

**Рудюк Л.О.**

ORCID ID: 0000-0002-6394-4661

## **МОВНА ОСОБИСТІТЬ У СФЕРІ МАСМЕДІА: НАУКОВА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ТА ХАРАКТЕРНІ ОЗНАКИ**

***Анотація.** У статті зацентовано увагу на необхідності та доречності виокремлення й наукового аналізу мовної особистості у масовій комунікації як окремої досліджуваної предметності, зважаючи на стрімкий розвиток сфери масової інформації, який продукує зміну мовного ресурсу. Проаналізовано основні підходи дослідників до тлумачення поняття "мовна особистість в медіа". Здійснено спробу виокремлення основних рівнів комунікативної компетентності, характерних ознак мовної особистості у медіа, зважаючи на домінуючі тенденції розвитку сфери масової комунікації та переорієнтацію лінгвістичної парадигми у бік її інтенціонального, комунікативного та функціонального складника. У науковій інтерпретації поняття "мовна особистість в медіа" показово є акцентуація на багатонаправленості та поліструктурності, динамічності цього поняття, що характеризується знаковим співвіднесенням різних проаналізованих параметрів. Зацентовано на репрезентативних критеріях для виокремлення мовної особистості у медіа, звернено увагу на випадках, коли мовна особистість представлена як текстовими публікаціями, так і аудіо-, відеоматеріалами. Важливим у процесі становлення та функціонування мовної особистості в медіа є синкретизм екстра- й інтралінгвістичних факторів. Однією із домінуючих категорій для обґрунтування мовної особистості у медіа є медіадискурс. Розглянуто випадки, коли медіа стає платформою і платформою, де мовна особистість стає відомою та знаковою для масової аудиторії та коли мовна особистість є власне представником сфери масової комунікації. Ідіостилістика мовної особистості в медіа, унікальні звороти та стилістичний ресурс у мовленні, унормованість мовних характеристик роблять тексти та виступи мовної особистості в медіа знаковими, адже вони мають вплив на соціум, оскільки спрямовані на масову аудиторію. На прикладі медійних текстів Юлії Мостової, знакової мовної особистості в масмедіа, головного редактора видання "Дзеркало тижня" було виокремлено мовно-стилістичні особливості, домінуючі лінгвістичні маркери (зокрема, лексико-фразеологічні та синтаксичні), їх функціональне навантаження, які притаманні Ю. Мостовій як мовній особистості та роблять її тексти креативними та цікавими для реципієнтів.*

***Ключові слова:** мовна особистість в медіа, медіадискурс, масова цільова аудиторія, комунікативна компетентність.*

*Інформація про автора:* Рудюк Людмила Олександрівна – магістрант кафедри стилістики та мовної комунікації; Інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

*Електронна адреса:* rudiuk.liudmila@gmail.com

**Liudmyla O. Rudiuk**  
ORCID ID: 0000-0002-6394-4661

## LINGUISTIC PERSONALITY IN MASS MEDIA: SCIENTIFIC INTERPRETATION AND CHARACTERISTIC FEATURES

**Abstract.** *The article focuses on the necessity and appropriateness of scientific analysis of linguistic personality in mass communication as a separate subject of study, given the rapid development of mass media that produce a change in linguistic resource. In addition, the main approaches of researchers to the interpretation of the concept of "linguistic personality in media" were analyzed. An attempt was made to highlight the basic levels of communicative competence, characteristic features of the linguistic personality in media, taking into account the dominant tendencies of the development of mass communication sphere and the reorientation of the linguistic paradigm towards its intentional, communicative and functional component. In the scientific interpretation of the concept of "linguistic personality in media," the accentuation on multidimensional and polystructural dynamics of this concept, is indicative, which is characterized by the correlation of different analyzed parameters. The article focuses on representative criteria for highlighting a linguistic personality in media, attention is paid to cases where the linguistic personality is represented by both text publications and audio, video materials, and the syncretism of extra- and intralinguistic factors is important in the process of formation and functioning of the linguistic personality in media. One of the dominant categories for substantiating a linguistic personality in media is media discourse. Cases when media becomes a prism and a platform, where the linguistic personality becomes known and significant to the mass audience and when the linguistic personality is actually representative of the mass communication sphere were considered. The idiocystology of the linguistic personality in media, the unique appeal and stylistic resource in speech, the normalization of linguistic characteristics make the texts and speeches of the linguistic personality in media significant because they have an impact on the society and are aimed at mass audience. On the example of media texts of Yulia Mostova, a prominent linguistic personality in mass media, the editor-in-chief of the "Mirror of the Week" edition, linguistic and stylistic features, dominant linguistic markers (in particular, lexicophrasological and syntactic features), their functional load were analyzed, which appropriate Yulia Mostova as a linguistic personality and make her texts creative and interesting for the recipients.*

