МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНОЇ ФІЛОЛОГІЇ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ ТА ЛІНГВОДИДАКТИКИ

Кваліфікаційна робота
магістра

на тему **ЗАСОБИ МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ У СУЧАСНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ МАС-МЕДІА**

Виконав: студент 2 курсу,
групи 8.0354-а-з
спеціальності 035 Філологія
спеціалізації 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно),
перша – англійська
освітньо-професійної програми
Мова і література (англійська)
Максимич Сергій Олександрович

Керівник к.п.н., доц. Надточій Н. О.
Рецензент к.ф.н., доц. Голуб Ю. І.

Запоріжжя – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП……. 4

РОЗДІЛ 1 ЗАКОН МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ…….……...… 8

1.1 Дія закону про економію мовних засобів на різних рівнях мовної системи ..……..…….…….…….. 8

1.1.1 Основні форми мовної економії на лексичному рівні ……..…. 10

1.1.2 Основні форми мовної економії на фонетичному рівні.…… 14

1.1.3 Основні форми мовної економії на граматичному рівні……. 16

1.2 Англомовний мас-медійний дискурс і його місце в типологічній класифікації дискурсу …….……...… 19

РОЗДІЛ 2 СИСТЕМА ЗАСОБІВ МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ В МАС-МЕДІЙНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ …….……...… 28

2.1 Аналіз якісно-кількісного складу лексичних засобів мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі ……. 28

2.2 Аналіз морфологічних засобів мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі …… 35

2.3 Аналіз синтаксичних засобів мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі …… 38

ВИСНОВКИ…….…… 48

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 51

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет іноземної філології
Кафедра англійської філології та лінгводидактики
Освітній рівень магістр
Спеціальність 035 Філологія
Спеціалізація 035.041 Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська
Освітня програма Мова і література (англійська)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____

«____»_____ 2025 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

_____МАКСИМИЧУ СЕРГІЮ ОЛЕКСАНДРОВИЧУ_____

1. Тема кваліфікаційної роботи магістра (проєкту) «Засоби мовної економії у сучасному англомовному дискурсі мас-медіа»
керівник кваліфікаційної роботи (проєкту): Надточій Н.О., к.пед.н., доцент

затверджені наказом ЗНУ від «13» березня 2025 року № 398-с

2. Строк подання студентом кваліфікаційної роботи (проєкту): 1 грудня 2025 р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи (проєкту): теоретичні розробки присвячені теорії мовної економії та засобів її досягнення

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1) здійснити огляд теоретичних джерел; 2) розглянути поняття мовної економії та форми її прояву; 3) проаналізувати засоби мовної економії на різних рівнях мови в англомовному мас-медійному дискурсі.

5. Консультанти розділів кваліфікаційної роботи (проєкту)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Вступ	Надточій Н.О., к.пед.н., доц.	15.03.2025	15.03.2025
Розділ 1	Надточій Н.О., к.пед.н., доц.	24.06.2025	24.06.2025
Розділ 2	Надточій Н.О., к.пед.н., доц.	7.09.2025	7.09.2025
Висновки	Надточій Н.О., к.пед.н., доц.	19.11.2025	19.11.2025

6. Дата видачі завдання: 15.03.2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи (проєкту)	Примітка
1.	Пошук наукових джерел з теми дослідження, їх вивчення та аналіз;	квітень 2025	виконано
2.	Добір фактичного матеріалу	травень 2025	виконано
3.	Написання вступу	червень 2025	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	липень 2025	виконано
5.	Написання практичного розділу	серпень 2025	виконано
6.	Формулювання висновків	жовтень 2025	виконано
7.	Проходження нормоконтролю	листопад 2025	виконано
8.	Одержання відгуку та рецензії	листопад 2025	виконано
9.	Захист	грудень 2025	виконано

Автор роботи несе персональну відповідальність за відсутність в роботі несанкціонованих текстових запозичень (академічного плагіату)

Магістрант _____С. О. Максимич
(підпис)

Керівник роботи (проєкту) _____Н. О. Надточій
(підпис)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____М. В. Залужна
(підпис)

РЕФЕРАТ

Дипломна робота – 50 стор., 59 джерел.

Об'єктом дослідження є мас-медійний сучасний англомовний дискурс.

Предметом дослідження слугують засоби мовної економії на лексичному, морфологічному та синтаксичному рівнях лінгвістичної системи в вищеназваному типі дискурсу сучасної англійської мови.

Мета цієї роботи полягає в комплексному виявленні та систематизації засобів мовної економії в мас-медійному англомовному дискурсі.

Теоретико-методологічні засади: наукові праці сучасного мовознавства, які розглядають питання мовної економії (М. Заботнова, В. Szymanek, О. В. Василенко, О. В. Стрельнікова).

Фактичним матеріалом для дослідження слугували статті інформаційних порталів *The Week* та *The Guardian*.

Отримані результати. Принцип мовної економії є одним із фундаментальних принципів, який здійснюється стійкими прийомами та засобами; вони виконують певні функції в певних типах дискурсу. Лінгвістичний аналіз мас-медійного дискурсу на морфологічному рівні показав активне вживання коротких форм дієслів, числівників, а також використання різноманітних простих форм дієслова, серед яких значне місце посідають майбутній і теперішній історичний час. У результаті лінгвостилістичного аналізу синтаксичних особливостей медіатекстів сучасних англомовних передовиць, були зареєстровані поширені односкладні номінативні речення, складні атрибутивні конструкції, еліптичні висловлювання та вторинно-предикативні конструкції.

Ключові слова: *абревіатура, англійська мова, дискурс, конструкція, мас-медіа, мовна економія, морфологія, речення, синтаксис, функція*

ВСТУП

Проблема переробки великих обсягів інформації в сучасному суспільстві супроводжується інформаційними перевантаженнями, що об'єктивно вимагає оновлення механізмів, які забезпечують адекватну інтерпретацію змістового наповнення та мовного оформлення великих потоків інформації.

Успішна еволюція соціуму в період глобалізації тягне за собою радикальні соціальні, політичні, економічні та технічні зміни, які знаходять відображення в сучасному лінгвістичному континуумі завдяки новим інформаційним технологіям, що постійно впроваджуються в науку про мову і чинять суттєвий вплив на її зміни як у письмовому, так і в усному форматах.

Численні дослідження у сфері лінгвістики підтверджують тезу про те, що функціонування та розвиток мови регулюється різноманітними процесами, що відбуваються в цій мові [Кочерган 2008; Sultani, Matin 2025; Щигло 2017]. Одним з універсальних принципів мовного функціонування є принцип економії. Нині інтерес лінгвістів до проблеми економії мовних засобів, як і раніше, не слабшає, проте досі не існує однозначного розуміння природи економії в мові, оскільки в різних наукових напрямах досліджуються лише окремі аспекти цього складного в лінгвістичному відношенні явища.

Це дослідження орієнтоване на вивчення закону економії мовних засобів у масмедійному типі англомовного дискурсивного простору і, тим самим, стосується обговорення актуальних проблем, пов'язаних із розвитком та функціонуванням сучасної англійської мови, яка цілком правомірно посідає позиції лідера міжкультурного спілкування в сучасному світовому комунікаційному континуумі.

Прискорені темпи та неоднозначність процесів економії мовних засобів, а також інтенсивне поповнення фонду засобів реалізації принципу економії в англійській мові видаються суттєвими факторами, які об'єктивно вимагають вивчення для створення цілісної теорії, що враховує все різноманіття

скорочених одиниць та специфіку їхньої взаємодії з іншими мовними явищами, що зумовлює безсумнівну **актуальність** цього дослідження.

Перенесення значного обсягу інформації в мобільні формати останніми роками трансформує вже сформовані форми та жанри мас-медійного дискурсу, що вимагає його додаткового всебічного аналізу для уточнення та розширення понятійної бази цього типу дискурсу та створення особливого інструментарію для детального вивчення різноманітних форм мас-медійної комунікації та способів їх взаємодії в епоху швидкісної цифровізації, що сприяє поповненню арсеналу різних засобів та способів мовної економії.

Проблемі економії мовних засобів присвячено безліч глибоких та різнопланових праць. Як теоретичну основу для розробки дослідницької схеми, що адекватно відображає еволюційні тенденції в економії мовних засобів найрізноманітніших рівнів, використовувалися роботи вітчизняних та зарубіжних учених у галузі абревіації [Макарець 2013; Керпатенко 2015; Ніколаєва 2020; Bloom 2000; Judge 2011], де скорочені лексичні одиниці розглядалися в межах лексикографічних корпусів.

Згодом з'явилися дослідження в руслі когнітивної лінгвістики [Bychkova 2020;], в яких міститься аналіз аналогічних фактів і явищ із позицій систематизації їхніх смислових складових. Найбільш повно, теоретично системно і послідовно загальні та окремі питання мовної економії висвітлюються в працях М. Заботнової [Zabotnova 2017], B. Szymanek [Szymanek 2005], О. В. Василенко [Василенко 2023], О. В. Стрельнікової [Стрельнікова 2011].

Наукова новизна дослідження полягає в системному описі різноманітних засобів та способів мовної економії, який орієнтований на виявлення та інтерпретацію екстралінгвістичних або власне лінгвістичних факторів, що забезпечують економію мовних засобів комунікації в англомовному дискурсі мас-медіа.

Об'єктом дослідження є мас-медійний сучасний англомовний дискурс.

Предметом дослідження слугують засоби мовної економії на

лексичному, морфологічному та синтаксичному рівнях лінгвістичної системи в вищеназваному типі дискурсу сучасної англійської мови.

Мета цієї роботи полягає в комплексному виявленні та систематизації засобів мовної економії в мас-медійному англомовному дискурсі.

Відповідно до мети дослідження в роботі формулюються такі **завдання**:

– обґрунтувати роль закону лінгвістичної економії на сучасному етапі розвитку науки про мову з урахуванням теоретичних аспектів явища мовної економії;

– ідентифікувати поняття дискурсу в термінах сучасної лінгвістичної науки для позначення його загальних характеристик та різновидів стосовно різних типів комунікації;

– виявити та систематизувати базові характеристики засобів реалізації мовної економії в англомовному мас-медійному дискурсі на лексичному, морфологічному та синтаксичному рівнях лінгвістичної системи.

Загальний обсяг вибірки склав 300 мовних одиниць, які були відібрані з дискурсу мас-медіа. **Матеріалом дослідження** стали 30 статей в електронному варіанті британських видань The Guardian та The Week. Емпіричний матеріал цього дослідження обмежується прикладами, розміщеними на легальних інтернет-майданчиках.

Для вирішення поставлених завдань у магістерській роботі використовувалися **методи**: дескриптивний метод, зіставний та метод систематизації, які доповнюються елементами дискурсивного аналізу та прийомами кількісної обробки фактичного матеріалу, зібраного в результаті суцільної вибірки.

Практична значущість дослідження полягає в тому, що отримані дані про засоби та способи мовної економії в англомовному дискурсі мас-медіа можуть бути використані в курсах з навчання розмовної англійської мови, у спецкурсах та семінарах з лінгвістики тексту, на заняттях з практичного курсу англійської мови, інтерпретації мас-медійного тексту.

Апробація роботи: робота пройшла апробацію на науково-практичній

студентській конференції. Результати дослідження представлено у публікації:

Максимич С. Абревіація як засіб мовної економії в сучасному англомовному освітньому просторі. *Збірник наукових праць студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених «Молода наука-2025»: у 5 т.* Запорізький національний університет. Запоріжжя : ЗНУ, 2025. Т.3. С. 201–203.

