikin V.A. Matematizatsiya nauchnogo znaniya – ob'ektivnaya zakonomernost nauchno-tehnicheskoy revolyutsii / O.I. Kedrovskiy, V.A. Tsyikin. – K.: Znanie, 1981. – 48 s.

3. Klayn M. Matematika. Poisk istiny / M. Klayn: Per. s angl. – M.: Mir, 1988. – 295 s.

4. Nalimov V.V. Veroyatnostnaya model yazyika. O sootnoshenii estestvennykh i iskusstvennykh yazyikov / V.V. Nalimov. 2-e izd., pererab. i dop. – M.: Nauka, 1979. – 304 s.

5. Chenbai N.A. Fundamentalizatsiia naukovno-tehnichnogo znannia v tekhnichnomu universyteti v informatsiinomu suspilstvi / N.A. Chenbai // Visnyk Natsionalnoho aviatsiinoho universytetu. Seriya: Filosofiia. Kulturolohiia. – 2010. – № 2. – S. 117-120.

6. Uaythed A. Izbrannyye raboty po filosofii / A. Uaythed: Per. s angl. – M.: Progress, 1990. – 390 s.

Ягодзінський С.М.

МАТЕМАТИЗАЦІЯ НАУКИ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Розглядається проблема математизації наукового пізнання. Обґрунтовується думка про те, що процес математизації став передумовою перетворення науки на безпосередню продуктивну силу індустріального суспільства. Показано, що в суспільстві знань математизація науки є умовою комплементарності наукових комунікацій.

Ключові слова: структура математики, математизація науки, науковий дискурс, методологія наукового пізнання, раціональність.

Ягодзинский С.Н.

МАТЕМАТИЗАЦИЯ НАУКИ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Рассматривается проблема математизации научного познания. Обосновывается мысль о том, что процесс математизации стал причиной превращения науки в непосредственную производительную силу индустриального общества. Показано, что в обществе знаний математизация науки является условием комплементарности научных коммуникаций.

Ключевые слова: структура математики, математизация науки, научный дискурс, методология научного познания, рациональность.

УДК 316.454 (045)

М.А. Абисова

МЕДИАДИСКУРС: ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЯЗЫКОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Аннотация. В статье рассматриваются основные лексико-семантические механизмы языкового воздействия на общественное сознание в процессе речевой деятельности в сфере массовой коммуникации.

Ключевые слова: лексическая семантика, медиадискурс, языковое воздействие.

Актуальность

Современные социальные процессы в значительной мере обусловлены их освещением средствами массовой информации. Способ подачи информации является одним из решающих факторов ее восприятия аудиторией. Стремительный рост средств массовой коммуникации и новых информационных технологий, динамичное развитие СМИ в начале XXI в. привело к созданию единого информационного пространства, особой виртуальной среды, что сказалось на процессах производства и распространения слова, особенностях речеупотребления и характере языковых изменений. Актуальность темы статьи обусловлена как возросшим масштабом языкового воздействия на общественное сознание и манипулирования массовой аудиторией, с одной стороны, так и недостаточной изученностью манипулятивных возможностей языка медиадискурса, с другой.

Постановка задания заключается в установлении и описании лексико-семантических механизмов языкового воздействия медиадискурса на общественное сознание.

Степень разработанности темы

Теоретической и методологической базой исследования в области теории медиадискурса являются работы М. Маклюэна, Н. Лумана, Д. Грейбера и др. Проблема языкового воздействия на человека исследуется представителями различных отраслей наук: психологии, социологии, философии, филологии и более частных междисциплинарных

направлений: теории коммуникации, рекламоведения, паблик-рилэйшнз и др. (Р. Блакар, Д. Болинджер, Х. Вайнрайх, С. Кара-Мурза, С. Московичи, Дж. Лакофф, Г. Шиллер, Г. Франке, Э. Нозль-Нейман, Г.С. Джоуэтт, В. О'Доннэл, Г. Почепцов, Б. Паршин, Э. Шостром, В. Москвин и другие).

Основная часть

Из множества существующих подходов к определению медиадискурса, подход, предложенный М. Фуко, кажется одним из наиболее продуктивных. По мнению М. Фуко, дискурс представляет собой одновременно особый способ видения и упорядочения действительности, реализуемый в разнообразных дискурсивных практиках, и результат в виде сложившихся правил самого этого дискурса [6, с. 30]. В нашем исследовании мы будем придерживаться определения медиадискурса как совокупности процессов и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия.