**Key words:** *linguistic personality in media, media discourse, mass target audience, communicative competence.*

**Information about the author:** *Rudiuk Liudmyla Oleksandrivna – master of the department of stylistics and language communication; Institute of philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.*

**E-mail:** *rudiuk.liudmila@gmail.com*

**Рудюк Л.А.**

ORCID ID: 0000-0002-6394-4661

## **ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ В СФЕРЕ МАСС-МЕДИА: НАУЧНАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ И ХАРАКТЕРНЫЕ ЧЕРТЫ**

**Аннотация.** *В статье акцентировано внимание на необходимости и уместности выделения и научного анализа языковой личности в массовой коммуникации как отдельной предметности, учитывая стремительное развитие сферы массовой информации, что приводит к изменению языкового ресурса. Кроме того, проанализированы основные подходы исследователей к понятию "языковая личность в медиа". Сделана попытка выделения основных уровней коммуникативной компетентности, характерных черт языковой личности в медиа, учитывая доминантные тенденции развития сферы массовой коммуникации и переориентацию лингвистической парадигмы в сторону её интенционального, коммуналного и функционального компонентов. В научной интерпретации понятия "языковая личность в медиа" показательной является акцентуация на многоаспектности и полиструктурности, динамичности этого понятия, которое характеризуется знаковым соотношением различных проанализированных параметров. В статье обращено внимание на репрезентативные условия для выделения языковой личности в медиа, акцентировано внимание на случаях, когда языковая личность представлена как текстовыми публикациями, так и аудио-, видеоматериалами. Важным в процессе становления и функционирования языковой личности в медиа является синкретизм экстра- и интралингвистических факторов. Одной из доминантных категорий для обоснования языковой личности в медиа является медиадискурс. Рассмотрены случаи, когда медиа становится призмой и платформой, где языковая личность становится известной и знаковой для массовой аудитории и когда языковая личность является собственно представителем сферы массовой коммуникации. Идиостилистика языковой личности в медиа, уникальные обороты и стилистический ресурс, нормированность речевых характеристик делают тексты и выступления языковой личности в медиа знаковыми, они влияют на социум, поскольку направлены на массовую аудиторию. На примере медийных текстов Юлии Мостовой, знаковой языковой личности в СМИ, главного редактора издания "Зеркало недели" было*

.....  
выделено языково-стилистические особенности, доминантные лингвистические маркеры (в частности, лексико-фразеологические и синтаксические), которые делают тексты Ю. Мостовой креативными и интересными для реципиентов.

**Ключевые слова:** языковая личность в медиа, медиадискурс, массовая целевая аудитория, коммуникативная компетентность.

**Информация об авторе:** магистрант кафедры стилистики и языковой коммуникации; Институт филологии; Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко.

**Электронный адрес:** rudiuk.liudmila@gmail.com

Інформаційна епоха ХХІ ст., як відомо, продукує нові тенденції в розвитку масової комунікації. Відтак, можемо говорити про появу нових комунікативних ситуацій, медіажанрів (зокрема віртуальних), Інтернет-платформ для розповсюдження інформації, що формує якісно нову та цікаву мовну особистість у масмедіа. Змінюється лінгвістика (зокрема з'являються неолінгвістичні напрями), а сучасних лінгвістів все більше цікавить мова не у статиці, а її динамічна комунікативна та функціональна системи. Дослідження мовної особистості в контексті медіа – новий аспект аналізу (див. праці В. Шелудько – дослідження мовної особистості державного службовця в масовій комунікації [11], Н. Мартиненко – ведучого радіоєфіру [8], Г. Беспамятнова – телевізійного ведучого [1], Н. Карпухіна – економіста в медіа [5], А. Кричун – політика [7] та ін.).