Послідовне вирішення поставлених у дослідженні завдань визначило **структуру** роботи, яка складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел.

У **вступі** визначаються об’єкт і предмет дослідження, формулюються його мета та завдання, обґрунтовується актуальність обраної теми, окреслюються наукова новизна й практичне значення роботи, коротко викладаються методи й композиційна структура дослідження.

У **першому розділі** послідовно висвітлюються теоретичні положення щодо проблематики мовної економії, подається традиційний перелік особливостей мовної економії на всіх рівнях мовної системи, коротко викладається поняття «дискурс» у термінах сучасної лінгвістичної науки, окреслюються його загальні характеристики та особливості масмедійного типу дискурсу.

У **другому розділі** виявляються та описуються мовні характеристики та склад засобів мовної економії англійської мови на лексичному, морфологічному й синтаксичному рівнях мовної системи в масмедійному дискурсі.

У **висновках** узагальнюються результати проведеного дослідження, формулюються основні висновки та визначаються можливі перспективи подальшого розвитку зазначеної лінгвістичної проблематики.

Загальна кількість сторінок 50, кількість використаних джерел 60.

РОЗДІЛ 1
ЗАКОН МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ В СУЧАСНОМУ МОВОЗНАВСТВІ

1.1 Дія закону про економію мовних засобів на різних рівнях мовної системи

У ході аналіза теоретичних джерел із зазначеної проблематики було виявлено, що вивченням явища економії в мові та мовленні активно займалися не лише наші вітчизняні мовознавці, а й європейські лінгвісти – Г. Світ, В. Вітні [Whitney; Sweet]. Так, Г. Світ відносить принцип економії в мові до визначальних у зміні мовної системи. Лінгвістичну економію він співвідносить із «синтезом діючих сил», а в поняття «економія» в його інтерпретації поряд з ліквідацією непотрібних відмінностей включається і поява нових відмінностей, що забезпечує певну стабільність [Whitney].

На думку цього вченого, мовна еволюція визначається економією, постійним протиріччям між потребами спілкування та вираження, властивими людині, та її прагненням звести до мінімуму свою розумову та фізичну діяльність.

Як випливає з робіт фахівців, що вивчають різні аспекти дії закону економії в мові, це явище не обмежується лише мовними аспектами, воно присутнє і в мовленнєвій діяльності.

У прогресивній філологічній науці сформувалося два підходи до розуміння принципу мовної економії: широкий і вузький. При «широкому підході» економним вважається будь-яке явище в мові в синхронії та діахронії, що веде до зникнення деяких форм і появи нових, а також до вдосконалення мови як засобу комунікації. «Вузький підхід» – кількісний, оскільки базується на варіативності мовних засобів, на основі якої мовні засоби замінюються найбільш економними одиницями.

Широке розуміння типове для мови як системи, а вузьке – для мовлення. Так, Ю. С. Макарець пише, що початок вивчення проблеми економії засобів мовлення було покладено у 80-х роках XX століття P. Passy, H. Sweet і O. Єсперсеном. З робіт цих учених починається системне вивчення лінгвістичної економії як найважливішого явища мовної системи та всього комунікативного універсуму [Макарець 2014].

Пояснюючи фонетичні зміни в мовленні, І. Козубай зазначає, що причиною, яка їх викликає є принцип пошуку найменшого зусилля, і що фонетичні зміни можна пояснити саме економією вимовних зусиль, а також прагненням мови звільнитися від зайвого і виділити необхідне [Козубай 2022, с. 185].

Для W. D Whitney, який розглядав явище економії на прикладі лексичних одиниць — слів, є очевидним той факт, що більше нічого не потрібно для пояснення поступової редукції форми, яка відбувається в одиницях, що складають кожну з мов [Whitney]. Така редукція спостерігається не тільки в лексично повнозначних засобах, наприклад, blackboard [`blækbɔːd], але й службових (*shall not → shan't, will not → won't*). Будучи, по суті, деструктивною, тенденція до економії є при цьому і творчою, як стверджує W. D. Whitney. Її дія починається з утворення тих самих форм, які вона згодом повинна буде «спотворити і зносити» (to mutilate and to wear out). У разі, якби ця тенденція не мала місця, то складні слова та ускладнені фрази так і залишалися б незмінними [Whitney].

Дацький лінгвіст О. Єсперсен висунув і описав ряд напрямів, в яких реалізується економія як мовленнєва, так і мовна. Економію мовлення цей мовознавець пов'язує з «теорією прогресу». На його думку, прогресивним можна вважати будь-яке спрощення і будь-яку ліквідацію колишніх зайвих відмінностей, внаслідок чого поступовий розвиток англійської мови від флексій до аналітизму розуміється ним також як прогресивний процес [цит.за: Курінна].

Слід зазначити, що нині дослідження лінгвістичної економії реалізується

на всіх рівнях мовної системи, а не обмежується тільки фонетикою, як це було раніше. Сьогодні дослідницькі схеми, що передбачають узагальнення найрізноманітніших аспектів оформлення мовних і мовленнєвих одиниць, поширюються не тільки на фонетику, морфологію, а їхній науковий фокус переміщується на лексичний і граматичний рівні, де найбільш активно актуалізується комунікативна функція.

На основі проведеного огляду випливає висновок, що явище економії зумовлене функціональними потребами мови, але «матеріальне» втілення економії реалізується в мовленні. Саме з цих причин це дослідження орієнтоване на виявлення та систематизацію маркерів дії закону економії мовних засобів в умовах поєднання власне мовних та дискурсивних параметрів.

1.1.1 Основні форми економії на лексичному рівні мовної системи. На лексичному рівні мовної системи мовна економія реалізується насамперед завдяки абревіації та полісемії. Абревіація – це складне, багатогранне явище. Причину поширення абревіатур пов'язують з появою складних денотатів, що вимагають для свого позначення більш об'ємних мовних одиниць, до яких традиційно належать словосполучення. Як правило, абревіатура використовується в процесі комунікації для більш економного вираження думки та усунення зайвої інформації. При передачі інформації в абревіатурах кількість знаків менша, ніж у вихідних одиницях. Це дозволяє розглядати абревіацію як один із способів оптимізації мовленнєвого повідомлення. При цьому актуальність абревіатури залежить від потреби в найменуванні нових понять і об'єктів.

Вже у II-III століттях до н.е. стародавні грецькі граматики та риторики використовували термін *élleipsis*, який означає «пропуск або упущення». Згідно з прийнятою думкою, саме стародавні греки першими звернули увагу на можливість використання еліптичних слів як мовного засобу впливу на адресата мовлення і розрізняли два види еліпсису: риторичний і граматичний [Клименко 2008, с. 12].

Найдревнішою групою абревіатур в англійській мові є латинські скорочення. Їхня особливість полягає в тому, що найчастіше вони вимовляються як їхні англійські еквіваленти: *N. B. (nota bene)* — «зверни увагу», «запам'ятай добре»; *a.m. (лат. ante meridiem)* — «до полудня»; *D.O.M. (лат. Deo, optimo, maximo)* — «Богу, найкращому, найвеличнішому» — цю абревіатуру часто можна зустріти на фасадах багатьох католицьких церков та склепів. Поява цього типу словотворення в англійській мові традиційно пов'язують з XV століттям, коли було введено друкарство. Англійська мова отримала стимул до подальшого розвитку, оскільки у зв'язку з оновленнями розширюються знання в орфографії, а також у зв'язку зі змінами у вимові та граматиці [Sweetchields 2022, p. 8].

За словами A. Honkapohja та I. Marcus, абревіатури мають розмовний характер і вперше були представлені в комедіях В. Шекспіра. У ході вивчення проблеми розвитку розмовної мови в роботах цього автора акцентується увага на процесах скорочення слів, які розглядаються як одна з характерних рис розмовної мови XX століття, що пояснюється тенденцією до мовної економії, яка знаходить відображення в плавному переході до моносилабізму, прагненні до максимального спрощення і розкутості розмовної літературної мови XX ст. [Honkapohja 2023].

Отже, функція абревіації в процесі комунікації полягає в більш економному вираженні думки та усуненні надмірності інформації. За допомогою абревіатур інформація передається меншою кількістю знаків, тому «ємність» кожного знака більша, ніж у відповідних вихідних одиницях, що призводить до розгляду абревіатури як одного з видів оптимізації мовлення. Актуальність абревіатури визначається необхідністю позначення нових понять і об'єктів. Зручність використання абревіатур полягає у створенні надзвичайно економічних і семантично ємних номінативних мовних одиниць [Volkova, Pelyak 2023, p. 9].

Поняття абревіації, будучи, на перший погляд, досить простим явищем, отримує різноманітне тлумачення, оскільки вчені досліджують різне коло

проблем, а універсальної теорії абревіації, як і універсального визначення цього лінгвістичного поняття, на сьогоднішній момент не виявлено.

Так, О. О. Селіванова в «Лінгвістичній енциклопедії» надає наступне визначення терміну «абревіатура»: звичайно іменник, творений шляхом скорочення простого слова або компонентів складного слова чи елементів твірної сполуки до рівня звуків, букв, складів чи інших фрагментів слів. Вона підкреслює, що питання віднесення абревіатур телескопізмів та про статус слів – абревіатур (як окремих слів, результатів лексикалізації, або як дублетів, варіантів роізгорнутих сполук зі спільним значенням) ще не вирішено [Селіванова 2011, с. 6].

Р. Микульчик, розглядаючи особливості абревіатур в українській мові, надає достатньо вузьке визначення цьому поняттю: абревіатури – це складноскорочені слова, утворені скороченням основи або початкових частин слів, що функціонують як самостійні лексичні одиниці (наприклад, ЗНО, НЛО) [Микульчик 2005, с. 4].

В аспекті письмової комунікації абревіація розглядається як графічний прийом економії мовних зусиль. Вона поділяється на: лексичні скорочення (які стають новими словами – АКСМ) та графічні скорочення (які лише скорочують написання, але читаються повністю – м. Київ, та ін.) [Українська мова 2019, с. 267].

Безумовно, сучасні технології особливо сильно впливають на мову і культуру в сучасному світі, що проявляється насамперед у постійній міжкультурній взаємодії в глобальних масштабах. Для зручності спілкування та легкості сприйняття в текстах електронних публікацій набули широкого поширення такі елементи письмової культури, як смайлики, акроніми, абревіатури.

Прискорений темп життя, збільшення масштабів міжкультурної інтернет-комунікації сприяли масовому поширенню абревіації в багатьох мовах, включаючи загальновизнану мову міжнародного спілкування, якою по праву вважається англійська мова. Тенденція до економії мовних зусиль у

сучасній англійській мові підтверджується тим, що скорочення та абревіація є найбільш продуктивними та регулярними способами утворення численних неологізмів.

Серед неологізмів відзначається тенденція до збільшення телескопічних одиниць, що характеризуються зміною порядку складових на відміну від абревіації, члени якої піддаються усіченню, але зберігають порядок слідування, типовий для вихідної одиниці [Маслова 2025, с. 70].

У сучасний період розвитку англійської мови серед телескопічних одиниць найбільш продуктивним є тип фінального усічення першого компонента: *autocide (automobile + suicide); Brexit (Britain + exit)*. Найбільшу кількість сучасних новоутворень дає афіксація (*This one's biggie* - важлива персона), словоскладання (*worldwide; pieceloving*) та конверсія (*He thumbed (от сущ. a thumb) through the book*) [Gries 2004].