Главной функцией медиадискурса большинство исследователей считают информационную. Информация, которую передает медиадискурс, может иметь как всеобъемлющий, так и избирательный характер. Особенностью медиадискурса является то, что получатель массовой информации не сохраняет ее; она, как устная речь, действует только тогда, когда производится и воспринимается адресатом. Все тексты медиадискурса не могут восста-

навливатися одночасно, що робить їх одноразовими, однократними і невоспроизводимими.

В чистому вигляді інформаційна функція зустрічається рідко, оскільки об'єктивні, інформуючі реципієнта, значення подій реальної дійсності, часто підкоряються суб'єктивним значенням авторської позиції, надаючи то одне чи інше вплив. Як справедливо по цьому приводу зауважує Л. Ореховська, масмедіа, зокрема телебачення і Інтернет, надаючи, за допомогою соціальних і політичних міфів, інформацію в опосередкованій формі, надають вплив на світоглядні стереотипи і форми духовно-практичного освоєння світу, на установки і поведінку аудиторії [5]. Підкорення значення структури медіадискурсу суб'єктивним значенням може бути визначено як приховане мовне вплив на адресата, намірено вводячи його в заблудження відносно змісту адресанта. Крім прихованого характеру наміреностей адресанта, серед основних особливостей мовного впливу можна виділити прагнення адресанта підкорити адресата своїй волі. В залежності від цільової установки адресанта мовне вплив медіадискурсу носить позитивний або негативний заряд. Ітак, медіадискурс представляє собою сукупність процесів і продуктів мовної діяльності в сфері масової комунікації, підкорення основної мети СМІ як соціального інституту – надавати вплив на соціального адресата за допомогою його інформуючого і інтерпретації надаваної інформації.

Серед багатьох медіатекстів, щодня вироблених і поширюваних СМІ, виділяють чотири основні типи, які складають основу всього корпусу сучасної медіамови: новини, інформаційна аналітика, реклама і публіцистичні тексти.

Якщо звернутися до даних типів текстів з точки зору співвідношення в них функцій «повідомлення» і «впливу», то ближче до полюсу «повідомлення» будуть розташовані новинні тексти [2, с. 60]. Вважається, що новинні тексти найбільш повно реалізують інформативну функцію масової комунікації, а також одну з головних функцій мови – повідомлення. На рівні семантики новинні тексти характеризуються стійкою макро- і мікродією, природним чином відображаючи тематичну організацію інформаційного потоку. До стійким тематичним компонентам відносяться, наприклад, такі, як політика, економіка, бізнес, освіта, спорт, культура.

Новинні тексти мають високу ступінь культурно-ідеологічної модальності в силу насиченості описаннями конкретних реалій і артефактів, а також забарвленості ідеологічної «тональністю» як способом інтерпретації інформації, відображаючи ту або іншу систему цінностей і орієнтирів. Ідеологічна модальність може бути виражена як експліцитно з допомогою виражень оцінки і коментаря, так і імпліцитно на рівні відбору фактів і визначення новинної цінності події.

Значення новинних текстів в загальному потоці масової інформації посилюється завдяки їх високій повторюваності інформаційними агентствами, громадськими інститутами, окремими СМІ і виробності по численним каналам в величезній кількості варіантів.

Вслід за новинами на умовній шкалі «повідомлення – вплив» розташовані інформаційно-аналітичні тексти, що відрізняються від новинних обов'язковим наявністю не тільки повідомляючої, але і коментуючої, аналітичної частини. Визначаюче значення може мати не тільки інформативний, але і аналітичний компонент, вираження думки і оцінки з допомогою цілого спектра лексико-семантичних засобів (від експресивно-оцінних слів і словосполучень до метафор і порівняльних оборотів).

Далі на умовній шкалі «повідомлення – вплив» знаходяться публіцистичні тексти. До них відносяться найрізноманітніші тексти: від короткої замітки, що відображає актуальну проблематику, до розгорнутого есею, присвяченого конкретній проблемі або особі. Друковані публіцистичні матеріали характеризуються достатньо вільною структурою, а також наявністю великої кількості словосполучень з експресивними і оцінними конотаціями.