Зважаючи на активний вплив масмедіа на сучасне суспільство та на мову загалом (поява мовних та фразеологічних інновацій, запозичень, елементів позалітературної мови у медіатекстах, тенденція до економії мовних ресурсів та ін.) доречною та логічною є перспектива формування, виокремлення та наукового аналізу окремого типу **мовної особистості у масовій комунікації**. Про посилення ролі ЗМІ у житті суспільства та про потенційну трансформацію *людини соціальної у людину медійну* писала дослідниця О. Вартанова [3, с. 215]; дослідник О. Болотнов користується терміном *інформаційно-медійна мовна особистість* і визначає її як носія мови, формування і самореалізація якої відбуваються під

впливом нових інформаційних технологій у результаті спілкування в мережі [2, с. 52].

Мовна особистість у масмедіа, на нашу думку, є багатшаровим та поліфонічним утворенням, що мотивовано і комплексним міждисциплінарним вивченням цього поняття. Однією із домінантних категорій для обґрунтування мовної особистості у масмедіа є медіадискурс, який є певним специфічним типом мовленнєво-мисленнєвої діяльності в масмедіа і "виступає певним тлом та в якому відбиваються актуальні настрої суспільства в різних сферах діяльності – політиці, економіці, культурі" [10, с. 389]. Тому можемо стверджувати, що у медіадискурсі знаходять відображення релевантні тенденції й інших дискурсів (політичного, мистецького, економічного, наукового тощо), а ЗМІ є певним транслятором ідей та настроїв, що панують у різних сферах функціонування суспільства.

Відповідно до такого розуміння медіадискурсу мовна особистість є певним комунікативним ретранслятором в медіа.

*Розуміємо мовну особистість в медіа як всебічно розвинену, комунікативно багату та креативну, інтелектуально розвинену особистість. Це передусім представник сфери масмедіа (журналіст, телеведучий, радіоведучий, блогер, працівник у сфері PR, коментатор, кореспондент).*

Фактично медіа стає платформою, де мовна особистість стає відомою та знаковою для масової аудиторії (філософи, політики, економісти, правознавці, музиканти, художники, історики, громадські діячі, які ведуть свій блог або демонструють свою позицію в інтерв'ю у межах різних програм). Зважаючи на вищезазначену синкретичність поняття мовної особистості у масмедіа, важливим, на нашу думку, стає репрезентативність особистості в медіа: частотність представлення та появи мовної особистості у медіапросторі (регулярність та активність текстових публікацій на актуальну тематику автора, частотність виходу теле-, радіопрограм із участю особистості, інтерв'ю із актуальними думками мовної особистості у масмедіа).

Отже, основними ознаками інформаційно-медійної мовної особистості, на думку дослідника О. Болотнова, є: (1) відкритість як готовність до нової інформації; (2) багаторівневність і мозаїчність світобачення, еклектичність світосприйняття; (3) полідискурсивність; (4) індивідуалізація, самодостатність, прагнення до самопрезентації; (5) свобода вираження себе, своїх оцінок і ціннісних установок [2, с. 52-53].