Слід зазначити той факт, що для людини абсолютно природно використовувати слово в кількох значеннях, тому що людський мозок має феноменальну здатність зберігати неймовірно велику кількість інформації. Насправді безліч значень зберігається в нашій свідомості, а за необхідності людський мозок починає відновлювати той момент реальності, з яким пов'язаний той чи інший смисл. Таким чином, різні соціально-історичні процеси сприяють розвитку полісемії [Mustafa 2015, с. 262].

Згідно зі спостереженнями М. П. Кочерган, природні мови не можуть не розвивати багатозначності своїх одиниць, оскільки при їх обмеженій кількості багатозначність дозволяє виражати набагато більше число значень, домагаючись тим самим актуалізації закону економії в мові. На його думку, полісемія є складовою властивістю природних мов [Кочерган 2008, с. 67].

Феномен полісемії англійських слів - дуже цікавий лінгвістичний момент, насамперед тому, що він найкращим чином демонструє все багатство, розмаїття та складність англійської мови, він також показує нам історію її розвитку та формування. Отже, полісемія відіграє велику роль у збагаченні лексичного складу мови, будучи одним із найбільш економних способів його

поповнень.

1.1.2 Основні форми мовної економії на фонетичному рівні. Фонетичні зміни мають місце в усній формі мовлення, а мовленнєва діяльність вельми варіативна за своєю суттю, оскільки традиційно вимова знаходить відображення в мовленні представників різних верств суспільства, що відрізняються рівнями освіти, виховання та ступенем нормативності їхнього мовлення. Більше того, у різних ситуаціях спілкування використовуються різні мовні засоби, підтвердження чому виявляється на фонетичному рівні, де найбільш виразно присутня лінгвістична компресія.

Вимова завжди змінюється, саме тому вона не може бути жорстко фіксованою. Фонетичні зміни яскраво характеризують мовлення в епоху діджиталізації суспільства. Підвищився темп мовлення. Посилилася звукова редукція, з розквітом електронних форматів ЗМІ прийшли фонетичні явища, які раніше характеризували лише ті чи інші діалекти, а не публічне, не загальнолітературне мовлення. При вимові слів і фраз «викидаються» звуки і цілі склади. Як наслідок, на фонетичному рівні принцип лінгвістичної економії реалізується за допомогою асиміляції, якісної та кількісної редукції, елізії та епентези.

Ці питання знайшли відображення в працях таких відомих фонетистів, як Д. Джоунз, А. С. Гімсон, Дж. Браун та інших [Gimson 1980; Jones 1966; Brown 2007].

Одним із проявів лінгвістичної економії в сучасній англійській мові на фонетичному рівні є асиміляція. У «Лінгвістичній енциклопедії» за ред. О. О. Селіванової наводиться таке визначення асиміляції: «Асиміляція – фонетичне явище, артикуляційне уподобнення звуків один одному в межах слова чи синтагми….. В англійській мові асиміляція за дзвінкістю / глухістю та за місцем і способом творення простежується або у сполученнях слів на стику (she, he), або в іменникових закінченнях множини чи дієслівних закінченнях третьої особи Present Indefinite (dogs, reads). Асимілятивні фонетичні перетворення відбуваються й у процесі еволюції мови і впливають

на графічний вигляд слів» [Селіванова 2011, с. 42].

Наведемо приклади можливих асиміляцій у сучасному англійському мовленні: *good moning [gum moniN], wouldn't [wunnt], take care [teɪˈkɛð]*. Ю. С. Макарець вважає, що такі уподібнення звуків є результатом пристосування наших органів мовлення, як наслідок, такі видозміни ведуть до скорочення часу та енергії, що витрачаються на їх вимову, що, безсумнівно, є результатом прояву принципу економії зусиль [Макарець 2014, с. 123].

Автор вказує на те, що деякі випадки асиміляції вже набули статусу літературного стандарту, наприклад, вираз *used to [ju:st tu]*, який у разі вимови [*ju:zd tu*] вважається помилкою. Такі асиміляції обов'язкові, оскільки вони з'являються в мовленні всіх мовців даною мовою незалежно від того, який стиль мовлення використовується, і вони включені у вимовну базу, а, отже, повинні засвоюватися при оволодінні розмовним мовленням. В іншому випадку може з'явитися іноземний акцент, що ускладнює взаєморозуміння партнерів по комунікації [Fayzullayeva 2024].

На думку Д. Джоунза, всі види ослаблення голосних називаються редукцією. Вчений виділяє кількісну редукцію (скорочення довготи) та якісну, за якої в ненаголошеному положенні виявляється набагато менше число звуків, причому вже іншої якості, ніж у наголошеному [Jones 1966, с. 150]. В англійській мові тривалість голосних залежить від характеру приголосних, що йдуть за ними. Наголошені голосні виявляють помітну тенденцію до скорочення довготи приголосними: *seed [si:d], seat [si:t]* [Jones 1966, с. 152].

«Елізія» – випадання звуків або нульова редукція є останнім ступенем процесу редукції. В. В. Єлькін вважає, що випадання окремих звуків можна розглядати і як крайній випадок асиміляції, при якому один звук повністю поглинається іншим і таким чином втрачається [цит. за: Дьячок].

Інтернет-комунікація це, насамперед, використання зорового сприйняття повідомлення. Багато користувачів мережі не можуть зрозуміти інтонацію співрозмовника, але це може бути виправлено різними прийомами. Такі прийоми включають використання виключно великих літер у слові, що дає

можливість змоделювати підвищення голосу [Сидорук 2016, с. 193]. Крім того, інший прийом використовується для вираження певного емоційного стану користувача, а саме, багато користувачів Інтернету вдаються до збільшення кількості деяких літер, що сприяє певному тонуванню тексту. Наприклад, *heeeeelp me; cooool; soooooo*.

Розглянуті вище види фонетичних процесів є прикладами мовної економії, і вони можуть розглядатися як один із проявів «закону найменших зусиль».

1.1.3. Основні форми економії на граматичному рівні. Огляд існуючих наукових робіт з питань граматичних перетворень в англійській мові, зафіксованих з кінця минулого століття до теперішнього часу, підтверджує виникнення ряду змін в англійській граматиці. У сучасному розмовному мовленні чітко проявляється тенденція до нехтування граматикою. Це також властиво й інтерактивному спілкуванню. Користувачі часто спрощують речення, використовуючи тільки часи групи Simple, а також нерідко порушують порядок слів у реченні, що є жорстким правилом стандартної англійської мови [Kotenko 2022, с. 40].

Як відомо, в англійській мові аналітичні форми дієслова часто бувають багатокомпонентними, включаючи від одного до чотирьох слів, наприклад: *The letter is being written at the moment або It will have been posted by tomorrow*. Для розмовного мовлення такі форми не характерні, у процесі розмовного спілкування комуніканти прагнуть до відбору більш лаконічних засобів – це дієслова в *Present* або *Past Simple*, наприклад: *Just because you've got no taste it doesn't mean we all have to follow suit. Stanley gives Louise a look which silences her then turns to Clive. I had a teacher at school who told me once that I was a mistress of self- reinvention.*

На морфологічному рівні дослідники сучасної англійської розмовної мови відзначають її займенниковий характер, оскільки активно вживаються майже всі розряди займенників, за допомогою яких співрозмовники позначають один одного, обговорювані предмети, ставлять запитання,

вказують на предмети: *If you're very nice to her I dare say she'll give you a photograph of herself when you go* [цит.за: Василенко 2023].

До морфологічних засобів мовної економії, застосовних до англійської мови, належать: закінчення присвійного відмінка *–'s*, закінчення множини іменників *–s*, закінчення дієслова. Їх додавання знижує до рівня слів словосполучення та речення і підвищує до рівня слова морфи [Коцубай 2022, с. 185].

Можливості компресії проявляються найбільш повно на синтаксичному рівні: тут має місце опущення деяких елементів синтаксичної структури, використання стислих синтаксичних конструкцій замість розгорнутих або ланцюжка препозитивних означень замість означального підрядного речення, у використанні займенників, здатних узагальнювати зміст цілого речення: *We'll have no classes tomorrow. Oh, I didn't know about* it [Collins 2001, с. 48].

Також на синтаксичному рівні можна помітити відсутність розділових знаків або великих літер. Нерідко інтернет-користувачі не використовують крапки в кінці або коми в складних реченнях. Порушення морфологічних норм в інтерактивному середовищі полягає в неправильному вживанні прийменників, артиклів, помилковому узгодженні підмета і присудка, використанні не всіх часових форм дієслів [Іваницька 2025, с. 135].

Синтаксис представляє рівень мовної системи, на якому здійснюється процес спілкування, створюються зв'язні тексти. У процесі комунікації мовленнєва єдність створюється зв'язком речень, де має місце різний семантико-синтаксичний зв'язок речень, де мають місце специфічні структури. Йдеться про еліптичні висловлювання, які також сприяють мовній економії.

У «Лінгвістичній енциклопедії» дається таке визначення еліпсису: «Еліпсис — це вияв мовної економії або стилістична фігура, що грунтується на вилученні з речення структурно необхідного компонента з метою надати тексту більшої виразності, динамічності, уникнути повторень» [Селіванова 2011, с. 150].

Л. А. Самборук до засобів компресії на синтаксичному рівні відносить

використання односкладних і неповних речень, умовчання, значущу відсутність артикля. У розділах, що стосуються наукового та мас-медійного дискурсів, як засоби компресії автор називає атрибутивні ланцюжки; широке вживання іменних груп; опущення особової форми дієслова *to be*. Автор зазначає, що для англійської мови ЗМІ, де опущення цих форм стало нормою, їх поява оцінюється як особливий стилістичний прийом [Samboruk 2020, с. 592].

В англійській мові з метою мовної економії активно використовуються дієслівні репрезентанти, здатні у формі одного слова представляти фрагменти висловлених раніше висловлювань — це допоміжні дієслова (*to be, shall, will, have*), модальні дієслова (*can, must, should, would* та ін.), інфінітивна частка to та заперечна частка *not*:

I'm afraid, I won't be able to come to your birthday party. Oh, but you must;

You are a silly girl! I'm not;

Will you have a cup of tea with a piece of cake? I'd be delighted to [Yemelyanova].

О. В. Василенко відзначає компактність структури при використанні еліптичних висловлювань, яка проявляється за рахунок збільшення семантичного навантаження на кожен елемент. У повноскладних реченнях кожен елемент несе певний обсяг інформації, тоді як в еліптичних висловлюваннях опущення одного або декількох елементів веде до перерозподілу інформації на елементи, що залишилися. Наприклад: *Where are you going? To town* [Василенко 2023, с. 102].

Синтаксичній економії сприяють і вторинно-предикативні конструкції, побудовані на основі неособових форм дієслова і здатні «згортати» підрядні речення: *I insist on your coming* (замість: *I insist that you should come*.). Інфінітивні, дієприкметникові та герундіальні конструкції здійснюють компресію різних видів підрядних речень:

Bernie Sanders told supporters to take the necessary measures and to knock off the violence [The Week].