Ближче до полюсу «повідомлення – вплив» розташовані рекламні тексти. Специфічні особливості рекламних текстів зумовлені їх явною спрямованістю на вплив. Для багатьох рекламних текстів характерно наявність великої кількості словосполучень з експресивно-емоційно-оцінними конотаціями.

Центральне місце серед засобів мовного впливу займає лексична семантика як універсальний засіб кодування і декодування визначеної інформації. Серед семантичних прийомів порушення принципу об'єктивності в медійному повідомленні особливе місце займає суб'єктивна інтерпретація фактів, передвизначена особистими переконаннями і думками, а також складившимися етнічними передвизнаннями, існуючими в соціальній пам'яті адресата і адресанта. В зв'язі з цим особливий емоційний вага суб'єктивної інтерпретації надається використанням в мові конструкцій, не мотивованих системою мови.

Ефективність впливу на реципієнта досягається також за рахунок частоти використання повідомлення. Так, багато дослідників, зокрема Г. Лебон, Г. Тард, С. Московичи відзначали, що граматику переконання ґрунтується на повторі одного і того ж обороту мови, не мотивованого реальною ситуацією і мовою.

Як бачимо, найважливішим показником в визначенні ступеня і ефективності мовного впливу, виступає нормативність мовних практик і відхилення від неї (аномалії). Визначаючи абсолютні і відносні норми, не можна не відзначити, що, як і більшість норм семиотичного характеру, закономірності мовної системи несуть не жорстко детермінований, а прескриптив-

вний (конвенциональной предписательности) характер. Поэтому языковая аномалия как отклонение от правил или норм не отменяет правило или норму, поскольку может быть рационально мотивированной, коммуникативно адекватной, прагматически успешной и семантически осмысленной.

Уже в истории лингвистических учений отчетливо виден относительный и конкретно-исторический характер языковой аномалии. Так, в античном мире возникает спор «грамматиков» и «риториков» о противопоставлении «языковой нормы» и «языковой аномалии». Под «аналогией» греческие грамматики фактически понимали регулярное словообразование и словоизменение. Нарушение регулярного словообразования и словоизменения они называли «аномалией». В каждом виде речи одно и то же слово, выражающее одно и то же понятие, не обязательно изменялось по аналогии. Нередки были случаи, когда в одном речевом обиходе слово изменялось по аналогии, а в другом – по аномалии. Поскольку перед первыми грамматиками стояла задача по созданию нового общего литературного языка, нужно было решить, считать ли нормативно-правильными те языковые формы, которые следуют теоретически установленным единообразным правилам, или те, которые практически употребляются в разговорном и литературном языке. Впоследствии в средневековой грамматике эти точки зрения отбора языковых средств были объединены, дожив до наших дней как принцип «правила и исключения». В современной лингвистической традиции вопрос о языковой аномалии также трактуется в связи с диалектическим единством тенденции к стабильности существующей нормы и тенденции к обновлению языка, на первых порах принимающей вид отклонений от существующих норм.

Говоря о языковых аномалиях, большинство лингвистов при этом понимают различные как непреднамеренные, так и преднамеренные отступления от нормы на уровне формы, сочетаемости языковых единиц различных уровней. Например, возможны разного рода отклонения в фонетической реализации, в морфемной и словообразовательной структуре, в морфологической форме (колебания в роде, числе и падеже), в синтаксической структуре (немотивированные нарушения сочетаемости и пр.). Эти аномалии называют формальными, поскольку сами по себе они не ведут к искажениям смысла языковой единицы (хотя и могут вызывать определенные трудности в ее понимании).

Более широкое понимание языковых аномалий включает не только девиации в области формы, но и разного рода отклонения в плане содержания языкового знака, выступающие средством выражения особой эстетической интенции автора. В нашем исследовании нас будут интересовать семантические аномалии, то есть аномальные вербализации плана содержания языковой единицы. Сигнификат, или вербальная составляющая языкового знака, служит связующим звеном между сознанием человека и окружающим миром. Поскольку языковой знак, за небольшим исключением, немотивирован, возможен разрыв сигнификата и денотата. Именно разъединение сигнификата и денотата, являющей-

ся результатом реализации интенции говорящего, привносит в лексическую единицу новые смыслы, коннотации, изменяет ассоциативное поле слова. Ассоциативные значения слова, коннотации, могут быть внутренними (инвариантными) и внешними (вариантными). Разрыв сигнификативно-денотативной связи как основа языкового воздействия может осуществляться на всех уровнях лексического значения.