На нашу думку, сучасна мовна особистість у масмедіа також має низку знакових характеристик та умов функціонування, які виокремлюють її з-поміж інших:

**(1) фахова синкретичність** (мовною особистістю у масмедіа може стати не тільки журналіст, але і професіонали інших сфер, які демонструють свою думку крізь призму ЗМІ; головним тут залишається прецедентність особистості в медіакомунікації);

**(2) публічність думок та візій** (особливо актуальним це виявляється в часи суспільно-політичних перетворень);

**(3) регулярність трансляції текстів**, що породжує мовна особистість у масмедіа, а також їх орієнтація на актуальні проблеми сучасності;

**(4) частотність появи особистості у різних теле-, радіопрограмах** (передусім це виявляється в жанрі інтерв'ю як специфічного репрезентанта мовної свідомості);

**(5) можливість представлення особистості у різних жанрах** (стаття у періодичному виданні або ж у блогосфері, інтерв'ю різних типів, коментар, stories, прямий ефір в Instagram, пост в соцмережах);

**(6) поява нових платформ для самопрезентації** (наприклад, Instagram, який породжує велику кількість блогерів, YouTube – відеоблогерів);

**(7) активність масової аудиторії щодо особистості** (коментування, обговорення, форуми, репости, статистика переглядів, кількість підписників) як показник зацікавленості та актуальності пропонованої інформації;

**(8) особливий мовний ресурс** (домінантні лінгвістичні маркери, що виокремлюють одну мовну особистість від іншої);

**(9) авторитетність та унікальне світобачення / світосприйняття особистості**, яка зможе зацікавити цільову аудиторію;

**(10) ключова роль креолізованих елементів** для ефективного та цілісного сприйняття мовної особистості у масмедіа (естетика фото та якісні відеоматеріали, аудіосупровід та ін.);

**(11) можливість привернення уваги масової аудиторії до актуальних проблем** (напр., телеведуча М. Єфросиніна миттєво відреагувала на падіння літака у Тегерані на офіційній сторінці в Instagram; журналіст Ю. Мостова так переосмислює сучасні актуальні виклики: *"...поки що коронавірус – це про владу: на голові – корона, а країною керує колонія найпростіших із високоюмовірним летальним результатом для організму, у якому вона розмістилася..."* [ДТ, 15.03.2020]<sup>4</sup>);

**(12) можливість мовної гри та "живого" спілкування із потенційним реципієнтом** (зокрема, в Instagram для підтримання активності своєї аудиторії мовні особистості у масмедіа створюють марафони, челенджі, giveaways (розігрування призів), опитування, що стають інформаційним приводом для майбутніх текстових публікацій або відеоблогів). Наприклад, телеведуча О. Фреймут у власних профілях соціальних мереж проводить багато подібних інформаційно-розважальних заходів та акцій.

Наголосимо, що ключовим у виокремленні мовної особистості залишається мовний складник (див. праці Л. Гнатюк, П. Селігея, І. Голубовської та ін.), який вирізняє одну особистість від іншої (це, передусім, лексеми-ярилки та фразеологізми, клішовані мовні одиниці, фахові одиниці-терміни, професіоналізми, специфічні синтаксичні конструкції та ін., що підкреслюють унікальність ідіостилю мовної особистості). Крім того ж зацентруємо на важливості високого рівня комунікативної компетентності мовної особистості. Дослідник Л. Крисін виділяє чотири рівні комунікативної компетентності: 1) власне лінгвістичний, тобто вміння

---

<sup>4</sup> Дзеркало тижня (тут і далі – ДТ). URL: <https://dt.ua/>

.....

висловлювати різними способами і мовними засобами певний смисл; 2) національно-культурний – володіння національно обумовленою специфікою використання мовних засобів; 3) енциклопедичний, який визначається знаннями реалій позамовної дійсності; 4) ситуативний, що включає вміння застосовувати відповідні знання та здібності відповідно до комунікативної ситуації [4, с.75].

На нашу думку, всі рівні, що виокремлює Л. Крисін, є важливими для мовної особистості у масмедіа, оскільки лінгвістично грамотні та унікальні, креативні тексти є важливими для масової аудиторії, а національно-культурний складник та актуальність комунікативної ситуації, яку коментує у різний спосіб мовна особистість у масмедіа, впливає на зацікавленість аудиторії до неї. Крім того, коли мовна особистість у масмедіа репрезентована переважно текстовими публікаціями, то важливою для її апперцепції є саме оригінальність мовного ресурсу та світоглядна позиція, яку вона вербалізує. Інша ситуація, коли мовна особистість реалізується, наприклад, через відеоконтент (є телеведучим, відеоблогером), тоді для цілісного сприйняття знаковими є і невербальні характеристики (ми вважаємо, що гармонійне поєднання лінгвального і екстралінгвального складає унікальність мовної особистості).