Автор теоретичної граматики англійської мови зазначає, що в таких конструкціях елементи за своїми відношеннями нагадують підмет і присудок, але відрізняються від них за формою: аналог підмета може, наприклад, бути виражений займенником в об'єктному відмінку, аналог присудка зазвичай виражений неособовою формою дієслова, рідше – бездієслівним способом [Харитонов 2008, с. 137]. Такі конструкції в англійській мові характеризуються багатством свого якісного складу і використовуються у досліджуваному нами виді дискурсу.

Отже, різним рівням англійської мови властиві різноманітні способи реалізації закону економії мовних одиниць, що підтверджує універсальний характер цього явища, з одного боку, а з іншого, - передбачає можливість нерівномірного його розподілу в текстовому просторі залежно від його функціонально-стильового регістру.

1.2 Англомовний мас-медійний дискурс і його місце в типологічній класифікації дискурсу

Визначеня поняття «дискурс» є неоднозначним і значною мірою варіюється в залежності від намірів да завдань науковця. На сьогоднішній момент виділяється три ключові підходи до визначення дискурсу – структурний, функціональний і тематичний. Структурний підхід демонструє відмінність між такими найважливішими поняттями як текст, медіатекст і медіадискурс, де текст визначається як повідомлення, медіатекст – це повідомлення і канал передачі, а медіадискурс – це повідомлення в сукупності з компонентами комунікації [Хорошун].

Згідно з функціональним підходом, основним критерієм визначення дискурсу є зв'язок між мововживанням і різними сферами людської діяльності, що обумовлюють особливості мовленнєвої комунікації. Отже, з позицій

функціонального підходу медіадискурс є сукупністю текстів, які функціонують у сфері масової комунікації. Тематичний підхід до визначення дискурсу настільки ж важливий, оскільки він сприяє розподілу текстів писемного та усного мовлення навколо конкретних суспільно-значущих тем, що опиняються в той чи інший момент у центрі уваги, наприклад, фашизм, корупція, забруднення навколишнього середовища. У сучасному англомовному мовленні досить популярні такі словосполучення, як *political discourse, corruption discourse, environmental discourse*.

О. О. Селіванова, узагальнюючи існючи підходи до визначення дискурсу, надає наступну дефініцію:

1) зв'язний тексту контексті численних супровідних фонових чинників – онтологічних, соціокультурних, психологічних тощо; текст, занирений у життя;

2) замкнена цілісна комунікативна ситуація, складниками якої є комуніканти й текст як знаковий посередник…..;

3) стиль, підмова мовного спілкування;

4) зразок мовної поведінки в певній соціальній сфері, що має відповідний набір змінних [Селіванова 2011, с. 120].

Англомовний мас-медійний дискурс є одним із найбільш рухливих типів інституційного дискурсу, що динамічно розвиваються. З розвитком глобальної мережі та появою віртуального дискурсу з його специфічними характеристиками стало можливим говорити про утворення такого комплексного явища як мас-медійний дискурс, який представлений різними мовленнєвими жанрами.

У наші дні значущість мас-медійного дискурсу не викликає сумнівів. Засоби масової інформації відіграють провідну роль у формуванні соціальної реальності, як у висвітленні діяльності органів влади, так і у створенні системи зворотного зв'язку, моніторингу громадської думки та суспільних настроїв. В даний час будь-яка діяльність пов'язана з отриманням, зберіганням, переробкою інформації, її обміном. Неможливо не погодитися з думкою Х.

Фостера, який безпосередньо пов'язує вік інформації та важливість мас-медійного дискурсу як необхідної складової сучасного соціуму [Foster 2021].

Останнім часом дослідження мови у сфері мас-медіа динамічно розвиваються як на платформі медіалінгвістики, що вивчає мовленнєву специфіку масової комунікації, так і на базі інших гуманітарних наук, що, безсумнівно, сприяє формуванню нових підходів та класифікацій. Вчені-лінгвісти, які займаються цим типом дискурсу, позначають його такими термінами: медіадискурс [Сизонов], мас-медійний дискурс [Поліщук; Бошков 2022], дискурс ЗМІ, дискурс мас-медіа, медіальний дискурс, медіа-дискурс [Хорошун], масово-інформаційний [Карпенко 2018] та ін.

У нашій роботі ми зупинилися на визначенні «мас-медійний дискурс» внаслідок того, що робота проводиться на матеріалі англомовних ЗМІ. Визначення медіадискурсу ґрунтується безпосередньо на загальному розумінні дискурсу, багато трактувань якого лише підкреслюють його складний і багатогранний характер. Дискурс представлений Т. ван Дейком як багатовимірне соціальне явище, яке одночасно є і лінгвістичним (вербальним, граматичним) об'єктом (змістові послідовності, слова або речення), і дією (наприклад, заява або погроза), і формою соціальної взаємодії (спілкування), і соціальною практикою (наприклад, лекція), і т.ін. Іншими словами, відносно повне «визначення» дискурсу має бути складене з багатьох інших фундаментальних понять, які також вимагають визначення і теоретичних вихідних передумов (таких як смисл, взаємодія та пізнання) [van Dijk 2008].

У роботі Ю. В. Карпенко «Газетний дискурс як тип масово-інформаційного дискурсу» вказується, що найважливішим компонентом поняття дискурсу є комплексний підхід до аналізу мовленнєвої діяльності суспільства та особистості. У такому разі дискурс слід розуміти як багатогранне явище комунікації, що включає в себе всю сукупність екстралінгвістичних факторів, які супроводжують процес комунікації. Під цими факторами можна розуміти відправника і одержувача повідомлення, соціальний контекст комунікації, а також специфіку виробництва, поширення,

сприйняття інформації, і присутнє при цьому культурно-ідеологічне тло [Карпенко 2018, с. 40].

Існує кілька визначень поняття «мас-медійний дискурс», оскільки кожен учений, який працює в даній сфері, по-різному трактує елементи дискурсу і важливість цих елементів для функціонування системи засобів масової інформації. Для багатьох дослідників мас-медійний дискурс – це, перш за все, текст. А. В. Бошков надає особливого значення соціокультурній насиченості даного дискурсу, вважаючи, що мас-медійний дискурс – це зв'язний, вербальний або невербальний, усний або письмовий текст у сукупності з прагматичними, соціокультурними, психологічними та іншими факторами, виражений засобами масової комунікації, взятий у подієвому аспекті, що являє собою дію, бере участь у соціокультурній взаємодії і відображає механізм свідомості комунікантів [Бошков 2022, с. 172].

Деякі вчені розглядають мас-медійний дискурс як сукупність медіатекстів. Важливими особливостями дискурсу мас-медіа, на думку ряду авторитетних учених, є соціальна оцінність та відкритість позиції автора, оскільки його метою є активний вплив на суспільну свідомість і зміна її за допомогою формування позитивної або негативної соціальної думки щодо певних моментів життя людей [Поліщук; Samboruk 2020; Saidov 2024].

Дані характеристики мас-медійного дискурсу властиві також специфіці функціонального стилю, що його обслуговує, екстралінгвістичною основою якого є політико-ідеологічна діяльність. Згідно з Т. А. ван Дейком, «дискурс – це істотна складова соціокультурної взаємодії, характерні риси якої – інтереси, цілі та стилі» [Dijk 2008].

Видається, що наведені вище визначення взаємодоповнюють одне одного. Мас-медійний дискурс — це багатогранне і неоднозначне поняття, що охоплює різні лінгвістичні аспекти. Можна стверджувати, що цей термін близький до поняття «текст», але носить динамічний характер мовленнєвої комунікації.

Для аналізу мас-медійного дискурсу на предмет засобів мовної економії

нами обрані конкретні тексти – продукти функціонування масової комунікації, до того ж сам процес мовленнєвої діяльності є важливою умовою дослідження, розкриваючи вибір тих чи інших мовних одиниць, а також перетворюючи саму тему, розкриту в певних когнітивних фреймах.

Крім елементів мас-медійного дискурсу, що згадуються в дефініціях цього терміна, існують деякі характеристики цього феномена, наявність яких визначає його специфічність. R. D. Wimmer називає цінними такі параметри: достовірність, оперативність, своєчасність, релевантність і фактична точність, відзначаючи важливість категорій інформативності та інтерпретативності, з одного боку, і суб'єктивності та об'єктивності викладу, – з іншого [Wimmer 2011].

Безсумнівно, дані характеристики є результатом відрегульованого часом інституту обміну інформацією, безпосередньо пов'язаним з технологічною глобалізацією, з політичними та економічними питаннями, а також з питаннями міжнародної взаємодії. Завдяки цьому мас-медійний дискурс є як масово орієнтованим на широку громадськість, так і індивідуально орієнтованим на читача.

Розглядаючи інформативність як одну з основних якостей мас-медійного дискурсу, важливо відзначити види самої інформації: предметно-логічна інформація, де акцент зосереджений на фактах і донесенні їх до адресата, і прагматична інформація; експліцитна та імпліцитна інформація. До експліцитних належать такі твердження, зміст яких можна встановити з поверхневої форми висловлювання, не проводячи додаткових смислових перетворень, які можуть ґрунтуватися на значенні слів і контексту. Імпліцитна інформація — це інформація, яка явно в тексті не виражена, але існує як підтекст і може бути домислена споживачем; семантична інформація, де йдеться про інформування або мотивування, і естетична інформація, яка не стільки відображає реальний стан справ, скільки викликає у реципієнтів певні душевні стани, реакції та емоції [Маслова 2025, с. 70-71].

Таким чином, на підставі наведених визначень мас-медійного дискурсу і

його характеристик, можна констатувати, що мас-медійний дискурс – це багатопланове явище, комплекс процесів і результатів пізнавально-мовленнєвої діяльності учасників комунікації інституту засобів масової інформації у всій багатогранності їх взаємодії. Це явище реалізується в певних тематичних рамках і визначається мовними, екстралінгвістичними, психологічними характеристиками, а також соціокультурними факторами, такими як глобалізація, уніфікація, інтеграція і т.д.

Для визначення місця мас-медійного дискурсу в різних типологіях феномена «дискурс» видається необхідним опис важливості та тісного зв'язку між компонентами дискурсивного простору, а саме, адресата і адресанта. Згідно з О. П. Поліщук, обидві ролі визначають область взаємодії комунікантів у дискурсі [Поліщук].

За своєю комунікативною природою мас-медійний дискурс діалогічний. Автори прагнуть вибудувати свій монолог як діалог з метою надати виступу емоційності та утримати увагу аудиторії. Наприклад, для створення діалогізованої форми оратори використовують прийом обмовки, синхронного уточнення сказаного з метою імітування безпосереднього (контактного) спілкування, синтаксичні конструкції з дієсловом наказового способу, риторичні питання – своєрідні репліки в бесіді автора і читача, а також спостерігається велика кількість стилістично «знижених» мовних засобів тощо.

У своїй роботі «Газетний дискурс як тип масово-інформаційного дискурсу» Ю. В. Карпенко зазначає, що діалогічність проявляється в текстах ЗМІ в різній формі, явній або прихованій у мас-медійному дискурсі гіпотетичний адресат перетворюється на актуального, а публічна комунікація – на міжособистісну за допомогою моделювання зворотного зв'язку, пристосування до мовного тезауруса адресата [Карпенко 2018].