Понятие языковой аномалии как отступления от канона на различных уровнях языковой системы пересекается с понятием языковой игры, к которой относят нонсенсы, пародии, парадоксы, каламбуры, шутки, анекдоты, интертекстуальные импликации и др. В языковой игре реализуется как лингвокреативная потребность человека, так и динамизм языковой системы. Обыгрывая смысл высказывания, языковая игра носит целенаправленный, преднамеренный характер. Языковая аномалия может быть и непреднамеренной, являясь следствием недостаточной языковой компетенции.

К наиболее распространенным способам языкового воздействия на лексико-семантическом уровне относятся: синонимия, метафоризация, эвфемизация и дисфемизация, языковая дискриминация, использование заимствований и терминов, аббревиация и генерализация значения.

Одним из важнейших средств отбора языковых средств в процессе речетворчества медиадискурса является **СИНОНИМИЯ**. Подавляющее большинство слов в естественном языке являются многозначными. Описание одного и того же понятия с разных сторон возможно благодаря семантическому потенциалу лексических синонимов. Лексическая единица замещается семантически близкой, позволяя избежать тавтологии. Однако случаи употребления синонимов только в функции замещения редки, так как синонимы, заменяя лексическую единицу со схожим значением, смещают ее смысловые акценты. Таким образом, происходит совмещение функций уточнения и замещения.

В медиадискурсе могут быть выделены синонимические ряды, образующие тематические узлы в новостных блоках, объединённые общим смысловым содержанием. Тот факт, что раскрытие содержания определённого понятия реализуется в речи посредством большого количества синонимов, говорит о том, что оно занимает значительное место в сознании реципиента и картине мира данного языка. Синонимические ряды наиболее характерны для новостных статей, рассказывающих о военных и политических конфликтах, экономических кризисах и природных катаклизмах. Это объясняется тем, что наибольший эмоциональный отклик у читателя вызывают негативные события, связанные с физическим выживанием человека. Благодаря своей возможности передавать тончайшие смысловые оттенки синонимы являются уникальным инструментом описания подобных событий в рамках медиадискурса.

Часто лексические единицы являются тождественными лишь в части своих значений, а выбор слова производится из области «непересекающихся», неэквивалентных значений. Для реализации

манипуляционного языкового воздействия адресант медиадискурса в процессе номинации из синонимического ряда выбирает слово, наиболее удалённое по смыслу от семантического ядра, а также многозначное слово с минимальной синонимической эквивалентностью. Вместе с тем выбранное нейтральное слово может играть оценочную роль, поскольку может иметь коннотацию, не применимую в данном контексте, или употребление слова может противоречить его словарному определению.

Эффективным языковым средством экспрессии, рассчитанным на долговременное воздействие, является метафора. В определении Н. Арутюновой представлена точная характеристика метафоры как «тропа или механизма речи, состоящего в употреблении слова, обозначающего некоторый класс предметов, явлений и т.п., для характеристики или наименования объекта, входящего в другой класс, либо наименования другого класса объектов, аналогичного данному в каком-либо отношении. В расширительном смысле термин «метафора» применяется к любым видам употребления слов в непрямом значении» [1, с. 296]. Из этого определения видно, что неотъемлемыми характеристиками метафоры являются категориальный сдвиг и семантическая двуплановость.

В основе процесса **метафоризации** лежит ассоциативный характер человеческого мышления, который позволяет ему связывать предметы окружающего мира, подмечая сходство их признаков. Метафоризация позволяет достичь значительной экономии интеллектуальных усилий, рождая устойчивый образ, возникающий в сознании реципиента всякий раз при появлении ассоциирующегося с ним слова. Исследователи Дж. Лакофф и М. Джонсон отмечали, что для большинства людей метафора является инструментом поэтического воображения – явлением, присущим высокому языку [4]. Как всякий поэтический образ, метафора замедляет процесс её рационального осмысления реципиентом. Отсюда, смысл употребления метафоры в манипуляционных целях сводится к подмене рационального обоснования суждения иррациональным, а также аргументом к авторитету, имеющим формальные признаки выражения общеизвестного факта или непреложной истины.