Дослідник В. Карасик акцентував на тому, що важливою характеристикою мовної особистості є її креативність [4, с. 15]. Так, наприклад, високим рівнем популярності серед масової аудиторії у медіадискурсі користується Ю. Мостова – знакова мовна особистість в масмедіа, головний редактор видання "Дзеркало тижня". Серед доміантних лінгвістичних маркерів (передусім лексико-фразеологічних та синтаксичних), які притаманні Ю. Мостовій як мовній особистості та роблять її тексти креативними та цікавими для реципієнтів, можемо викоремити:

### **1. Лексико-фразеологічний рівень:**

- активне вживання **термінів**, що зумовлено відповідною тематичною орієнтацією медійних текстів мовної особистості (суспільно-політична, економічна, бізнесова проблематика



вимагає точного оперування поняттями): "Причиною пильної уваги виявилася телефонна розмова від 25 липня між Володимиром Зеленським і Дональдом Трампом, що стала тригером **процедури імпичменту**, яка стартувала щодо американського президента" [ДТ, 27.09.2019]; "Але не слід забувати, що він багато зробив для Зеленського, пробивши та реалізувавши ідею **дострокових виборів парламенту**, переважантив **ЦВК**, включив турборежим у **Раді**, утримав **фракцію** від розбирання на олігархічні запчастини, сконструював із комфортних для Зеленського людей подобу системи управління" [ДТ, 02.03.2020];

- **детермінологізація**, яка виступає засобом експресивності: "Спільна група крові дозволяла нам перебувати в системі загального **донорства – ідейного, ціннісного, енергетичного**" [ДТ, 27.12.2019]; "Причому, використовуючи страхи й амбіції українських політиків, у ключки для свого **внутрішньополітичного гольфу** їх перетворювали і демократи, і республіканці"; "...Андрій Богдан виявився єдиним вокулареним персонажем, обізнаним із правилами **навігації в держбюрократії та рифами реальних інтересів** основних політичних гравців. Правда, лоцман із нього такий собі. Бо з рифами він обізнаний, але чхати на них хотів...". Уживання термінів у нетипових контекстах з метою увиразнення інформації є однією із найбільш показових ознак, що притаманні Ю. Мостовій як мовній особистості, на нашу думку, це свідчить передусім про креативне та інтелектуальне осмислення подій, ситуацій, які висвітлює мовна особистість у текстах.

- **соціолекти** (з метою наближення до масового читача): "Тому що ключовою людиною на російському й американському напрямках є Андрій Єрмак – протеже Тимура Міндіча, а з літа – й Ігоря Коломойського. Талановитий, енергійний **рішала**, який трохи випередив час". [ДТ, 27.09.2019]; "Звісно, в **"ніштяк-лідерах"** – переважно країни західної демократії, які мають високі життєві стандарти, верховенство права, демократичні свободи" [ДТ, 14.09.2019]; На нашу думку, вживання соціолектів створює експресивний ефект та полярність оцінки масової

аудиторії, оскільки паралельно функціонують лексеми із різною конотацією "талановитий" – "рішала"; "ніштяк" – "лідер".

- **фразеологізми (узуальні / традиційні):** "Він не розуміє, що, щиро відкриваючи серце і визволяючи з полону за будь-яку ціну одних, він підставляє на фронті чиесь серце під кулі тих, хто зрозумів, де в Зеленського "ахіллесова п'ята", і тому продовжує стріляти" [ДТ, 9.11.2019]; "Так, минуть роки – і класичне уявлення і про дипломатію, і про журналістику **кане в Лету**" [ДТ, 27.09.2019]; "...на кого він (В. Зеленський) запитально дивиться в очікуванні рекомендованої відповіді, довіряючи її формулювання людям тільки тому, що колись із ними **з'їв пару унцій соли**" [ДТ, 14.09.2019];

- **фразеологічні трансформації:** "Новий світ шукає емоції, але досі ще **не ними єдиними...**" [ДТ, 14.09.2019]; "В українській політиці є традиція ходити між краплями. До неї додалася – **сідати між стільцями...**" [ДТ, 27.09.2019]. На нашу думку, стилістичне забарвлення фразеологізмів корелює із емоційністю створених текстів.