Суб'єкти мас-медійного типу дискурсивного простору мають специфічний характер. До уваги беруться певні правила, зумовлені об'єктивними функціональними, а також психологічними, соціальними та

етнічними факторами, з їх урахуванням продукується і сприймається мовлення [Іваницька 2025]. У даному типі дискурсу комунікативна реакція на сказане відкладена в часі або просторі, крім того, вона навіть не передбачає прямого контакту учасників спілкування. Важливо відзначити, збільшення масштабу фігури адресата в мас-медійному дискурсі. Згідно з О. П. Поліщук, «адресат не стає дійовою особою по ходу комунікативного акту, він є таким вже на момент початку взаємодії» [Поліщук].

Роль слухача не настільки пасивна, як прийнято думати з огляду на те, що кожен учасник комунікації володіє особистим життєвим досвідом, кругозором, отже, і сприймає, і оцінює одні й ті самі життєві обставини по-різному. Ці міркування об'єктивно допускають впровадження мовних елементів, що забезпечують економне використання мовних засобів в умовах мас-медійної комунікації. Про активну позицію адресата мас-медійного дискурсу писав Д. Ю. Сизонов, що адресат комунікації не тільки інтерпретує передану інформацію, але й доповнює її [Сизонов].

Правильна і зрозуміла побудова мовлення з використанням еліпсису вимагає від оратора грамотності та певної культури спілкування, оскільки опущені члени речення повинні бути відновлені в думках адресата з подальшого контексту. Адресат мас-медійного дискурсу є не індивідуумом, а масовим слухачем. Даному типу дискурсу властивий термін «масовий адресат», оскільки аудиторія цього дискурсу надзвичайно різнорідна, що вимагає спеціальних професійних характеристик адресанта. Специфіка роботи на публіку зобов'язує авторів розробляти стратегії і тактики створення хвилюючих матеріалів. На думку О. О. Хорошуна, оратори впливають на формування громадської думки і реалізують себе в різних ролях (ретрансляторів, оповідачів, коментаторів [Хорошун].

Що стосується класифікації мас-медійного дискурсу, тексти ЗМІ – це інформаційні жанри, до яких належать, наприклад, замітки, кореспонденція, коментарі, репортажі, програми, звіти та ін. Згідно з С. Шийкою, існує три групи жанрів ЗМІ: 1) інформаційні: повідомлення, фіксація фактів, 2)

аналітико-публіцистичні: інтерпретація фактів та їх аналіз, 3) художньо-публіцистичні: передача інтерпретуючих знань, «журналістський показ соціальних характерів, з елементами художньої образності» [Шийка 2022, с. 149].

Отже, у поділі мас-медійного дискурсу на типи умовою є прагматичний потенціал процесу спілкування між учасниками комунікації, метою – вплив мовця на слухача. Жанр у даних класифікаціях є ключовим поняттям. Мовні засоби, що використовуються в мас-медійному типі дискурсу з конкретною прагматичною функцією, суттєво відрізняються від інших типових інституційних дискурсів широким діапазоном засобів мовної економії на різних рівнях лінгвістичної системи, що пояснюється фактором масового адресата, а також сукупністю медіажанрів. При тому, що цільовий дискурс є багатоканальним і використовує як усну, так і письмову форму передачі інформації, основним критерієм вибору каналу комунікації для дискурсу ЗМІ є функціональність, а саме, канал повинен «…одночасно передати інформацію великій кількості людей» [Wimmer 2011, с. 12]. Засоби масової комунікації різноманітні: радіо, телебачення, газети, журнали, рекламні щити, фільми, записи, книги та інтернет.

Різноманіття типів тексту (розповіді, описи, пояснення, міркування, переконання тощо) зумовлено його поліфункціональністю. У медіатекстах можна зафіксувати граматичні та лексичні властивості всіх перерахованих вище форм словесності. Правомірність таких висновків підтверджується спостереженням Betty Samraj, коли вчена стверджує, що властивостями володіють не цілі дискурси, а типи викладу, або типи пасажів, тобто фрагменти дискурсу [Betty Samraj 2006, с. 651]. Тож, мас-медійний дискурс – багатоплановий феномен, який традиційно відносять до інституційного різновиду дискурсу, з переважанням інформативних жанрів над фактичними. Специфіка інституційності мас-медійного дискурсу полягає в переважанні масового адресата.

Отже, на сьогоднішній момент вивчення економії поширюється на всі

рівні мовної системи. Кожен рівень мови має свої провідні прийоми та способи економії. На фонетичному рівні — це якісна та кількісна редукція, а також такі процеси, як асиміляція та адаптація. На рівні морфології фіксуються спрощення та стягнення. У лексиці лінгвістична економія відображається в процесах вторинної номінації або абревіації та субстантивації. На синтаксичному рівні економія здійснюється у вигляді еліпсису, репрезентантів та вторинно-предикативних конструкцій.

Важливим і невід'ємним агентом мовного спілкування, носієм і ретранслятором смислів, цінностей, ідей, образів і думок, водночас потужним владним ресурсом, за допомогою якого соціальні інститути та індивіди здійснюють свою саморепрезентацію, конструювання і просування тих чи інших образів реальності, є дискурс.

Поняття «дискурс» трактується неоднозначно, його вивченню присвячено безліч досліджень, автори яких визначають це явище в настільки різних галузях знань, що саме поняття «дискурс» стає безмежним і всеосяжним, навіть ширшим, ніж поняття «мова». У світлі нових реалій сучасної глобалізації дискурс-дослідження набувають все більш інтенсивного розвитку. У цьому дослідженні дискурс-аналіз тексту дозволяє виявити засоби прискорення передачі інформації, з'ясувати потенціал економії мовних засобів у контексті мас-медійного типу дискурсу.

РОЗДІЛ 2
СИСТЕМА ЗАСОБІВ МОВНОЇ ЕКОНОМІЇ В МАС-МЕДІЙНОМУ АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ

2.1 Аналіз якісно-кількісного складу лексичних засобів мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі

Феномен лінгвістичної економії, що має універсальний характер і є основою багатьох мовних змін, визнаний мовознавцями повсюдно, він знаходиться в центрі уваги сучасних вчених, які одностайно відзначають його особливу роль у газетних текстах. Дослідження мовних особливостей газети свідчить про чіткий поділ передових та інформаційних статей з урахуванням реалізації двох провідних функцій: інформаційної та впливової. Інформаційні статті, маючи риси фактологічності та документальності у передачі інформації, спрямовані на забезпечення читача інформаційним середовищем, надання аудиторії читачів важливих відомостей з актуальних питань. Слід зауважити, що саме цьому типу газетних публікацій відводиться найбільша частина газетної площі. За характером використання мовних засобів інформаційні статті наближаються до науково-ділового стилю, тоді як передові статті являють собою огляди подій, взяті з офіційних джерел, у найбільш компактному вигляді вони орієнтовані на агітаційний вплив, тим самим реалізуючи відкрито оціночний, публіцистичний характер. Вони відрізняються конкретною авторською настановою на сприйняття, виражають думку автора, редакції або засновника з будь-яких важливих питань поточного моменту, переконують думкою, впливають на розум і почуття читачів. У зв'язку з цим алгоритм таких публікацій передбачає використання емоційно забарвлених мовних елементів. Будучи обмеженими у друкованій площі, ці статті прагнуть до економії мовних зусиль у пошуку найбільш точного слова,

найбільш ефективного нюансу при побудові фрази. У газетно-публіцистичних творах порушуються питання досить широкої тематики – актуальні питання сучасності, що становлять інтерес для суспільства: політичні, економічні, моральні, філософські, питання культури, виховання, повсякденного побуту. Різноманіття тем газетних статей веде і до різноманітності використовуваних мовних засобів; водночас, мова преси має мовленнєву системність, яка проявляється у специфічному доборі мовних засобів та їхньою активністю у публіцистичних текстах. У цьому підрозділі роботи розглядаються лексико-семантичні ознаки мовної економії англомовних статей на матеріалі електронної версії британських видань The Guardian та The Week. Підсумки кількісного аналізу емпіричного матеріалу, що базується на текстах газетних статей, знайшли відображення у Таблиці 2.1 та на Рисунку 2.1:

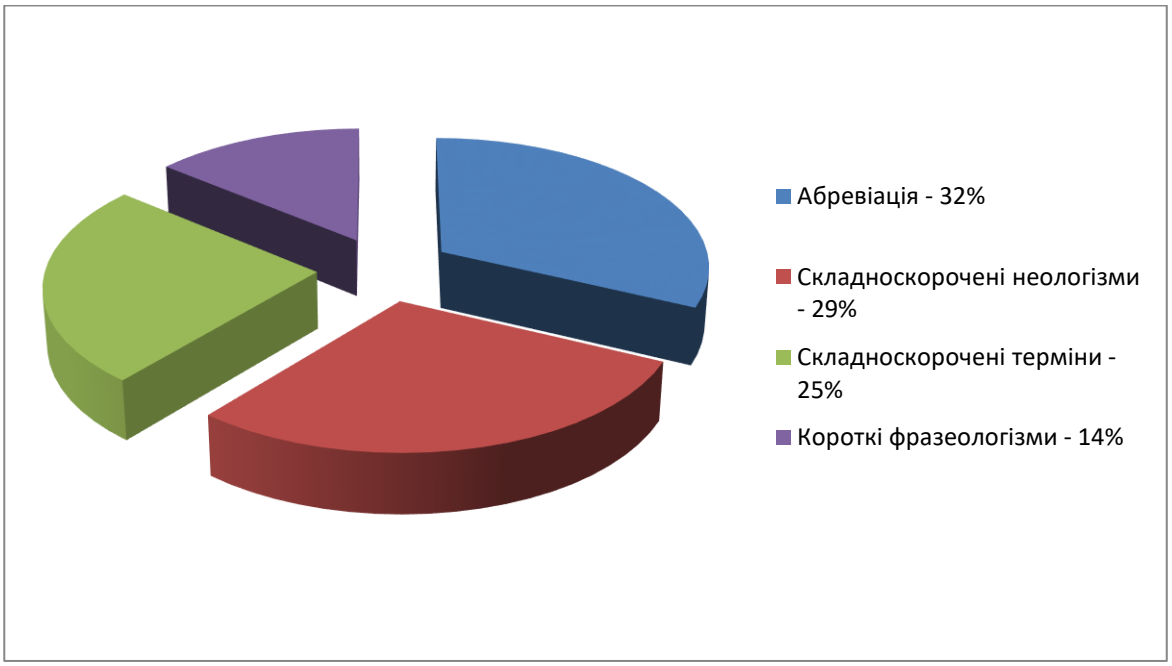
Таблиця 2.1

Якісно-кількісна дистрибуція лексичних засобів мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі

Лексичні засоби мовної економії	**Частка, %**
Абревіація	32
Складноскорочені неологізми, зокрема:	29
Телескопія	15
Акроніми	10
Усічення	4
Терміни, утворені компресивними атрибутивними словосполученнями	25
Короткі фразеологізми	14
Усього	100

Рисунок 2.1

Лексичні засоби мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі



Найчастотнішим економним способом утворення лексичних одиниць, що зустрічаються в англомовній пресі, є абревіація (32%) (*NYT – Know Your Truth; LLC – Limited Liability Company; F.D.A. – The Food and Drug Administration, CWRU SOM – Case Western Reserve University School of Medicine; NHS – The National Health Service*):

F.D.A. *has approved a Pfizer nasal spray for treatment of migraines that uses a different therapy from other nasal products on the market for severe headache pain, the company said on Friday* [The Week]

Cancer could kill me, but I face an NHS fine over prescriptions [The Guardian].