Эвфемистическое переименование выражается в употреблении эмоционально нейтральных слов или выражений, употребляемых вместо слов или выражений, представляющих инициатору коммуникации нетактичными, грубыми, а также с целью моделировании восприятия реальности с позиции, выгодной для адресанта. Эвфемизмы и дисфемизмы являются противоположными полюсами на оси оценочного варьирования денотата: эвфемизм направлен на улучшение денотата, а дисфемизм – на его ухудшение. Употребление эвфемизмов и дисфемизмов часто сопровождается приёмом многократного повтора, поскольку при нагнетании определений с положительной или отрицательной коннотацией созданный образ прочнее запечатлевается в сознании реципиента.

Являясь разновидностями прагматично обусловленного номинативного варьирования, эвфемизмы

и дисфемизмы в политическом дискурсе относятся к функциональному классу агональных знаков. Агональность отличает два аспекта проявления: это борьба против «врага» с целью победы над ним и борьба за сохранение существующего положения вещей. Первый аспект реализуется в знаках вербальной агрессии, к которым и относятся дисфемизмы. С помощью этой лексики политические события и положение вещей подаются в драматическом свете как такие, которые требуют решительных действий. Целью такой речевой подачи является изменение существующего положения вещей. Эвфемизмы из-за своей прагматической специфики воплощают второй аспект агональности, при котором ситуация подаётся как нормальная, хотя и сложная, а события – как естественно развивающиеся и требующие терпения от членов общества. Стратегия использования эвфемизмов предполагает избегания указания ответственных за происходящие события.

Процесс эвфемизации, естественный для любого языка, в конце XX в. – начале XXI в. приобрел новые очертания. Речь идёт о феномене политкорректного языка, согласно нормам которого адресант находит способы языкового выражения, не задевающие чувства и достоинство индивидуума, не ущемляющие его человеческие права языковой прямолинейности в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т. п.

В поиске нейтральной лексики, адресанты нередко прибегают к **иноязычным заимствованиям**. Иноязычные слова малопонятны носителям языка-реципиента, их внутренняя форма затемнена. Они не имеют нежелательных коннотаций и воспринимаются говорящими как более престижные, следовательно, обладают способностью «улучшить» денотат лексической единицы, придать коммуникатору ореол респектабельности и вызвать уважение и доверие к источнику информации. Это можно продемонстрировать на примере названий ряда профессий. Сравнительно недавно были заимствованы слова стилист, визажист, модель, которые постепенно вытесняют такие слова, как парикмахер и манекенщица [3]. Важным стимулом для заимствования иноязычной лексики является ориентация на Запад в области экономики, политической структуры государства, культуры, моды, спорта и др. Чем больше вовлечена та или иная сфера деятельности в международное сотрудничество, тем более открыта лексика данной области вхождению иностранных лексических единиц.

Из-за ярко выраженного эффекта смягчения широко применяется произвольный процесс сокращения наименования какого-либо объекта – **аббревиация**. Аббревиатура (слоговая, инициальная и смешанного способа образования) представляет собой результат вторичной номинации, поскольку любое сокращение выступает первоначально как вариант уже существующего слова или словосочетания, и только в дальнейшем приобретает характеристики самостоятельного слова. Распространение аббревиации на основе совершенствования известных наименований или посредст-

вом применения новых способов деривации часто связывают с потребностью в номинации целого ряда возникающих явлений. Однако чаще всего создание аббревиатур принято объяснять «законом экономии речевых средств», в соответствии с которым сокращение материальной оболочки слов или словосочетаний содействует увеличению скорости их восприятия.

Аббревиации объединяют в себе основные принципы газетно-публицистического стиля: стремление к стандарту и экспрессию. Стремление к стандарту относится к форме аббревиатуры, а экспрессия связана с содержанием ее высказывания. Эмоциональной содержания аббревиатуры, как правило, достигается путем окказиональной или необычной расшифровки, сближения с обычным словом и т.д.