## 2. Синтаксичний рівень:

- **риторичні запитання**, що імпліцитно провокують реципієнтів на роздуми: "Але хіба це чимось схоже на нашу нинішню Україну? Країну, що иматує себе зсередини? Посмуговану позиційними окопами? Країну, яка апріорі не перетравить фронт не збоку, а всередині себе?" [ДТ, 9.11.2019]; "Держави у смартфоні ще зо двоє десятиліть будуть потрібні. Питання: **в чийй кишені лежатиме цей смартфон?**" [ДТ, 14.09.2019]; "А хто виконує функцію балануючого гальма й постачальника інтелектуального палива в механізм президентського двигуна?" [ДТ, 31.05.2019]; "Поки що він зовсім неміцно стоїть на палубі, зате в такій короні, яка дряпає ступні Бога. Амбіції – це вже щось. Однак для початку – **найміть коректора на сайт президента, гарзд?**". Ампліфікація риторичних запитань спрямована, на нашу думку, на активізацію критичного сприйняття дійсності масовою аудиторією. Риторичні

запитання Ю. Мостова використовує у різних частинах медіатексту (найчастіше у заголовках та висновках).

- **модальні та прогностичні конструкції:** *"Зараз у політичному і медійному класах старожили процесу розділилися на тих, у кого досвід не залишив місця надії, і тих, у кому надія перемагає досвід. З жахом розумію, що мене зносить до других".* [ДТ, 31.05.2019]. *"Перед світом, звичайно, за цей "собачий вальс" ніяково, але якоюсь мірою зрозуміти неофіта можна".* [ДТ, 27.09.2019]; *"Кожна сторона має припинити вогонь, припекти судини, що кривавлять від розриву, розібратися в собі, пройти свій шлях. На це підуть роки. Може – десятиліття. А поки що в нас мусять знайтися сили й голови поставити в цій історії три крапки...Бетонні"* [ДТ, 9.11.2019]. Варто зазначити, що наявність прогностичних думок є досить важливою характеристикою мовної особистості в масмедіа, адже вона має можливість привернення уваги масштабної масової аудиторії до сучасних актуальних проблем, а модальні конструкції дозволяють реципієнтам декодувати особистісне ставлення мовної особистості до сучасних подій.

Отже, медійні тексти Ю. Мостової як мовної особистості у масмедіа вирізняються високим рівнем актуальності, майстерно дібраним фактажем, чіткою структуризацією текстів, унікальністю й критичністю світобачення та майстерно дібраними мовними засобами, що не тільки вдало та чітко вербалізують думки цієї мовної особистості, але і є цікавими масової аудиторії, що підтверджується численним обговоренням медіатекстів журналіста.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Беспмятнова Г. Н. Языковая личность телевизионного ведущего: автореф. дис. ... канд. фил. наук. Воронеж, 1994. 19 с.
2. Болотнов А. В. О некоторых особенностях современной информационно-медийной личности. *Вестник Томского государственного университета*. 2014. № 2 (143). С. 52–55.
3. Вартанова Е. Л. От человека социального – к человеку медийному: к вопросу о влиянии СМИ на аудиторию. *Человек как*

.....  
*субъект и объект медиапсихологии.* Москва: Издательство Московского университета, 2011. С. 199–215.

4. Карасик В.И. Языковой круг: личность, концепт, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.

5. Карпухина Н.М. Языковая личность современного экономиста. *Знание. Понимание. Умение.* Москва, 2007. Вып. 4. С. 70-74.

6. Крысин Л.П. Владение языком: лингвистический и социокультурный аспекты. *Язык – культура – этнос.* Москва: Наука, 1994. С. 66-78.

7. Кричун Ю.А. Языковая личность политического деятеля: дискурсивные характеристики: дис. ... канд. фил. наук. Краснодар, 2011. 172 с.