Використання абревіатур дозволяє виокремлювати головне та формувати меседж читачеві, щоб підкреслити, на чому необхідно сфокусувати увагу в першу чергу. Різні види абревіальних скорочень (акроніми, усічення) у текстах англомовної преси ми розглянемо на прикладах використання неологізмів. Тенденція до економії мовних засобів на лексичному рівні виявляється у сфері вживання неологізмів, утворених телескопією, акронімією

та усіченням. Утворення подібних слів у медіа мовленні є одним із процесів сучасного англійської мови, що активно розвиваються, який дозволяє виявити та пояснити тенденцію до стирання чітких стильових меж динамічністю та високою рухливістю жанрово-типологічної парадигми медіа-дискурсу.

Змішання літературно-книжкових та розмовних елементів мови характеризують сучасні англомовні друковані видання. Подібне змішання зумовлене прагненням масової комунікації до залучення найширшої аудиторії. Трансформуючи значення слова, неологізм надає йому додаткової конотації, тим самим змушуючи його впливати на читацьку аудиторію не тільки на інформативному рівні, а й на рівні експресивності та оціночності. Серед авторських новоутворень у нашому матеріалі були виділені такі складноскорочені неологізми (29%): Утворення нових слів за допомогою телескопії та їх часте вживання у мові масової комунікації (15% від загальної кількості неологізмів) викликано їх прагненням створити більш економічну мовну форму (Таблиця 2.1.). За допомогою словоскладання можна утворити будь-яку частину мови: іменники, прикметники, прислівники та дієслова:

Is TikTok's ' shoppertainment' sales model pushing Gen Z into debt? Just look at the numbers. Shoppertainment - розваги під час шопінгу [The Guardian].

There is revolution in the air now, but history shows the old order will fight-back. Fight-back — вжиття контрзаходів [The Guardian].

It took just three days last March for nearly every sport to shut-down because of the coronavirus outbreak. Shut-down – закриття, ліквідація [The Week].

34-year-old homeless man was found sleeping on couch. Owners were not at home at time of break-in. Break-in – вторгнення в особисте життя [The Week].

Словоскладання характерне для всіх мов, проте за ступенем продуктивності та поширеності телескопії англійська мова сьогодні займає лідируюче становище серед інших мов. Крім соціальних, державних та політичних змін, культурного зближення різних країн та інтенсивного розвитку техніки є багато причин для утворення неологізмів у сучасному англомовному мас-медійному дискурсивному просторі. Однією з них є те, що

неологізми поряд з певним динамізмом надають тексту і всій журналістській творчості безперечної образності. Часто журналісти навмисно використовують нові слова для створення інтригуючого ефекту, щоб привернути увагу читача і, як наслідок, збільшити тираж газети, що забезпечує існування газети та підвищує її популярність.

Наступною характерною особливістю сучасного утворення неологізмів в англомовній пресі є акроніми (10% прикладів усіх неологізмів). Вони вимовляються як єдине слово: *MOOC (Massive Open Online Course)*; *Fang* (*Facebook, Amazon, Netflix, Google*). Наведемо приклади з англійської газети "The Guardian":

But increasing numbers of people are using the time to build their skillset, with an upsurge in enrolments on online learning platforms such as edX , FutureLearn and Coursera, which offer " massive open online courses " – or Moocs" [The Guardian].

Facebook, Amazon, Apple, Netflix and Google have seen their combined ... as "Fang", by the CNBC television presenter Jim Cramer in 2013 [The Guardian].

Як у британських, так і в американських газетних статтях, розміщених на першій сторінці, популярний акронім *FOMO* зі значенням *the fear of missing out:*

FOMO still lurks, but the coronavirus pandemic has ex- posed how much of our previous lives hung on vanity [The Guardian].

FOMO, the *fear* of *missing out, has survived* the *coronavirus* [The Week].

Акронім, згідно з О. О. Сергєєвою, об'єднує в собі два головні принципи газетного жанру: прагнення до стандартів та експресії [Сергеєва 2021, с. 189]. Орієнтація на стандарт полягає у частому використанні скорочень у сучасних ЗМІ для короткого викладу інформації, економії мовних засобів при збереженні інформативності. На перший план у таких слів виходить емоційно-оціночна, експресивна функція завдяки їхньому вторинному, переосмисленому характеру. У мові преси використання неологізмів-акронімів може виконувати як основну функцію – інформувати, так і впливати на

читача. У сучасних англомовних газетних статтях спостерігається тенденція до передачі максимального обсягу інформації мінімальними мовними засобами, які включають, серед іншого, неологізми, утворені шляхом усічення (4%). За визначенням О. О. Сергеєвої, усіченнями є лексичні одиниці, які утворилися внаслідок зменшення звукового та графічного комплексу одного слова або одного компонента словосполучення [Сергеєва 2021, с. 190].

Code deployed in US cyber-attack linked to suspected Russian hackers [The Guardian].

While a pandemic altered the fundamentals of human interaction, millions of activists took to the streets to protect democratic institutions and defend human rights. – Fundamental principles [The Week].

The primary function of these duties and levies is to ensure a constant stream of revenue for the State, with a secondary function of discouraging consumption of certain harmful products. – Tax Levies [The Guardian].

За підсумками нашого дослідження було встановлено, що найбільш продуктивним способом словотворення неологізмів у сучасному англомовному мас-медійному дискурсі, представленому англомовними газетними передовицями, є телескопія, що становить 15% прикладів від загальної кількості 68 неологізмів (Рисунок 2.1). На другому місці — використання акронімів (10% випадків вживання новоутворень), решта неологізмів припадає на усічення (4% від загального числа неологізмів). Наступним дієвим способом інформаційного стиснення в газетних текстах, як показав аналіз нашого матеріалу, є компресивні атрибутивні словосполучення (25%), призначені для забезпечення мовної економії, для характеристики того чи іншого предмета, ефективної передачі сенсу газетних термінологічних одиниць:

It is forbidden, despite the fact that an organ transplant is a life-and-death necessity, unlike the desire for a child [The Week].

A "win-at-any-cost" attitude is unlikely to produce a mutually satisfying outcome, whether you get what you want or not (a "win-at-any-cost" attitude –

позиція «перемогти за будь-яку ціну») [The Guardian].

The authors, most of them at CWRU SOM, Case Western Reserve Universi-ty School of Medicine, analyzed five years of data from a cancer registry, nursing home assessments and Medicare claims to look at "aggressive end-of-life care" among 146,000 older patients with metastatic cancer [The Week].

Less than two years after the collapse of the Morandi Bridge in Genoa killed 43 people, Italy will draw a line under the tragedy on Monday when it inaugu-rates a replacement. But that public celebration has been accompanied by a behind-the-scenes deal that will reshape the running of Italy's highways as it exacts retribution on the former bridge's managers [The Week].

В англомовних газетних статтях привертає увагу взаємодія книжкового та розмовного стилів літературної мови. У нашому матеріалі трапилися такі розмовні одиниці, як фразеологізми. В останньому прикладі фразеологізм "*draw a line under*" має категоричний і строгий характер, тоді як наступний приклад має більш яскраву емоційність і з легкістю привертає увагу читача: *She'll throw dust on herself and let tears stream down her face* [The Guardian].

Варто зазначити, що з метою створення художнього ефекту публіцисти вдаються до трансформації фразеологізмів. Так у прикладі вище використана усічена форма фразеологізму "*throw dust on herself*" замість повного його варіанта "*to throw the dust over one's head*". У зміненому варіанті автор тексту опускає певний артикль та скорочує кінцеві елементи багатокомпонентного висловлювання. Отже, в лексичному плані для газетних текстів періоду новітньої історії дуже характерне широке вживання усічених фразеологічних одиниць (14%). У більшості випадків усічення використовуються в заголовках. Наприклад, відомий англійський фразеологізм "*to kill two birds with one stone*" досить часто використовується в усіченому вигляді: *Two Birds with One Stone* [The Guardian].

Фразеологізми в англомовній пресі зазвичай вживаються як у вигляді окремих слів, так і у вигляді ідіоматичних виразів. Для них характерна стислість та емоційність. Можна припустити, що метою вживання подібної

лексики є враження уяви читача, здатність зацікавити незвичайною подачею матеріалу. Таким чином, можна зробити висновок, що сучасний англомовний мас-медійний дискурс є такою сферою застосування мови, яка найбільш оперативно реагує на нові лінгвістичні явища і дає справді вражаючу картину користування мовою, що привертає пильну увагу мовознавців і вимагає постійного та детального вивчення.

2.2 Аналіз морфологічних засобів мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі

За традицією, сучасна публіцистична література спрямована на пошук відповідей на актуальні суспільно-політичні та соціально-економічні питання і дає воістину вражаючу картину користування мовою, повною мірою відображаючи зміни, що відбуваються в житті та в мові. Сучасний публіцистичний англомовний текст має низку засобів мовної економії на морфологічному рівні. Підсумки кількісного аналізу емпіричного матеріалу, що базується на газетних інтернет-текстах, знайшли відображення у Таблиці 2.2 та на Рисунку 2.2.

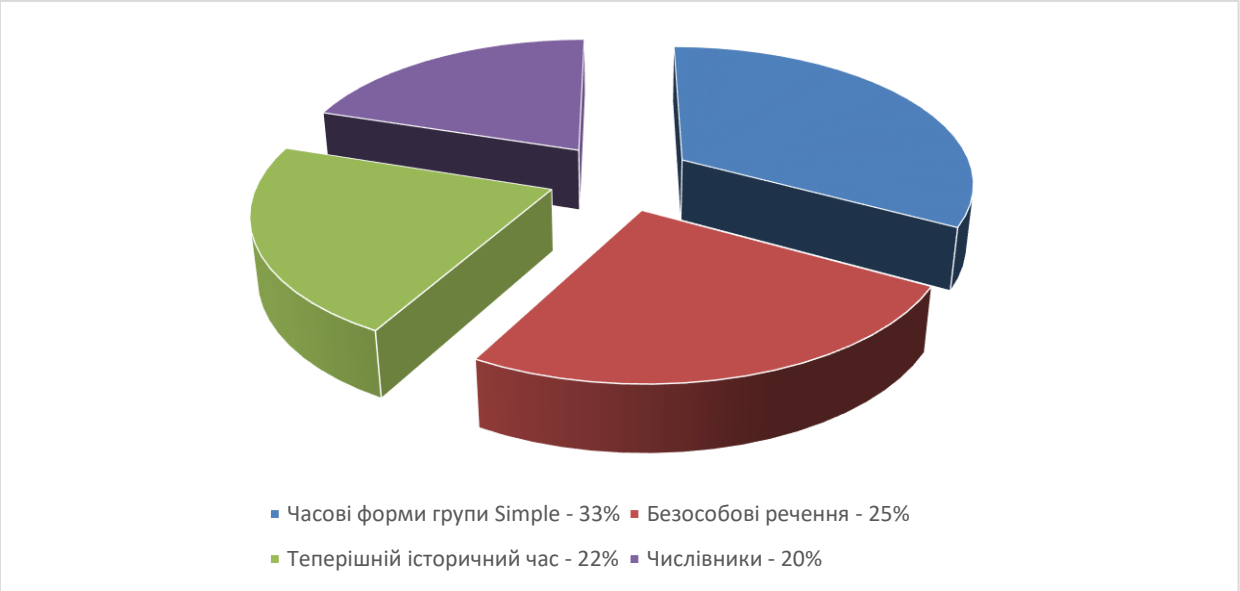
Таблиця 2.2

Якісно-кількісна дистрибуція морфологічних засобів мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі

Морфологічні засоби мовної економії	**Доля, %**
Часові форми группы *Simple*	33
Безособові дієслівні конструкції	25
Теперишній історичний час	22
Числівники	20
Всього	100

Рисунок 2.2

Морфологічні засоби мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі



Досліджений мас-медійний тип дискурсу відкритий для експресивного використання часових форм дієслова групи Simple (33%) для висунення гіпотез, складання прогнозу щодо описуваної ситуації чи явища:

The UN wants to educate children – it will succeed only if it feeds them first [The Guardian].