Огромным воздействующим эффектом обладает **генерализация значения**, что подразумевает замену нежелательных номинаций родовыми наименованиями (гиперонимами). Известно, что по общности значений слова в языке объединены в группы, микросистемы. Значение слова формируются в сетке противопоставлений данного слова другим словам этой же микросистемы. Выбирая слова в процессе коммуникации, говорящий сознательно или невольно учитывает связи слова, его сочетаемость, контекст. Любое изменение в лексическом составе языка сказывается на системных отношениях, но верно и обратное. Приобретая новое значение, слово влияет на появление подобных значений у других семантически связанных с ним слов. Гиперонимы – эмоционально нейтральные слова широкой семантики, применимыми к большому классу объектов или явлений. Такие субституты нелицеприятных для общественного сознания фактов и событий намеренно искажают истинную суть

явления за счёт создания нейтральной или даже положительной коннотации, в результате чего негативное выдается за приемлемое.

Выводы

Взаимодействие языка и общества носит взаимонаправленный характер. Языковое воздействие на общественное сознание в современном обществе осуществляется, прежде всего, средствами медиадискурса. С помощью специально отобранных лексических средств, наполненных особой семантикой и коннотативным значением осуществляется языковое воздействие, проводимое в интересах воздействующей стороны и нацеленное на побуждение реципиента к определенным действиям. Отбор лексики осуществляется через семантические механизмы синонимии, метафоризации, звфемизации, использования иноязычных заимствований, аббревиации и генерализации значения.

Список литературы

1. Арутюнова Н.Д. Метафора / Н.Д. Арутюнова // Языкознание. Большой энциклопедический словарь ; гл. ред. В.Н. Ярцева. — М. : Большая Российская энциклопедия, 1998. — С. 296.
2. Добросклонская Т.Г. Медиалингвистика : системный подход к изучению языка СМИ / Добросклонская Т.Г. — М., 2008. — 203 с.
3. Кронгауз М. Изменения в русском языке лексика, семантика и прагматика [Электронный ресурс] / М. Кронгауз // Revue Russe n°23, 2003. La Russie dans tous ses états. pp. 55-64. — Режим доступа : http://www.persee.fr/doc/AsPDF/russe_1161-0557_2003_num_23_1_2183.pdf. — Название с экрана.
4. Лакофф Д. Метафоры, которыми мы живем / Д. Лакофф, М. Джонсон. — М. : Едиториал УРСС, 2004. — 256 с.
5. Ороховская Л.А. Мифогенез в сфере медиа / Л.А. Ороховская // Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов. — Курск, 2014. — № 3 (93) — С. 132-135.
6. Фуко М. Археология знания / Фуко М. ; [пер. с фр., общ. ред. Бр. Левченко]. — К. : Ника-Центр, 1996. — 208 с. — (Серия «OPERA APARTA» ; Вып. 1).

М.А. Абисова

МЕДІАДИСКУРС: ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧНИЙ АСПЕКТ МОВНОГО ВПЛИВУ

У статті розглядаються основні лексико-семантичні механізми мовного впливу на суспільну свідомість у процесі мовленнєвої діяльності у сфері масової комунікації.

Ключові слова: лексична семантика, медіадискурс, мовний вплив

M. A. Abysova

MEDIA DISCOURSE: LEXICAL-SEMANTIC ASPECT OF LINGUISTIC IMPACT

The article deals with basic lexical-semantic mechanisms of linguistic impact on the public consciousness in the process of speech activity in the field of mass communication.

Keywords: lexical semantics, linguistic impact, media discourse.

УДК 130.2:008

О.П. Антіпова

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФІЛОСОФСЬКОГО ДИСКУРСУ В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО МЕДІАПРОСТОРУ

Національна академія внутрішніх справ

Анотація. у статті досліджено специфіку філософського дискурсу та висвітлено тенденції його розвитку в контексті сучасного медіапростору.

Ключові слова: філософський дискурс, філософія, медіапростір, мова філософії, соціокультурні чинники.

Вступ

Культурно-історичний поступ людства означений знаковими подіями, відкриттями, здійсненими в процесі пошуку способів пізнання та перетворення

світу. Ідеться, наприклад, про винайдення писемності, книгодрукування. Такою слід вважати і подію, свідками якої є сучасники, – розвиток медіа, що є платформою вияву практично всіх параметрів соці-