8. Мартыненко Н.Г. Языковая личность ведущего радиоэфира. *Вестник Якутского государственного университета. Филология. Журналистика.* 2003. Вып. 2. С. 135-139.

9. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / Л.І. Шевченко, Д.В.Дергач, Д.Ю. Сизонов ; за ред. Л.І. Шевченко. Київ : ВПЦ "Київський університет", 2014. 214 с.

10. Сизонов Д.Ю. Медіатекст та медіадискурс в сучасному медійному просторі. *Studia Linguistica.* 2013. Випуск 7. С. 389-392.

11. Шелудько В.Л. Відображення поняття "служба" у свідомості держслужбовців. *Записки з українського мовознавства.* 2018. Вип. 24. С. 85-92.

## REFERENCES

1. Bospamiatnova, G.N. (1994). *The linguistic personality of the television presenter* [Yazykovaya lichnost televizionnoho vedushcheho : avtoref. dis. ... kand. fil. nauk]. Voronezh, 19 p. [in Russian].

2. Bolotnov, A.V. (2014). *Certain Peculiarities of Modern Informational-Media Personality* [O nekotorykh osobennostiakh sovremennoy informatsyonno-medijnoj lichnosti.]. *Scientific Journal of Tomsk State Pedagogical University*, 2 (143), 52–55. [in Russian].

3. Vartanova, E.L. (2011). *From the person of the social - to the person of the media: to the question of the influence of the media on the audience* [Ot cheloveka sotsyalnoho – k cheloveku mediinomu: k voprosu o vliyanii SMI na auditoriyu]. *Human as the subject and object of media psychology.* *Moskva: Izdatelstvo Moskovskoho universiteta* , 199–215. [in Russian].

4. Karasik, V.I. (2002). *Linguistic range: personality, concept, discourse* [Yazykovoі krug: lichnost, kontsept, diskurs]. *Volhohrad: Peremena*, 477 p. [in Russian].

5. Karpukhina, N. M. (2007). *The linguistic personality of a modern economist* [Yazykovaia lichnost sovremennogo ekonomista]. *Knowledge. Understanding. Skill.*, 4, 70-74 [in Russian].

6. Krysin, L.P. (1994). *Language skills: linguistic and sociocultural aspects* [Vladieniye yazykom: lingvisticheskiy i sotsyokulturnyi aspekty]. *Language - culture – ethnos*. Moskva: Nauka, 66-78 [in Russian].

7. Krichun, Yu.A. (2011). *The linguistic personality of a politician: discursive characteristics* [Yazykovaia lichnost politicheskogo deyatelya: diskursivnyie kharakteristiki: : avto-ref. dis. ... kand. fil. nauk]. Krasnodar, 172 p.. [in Russian].

8. Martynenko N.G. (2003). *The linguistic personality of the presenter of the broadcasting* [Yazykovaya lichnost vedushchego radioefira]. *Vesnik Yakutskono gosudarstvennogo universiteta. Fylologiya. Zhurnalistika*, 2, 135-139. [in Russian].

9. *Medialinguistics : the dictionary of terms and concepts* (2014). [Medialinhvistyka : slovnyk terminiv i ponyat] / L.I. Shevchenko, D.V. Derhach, D.Yu. Syzonov / Za red. L.I. Shevchenko. Kyiv : VPC "Kyivskiy universytet" [in Ukrainian].

10. Syzonov, D.Yu. (2013). *The media text and the media discourse in a contemporary media space* [Mediatekst ta mediadyskurs v suchasnomu mediinomu prostori]. *Studia Linguistica*, 7, 389-392. [in Ukrainian].

11. Sheludko, V.L. (2018). *Reflection of the term "service" in the minds of civil servants* [Vidobrazhennia poniattia "sluzhba" u svidomosti derzhsluzhbovtiv]. *Zapysky z ukrainskoho movoznavstva*, 24, 85-92. [in Ukrainian].

**Дата надходження до редакції – 08.01.2020**

**Дата затвердження редакцією – 16.02.2020**