Federal watchdog refuses to say if it will cooperate with robodebt royal commission [The Guardian].

"If it comes, it will be a disaster": life in one of the only countries without coronavirus [The Week].

Коли йдеться про події недавнього минулого, автори сучасних англомовних газетних текстів, як правило, використовують теперішній історичний час (22%) – *praesens historicum*:

After teen's suicide, a New Jersey Community grapples with bullying [The Week].

U.S. Arrests Three Americans in the Assassination of Haiti's President [The Guardian].

Особливо частотна дана морфологічна особливість у заголовках статей. Використання теперішнього історичного часу надає жвавості газетним текстам, наближає події до читача, робить його співучасником цих подій і тим самим посилює інтерес до публікованого матеріалу, економлячи простір друкованого аркуша.

Аналіз газетних передових статей дозволив виявити, що в англомовному мас-медійному дискурсі має місце більш висока порівняно з іншими типами дискурсу частка числівників (20%):

The FTSE 100 is now almost 19% above its level on the night of the Brexit vote. The FTSE 250 is up around 15% from its level on 23 June [The Guardian].

The percentage of Covid-19 tests taken in New York state that have come back positive has inched up to 1.5%, a worrisome trend for the former centre of the US epidemic [The Guardian].

Використання числівників дозволяє виокремлювати головне та формувати посил читачеві, щоб підкреслити, на чому необхідно сфокусувати увагу в першу чергу.

Будучи найрізноманітнішим за структурою та семантикою різновидом односкладних речень, безособові речення досить частотні в сучасних текстах англомовних статей (25%):

Is it necessary for solving climate change? [The Week].

Is it wrong for a person to change their accent? [The Guardian].

Безособові речення являють собою утворення, що виникло в результаті трансформації особових двоскладних конструкцій, внаслідок редукції суб'єкта, що зумовлено універсальним принципом економії мовних засобів.

Таким чином, прагнення до економії друкованого тексту знаходить вербальне вираження в таких морфологічних засобах мовної економії, як використання часів групи *Simple*, теперішнього історичного часу, безособових речень та числівників, що сприяють лаконічності викладу при інформативній насиченості газетних передовиць в англомовних виданнях.

Підсумовуючи вищесказане, слід зазначити, що використання

перелічених засобів та способів мовної економії на морфологічному рівні є проявом мовної економії, дозволяючи з більшою точністю та меншими мовними зусиллями передати інформацію, а також скоротити час декодування послання реципієнтом.

2.3 Аналіз синтаксичних засобів мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі

Синтаксис сучасного англійського мас-медійного дискурсу має свої особливості, орієнтовані на такі мовні функції, як спілкування та вплив. У текстах газетних передовиць досить повно представлена аргументація описуваних подій, де рівною мірою виявляються риси стандартизованості та експресивності в сукупності з принципом економії мовних зусиль та друкованого простору. У газетних текстах виявляється низка стандартизованих синтаксичних побудов, які можна розглядати як постійні прагматичні характеристики мас-медійного дискурсу, що забезпечуються найрізноманітнішими лінгвістичними та екстралінгвістичними засобами. Підсумки кількісного аналізу емпіричного матеріалу, що базується на газетних інтернет-текстах, знайшли відображення у Таблиці 2.3 та на Рисунку 2.3:

Таблиця 2.3

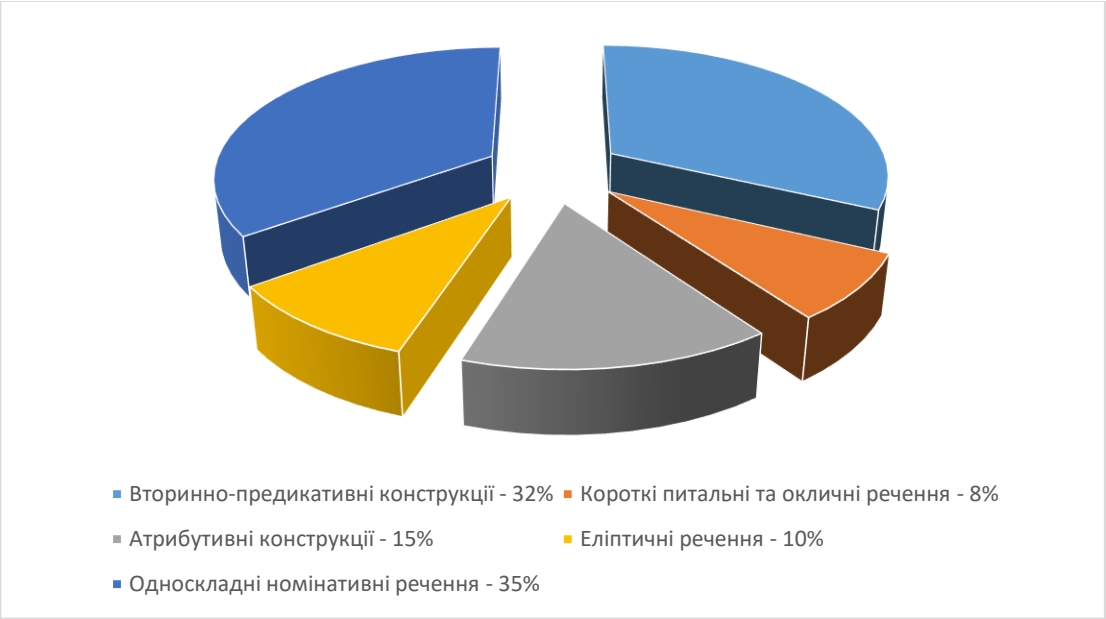
Синтаксичні засоби мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі

Синтаксичні засоби мовної економії	**Доля, %**
Односкладні номінативні речення	35
Вторинно предикативні конструкції, в тому числі:	32
дієприкметникові	*20*
інфінітивні	*8*

герундіальні	*4*
Атрибутивні конструкції	15
Еліптичні речення	10
Короткі питальні та окличні речення	8
Всього	100

Рисунок 2.3

Синтаксичні засоби мовної економії в сучасному англомовному мас-медійному дискурсі



В першу чергу привертає увагу особливий характер заголовків газетних статей з односкладними номінативними реченнями (35%):

From Cocaine Bear to Guerrilla Girls: a complete guide to this week's entertainment [The Guardian].

Для заголовків передовиць характерні складні атрибутивні групи (15%), в яких викладається основний зміст публікації:

Obsessed with pressure-washing Lara Croft's house [The Guardian].

Doctors warn of danger of "feather duvet lung" [The Guardian].

The feels-like-a-win for Democrats [The Week].

Наступною специфічною рисою заголовків є широке використання еліпсису з метою надання йому помітності (10%). Короткий заголовок швидше

сприймається читачем, його незвичайна форма викликає інтерес і спонукає читача прочитати газетну статтю цілком:

War Diary of the Ukrainian Resistance review – extremely loud and incredibly close [The Guardian].

Часто в заголовках опускаються службові слова (артиклі *a, the*; дієслово-зв'язка *to be*). Так, специфіка заголовків, що полягає в їхній суворій підпорядкованості певному набору правил, що впорядковують їхню побудову та вживання, зумовлюється основною функцією газетних текстів – зацікавити читача, привернути його увагу до публікованого матеріалу. Поряд із короткою формою викладу змісту повідомлення, заголовок виконує певну переконуючу функцію.

До синтаксичних засобів мовної економії, спрямованих на створення експресивності, належить вживання емоційно та експресивно забарвлених коротких окличних і питальних речень (8%):

With the G.O.P. in control of a majority of statehouses, Democrats are fighting for seats in battleground states. Is it too late? [The Week].

Sometimes we don't need retail therapy! Sometimes we need actual therapy! [The Guardian].

Who will win the championship? Who will win the B.C.S. title game on Thursday night? [The Week].

Анафоричний характер вищезгаданих речень, безсумнівно, робить висловлювання загалом більш експресивним і, як наслідок, — більш переконливим.

Іншим проявом стандартизованості слід вважати регулярно відтворювану чітку внутрішню організацію. У текстах газетних статей спостерігається наявність вступного абзацу, що містить резюме найбільш суттєвих або найцікавіших фактів, про які йдеться в повідомленні. За вступним абзацом зазвичай слідує детальне викладення матеріалу, яке обрамляється висновком.

Газетні тексти характеризуються поширеними двоскладними реченнями,

ускладненими різними видами вторинно-предикативних конструкцій (ВПК), які забезпечують економію мовлення.

Дієприкметникові ВПК займають лідируюче положення в рейтингу вживаності в термінах частотності; як і відповідна інфінітивна конструкція, функціонування об'єктно-дієприкметникової конструкції в ролі складного додатка прогнозується певними лексичними групами дієслів, які керують цим складним додатком. У мас-медійному дискурсі об'єктно-дієприкметникова конструкція вживається після дієслів: *to hear, to see, to watch, to expect, to notice, to get, to have, to feel, to observe, to know, to think, to consider, to believe, to suppose, to imagine, to trust, to assume, to want, to force*:

We hope to see this issue raised in all trades councils, in every union conference [The Guardian].

The need for pressure from the Labour party to get such decisions takenis urgent [The Guardian].

We will not seek to frustrate that consensus, since it is not in the world interest to have the work of the General Assembly immobilized in those troubled days [The Week].

He saw the police struggling with the crowd [The Guardian].

I consider myself engaged to him [The Week].

У дискурсі мас-медіа також у складі об'єктно-дієприкметникової конструкції досить частотно використовуються і дієприкметник I, і дієприкметник II. У першому випадку описується процес дії, що відбувається, у другому – результат; при цьому дієприкметник II виступає в пасивному значенні.

He heard the police looking for him and shot himself in the head [The Guardian].

Як бачимо, для мови мас-медіа характерне велике розмаїття дієслів. Так, суб'єктно-дієприкметникова ВПК у мові ЗМІ зареєстрована після дієслів: *to find, to report, to inform, to notify, to hear, to see, to observe, etc*:

He was notified leaving the Netherlands immediately [The Guardian].

The organization was informed taking optimum advantage of opportunities to complement the mandates and capacities of other United Nations entities [The Week].

A helicopter was seen inside Iranian territory flying towards the Fakkah out-post at coordinates 5150 [The Guardian].

At the end of July 2000, the President was reported declaring that the Islamic Republic of Iran accepts democracy in principle but that it must be based on a respect for the values and goals of Islam [The Week].

At 1620 hours, an unseen reconnaissance aircraft of the Israeli enemy was heard flying over Tibnin and the surrounding area [The Guardian].

On 13 October, a helicopter was observed crossing the border from the Feder-al Republic of Yugoslavia (Serbia and Montenegro) into Bosnia and Herzegovina in the Nudo area (Sector Charlie) [The Guardian].

Як свідчать дані кількісного аналізу, дієприкметникові конструкції загалом більш характерні для монологічних текстів письмової форми, де їхня роль як засобів мовної економії є особливо важливою. Крім того, вони виражають процесуальний характер подій або їхню часову послідовність, що також важливо для мови ЗМІ. Другу позицію в рейтингу вживаності займають інфінітивні ВПК у нашому матеріалі з сучасного англомовного письмового мас-медійного дискурсу, серед яких найбільш поширеними виявилися суб'єктно-інфінітивні ВПК:

The researchers are heard to construct two operational models for Asia: an in- ternational input-output model and a general equilibrium model [The Guardian].

Вживання однорідних членів конструкції при одному зв'язковому дієслові сприяє компресії інформації, що характерно для мас-медійного типу дискурсу:

It is vital to remember that elections alone do not guarantee legitimacy, even if they are seen to be free and fair [The Week].

У нашому матеріалі з мас-медійної комунікації частотними є випадки вживання складних форм інфінітива – *Passive\ Infinitive ma Perfect\ Infinitive* і

використання дієслівної форми *Continuous*:

Finally, availability was acknowledgedto be considered in terms of investments actually committed and/or disbursed within the reference period [The Week].

She is reported to have diedwhile struggling to resist removal [The Guardian].

Прогностична функція висловлювання в цьому типі мас-медійної комунікації передбачає використання виразів *to be certain, to prove, to be (un)likely, to seem*:

The photograph proved to be of another family altogether (it depicted neither Şahin nor his relatives), but it remained happily viral, buoyed up by the feelgood story of the vaccine's developmet [The Guardian].

This innocent-looking man turned out to be the most dangerous criminalin the country [The Guardian].

The victim is unlikely to speak about the horrors of confinement [The Week].

Preventive diplomacy and peacemaking are thus certain to remain activities of the highest priority for the Organization in the foreseeable future [The Guardian].

While most first ladies turned to a small number of trusted designers to help them create their look (Oleg Cassini with Mrs. Kennedy; Adolfo and James Galanos with Mrs. Reagan; Oscar de la Renta with Hillary Clinton and Laura Bush) Mrs. Obama seemed to work with them all [The Week].

The victim is unlikely to speak about the horrors of confinement [The Week].

Досить висока частотність вживання суб'єктно-інфінітивної ВПК у письмових у своїй вихідній формі текстах мас-медійного дискурсу може пояснюватися свідомим опущенням джерела інформації.

У мас-медійному дискурсивному просторі були також зареєстровані об'єктно-інфінітивні ВПК. По-перше, коло каузативних дієслів, після яких вживаються об'єктно-інфінітивні ВПК, досить широке, оскільки в суспільстві виявляються випадки недотримання законів, описуються зіткнення інтересів, протестні виступи соціальних груп тощо:

He encourages the Government of Kenya, with the support of the international community and civil society, to take the necessary measures to address

the above concerns, to ratify the African Union Convention for the Protection and Assistance of Internally Displaced Persons in Africa (Kampala Convention), and to adopt the draft policy and draft bill on IDPs, which will provide a solid framework with which the country can prevent, manage and find durable solutions to internal displacement situations [The Week].

I'm trying to get them to engage, to focus on the key issues, to give people at home a sense of "why I want to vote for one versus the other" [The Week].

Другий приклад із газети наочно ілюструє компресію тексту, яка є особливо важливою для дискурсу мас-медіа: при одному дієслові to encourage слідує об'єктна ВПК з трьома інфінітивами (*to take, to ratify, to adopt*), які співвідносяться з єдиним суб'єктом ВПК (*the Government of Kenya*).

У мас-медійному дискурсі представлені випадки, коли компоненти двочленного ВПК дистанційовані один від одного за допомогою об'єктних і обставинних компонентів, що вклинювалися між ними.

В англійському дискурсі мас-медіа до групи дієслів мовленнєвої діяльності та інтелектуального впливу входять дієслова, що керують об'єктно-інфінітивною конструкцією (*to know, to believe, to imagine, to expect, to think, to suppose, to recognize, to presume*):

He knows her to be the best cook in the world [The Guardian].

They presumed him to be hiding in Amsterdam [The Week].

They supposed Wiley to quit her job as a lawyer [The Week].

Дієслова емоційного стану, що приймають об'єктно-інфінітивні ВПК, також вирізняються індексом високої частотності в англійському мас-медійному дискурсі: *to hate, to love, to like/dislike, to warn*:

She hated her son to be separated from her [The Guardian].

She liked him to repair her old device [The Week].

In an abrupt change of tone, Pres. Trump warns "every American to be prepared for the hard days that lie ahead," and praises health care workers at a hard-hit Queens hospital, saying they are "like military people going into battle." [The Week].

Наступне коло дієслів, що керує об'єктно-інфінітивною ВПК, – дієслова бажання та волевиявлення (*to want, would like, to prefer, to beg*):

Kardashian allegedly begged Simpson not to kill himself [The Week].

Do I want a child to show myself to be the (normal) sort of woman who wants and ultimately has a child? [The Guardian].

I would like you to say a few words about your trip to Cuba [The Week].

Привертають увагу універсальні прийменниково-інфінітивні конструкції, також характерні в дискурсі мас-медіа:

The tendency was for the market to become developed. – предикативна частина складеного іменного присудка [The Guardian].

For the Democracy to flourish, the citizens shouldparticipate in the life of their society. – обставина умови [The Week].

How long do we have to wait for you to stand up to China? – додаток [The Week].

Герундіальна конструкція в матеріалі з мас-медійного дискурсу представлена у функціях підмета, означення та додатка:

1. Підмет: *People's coming together and their concludingobservations with one another is of great advantage for objective, project, or mission* [The Guardian].
2. Означення: *I don't know the reason of his resigning* [The Guardian].
3. Додаток: *Host Intrusion Prevention System stops malware from its being installed* [The Guardian].

Таким чином, синтаксичний аналіз текстів газетних передовиць мас-медійного дискурсу на синтаксичному рівні показав, що широкого поширення в заголовках англомовної преси набули односкладні номінативні речення, складні атрибутивні групи, еліптичні висловлювання. Синтаксична своєрідність текстів газетних передовиць вирізняється наявністю поширених речень з однорідними членами, еліптичними та вторинно-предикативними конструкціями. Експресивність публіцистичних текстів досягається короткими окличними та питальними реченнями.

ВИСНОВКИ

Принцип мовної економії в сучасній англійській мові набув широкого поширення у сфері освіти, драматургії, знаходить відображення в текстах наукових досліджень, активно реалізується в газетних статтях та публічних відеоконференціях. Актуальність його вивчення не викликає сумнівів, оскільки новітні інформаційні технології, що постійно впроваджуються в науку про мову, чинять значний вплив на зміну мови як усного формату, так і письмового, що цілком логічно супроводжується тенденцією до економії мовних засобів, оскільки сучасні лінгвістичні категорії часу і простору вимагають оновлення формальних і змістових параметрів комунікації.

Звернення до дослідження закону мовної економії зумовлене тенденціями сучасної науки про мову, фокус якої, зокрема, зосереджений на вивченні змін як окремих одиниць мови, так і всієї мовної системи в цілому в період інформатизації. Дискурсивний аналіз мови видається сьогодні одним із пріоритетних методів вивчення комунікативних стратегій особистості. Наше дослідження засобів мовної економії в контексті мас-медійного типу дискурсу підтвердило припущення про те, що в ньому існують об'єктивні причини та умови для економії мовних зусиль. Ці умови продиктовані прискореними темпами отримання і передачі інформації, а також інтересом сучасного світового суспільства до глобальної трансформації людського спілкування.

У цьому дослідженні за підсумками спостережень були зроблені наступні висновки: Вивчено роль принципу мовної економії в сучасній лінгвістиці та основні характеристики філософського розуміння закону лінгвістичної економії: принцип мовної економії є одним із фундаментальних принципів, який виражає специфіку людського буття, взаємин людини зі світом та важливі умови її існування у світі. Він здійснюється стійкими прийомами та засобами, які входять у систему мови і відтворюються в мовленні; вони виконують певні функції в певних типах дискурсу і відіграють

особливо важливу роль в інформаційну еру, коли зростає необхідність блискавичної реакції на дії та думки партнера по спілкуванню.

У зв'язку з цим, сьогодні існує об'єктивна необхідність у систематизації лінгвістичних даних про функціональну парадигму цих засобів мовної економії на матеріалі англійської мови - мови міжнародного спілкування. Загальні характеристики дискурсу як категорії загальнолінгвістичної та загальнокультурологічної знайшли відображення в описі різновидів дискурсивного простору на матеріалі сучасної англійської мови.

Виявлення та систематизація основних лінгвістичних засобів економії за матеріалами англомовних мас-медійних джерел підтвердили тезу про універсальний характер принципу мовної економії на тлі технологічних процесів, що безперервно оновлюються в галузі англомовної комунікативної культури. На сьогоднішній момент вивчення економії поширюється не тільки на фонологію, а й найбільшою мірою на лексику та граматику, де реалізується комунікативна функція мови.

Для створення найбільш ємного та яскравого тексту передової статті необхідно зробити його емоційним і здатним привернути увагу аудиторії на вербальному рівні, що передбачає економію місця за рахунок використання численних усічених фразеологічних одиниць, а також різних атрибутивних словосполучень. Прагнення до економії друкованого тексту знаходить вербальне вираження в великій кількості неологізмів та абревіацій, що сприяють лаконічності викладу при інформативній насиченості газетних передовиць в англомовних виданнях.

Лінгвістичний аналіз мас-медійного дискурсу на морфологічному рівні показав активне вживання коротких форм дієслів, числівників, а також використання різноманітних простих форм дієслова, серед яких значне місце посідають майбутній і теперішній історичний час. У результаті лінгвостилістичного аналізу синтаксичних особливостей медіатекстів сучасних англомовних передовиць, були зареєстровані поширені односкладні номінативні речення, складні атрибутивні конструкції, еліптичні

висловлювання та вторинно-предикативні конструкції.

У сучасному дослідженому типі дискурсивного простору розвиток цифрової комунікації ініціював значне розширення функціональної парадигми засобів мовної економії. Трансформація традиційних функцій мови, таких як інформативна, експресивна, прагматична наочно проявляється в їх яскравій гіперболізації з найбільш частотним застосуванням засобів мовної економії, як на лексичному, так і на граматичному рівнях лінгвістичної системи.

Розвиток проблематики може мати перспективи в подальшому дослідженні актуалізації засобів мовної економії в процесі взаємодії з дискурсивними маркерами лінгвокультурної та соціолінгвістичної парадигми сучасного англомовного соціуму для впровадження в практику навчання англійської мови.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бошков А. В. Специфіка мас-медійного дискурсу з точки зору когнітивного підходу. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород : Видавничий дім "Гельветика", 2022. Т. 1. Вип. 25. С. 170–175. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/25/part_1/31.pdf. (дата звернення: 5.12.2024)

2. Василенко О.В., Пілішек С.О., Єрмакова Н.М., Мединська А.В., Ященко І.В. Лінгвістична економія в англійській мові. *Вісник науки та освіти*. 2023. Вип. 11 (17). С. 99–112. URL: https://elar.khmnu.edu.ua/items/83c651e5-1da2-44a8-81d2-0897508ebeac?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 4.05.2025)

3. Дьячок Н. В., Івко О. С. Усічення (елізія) чи абревіація у системі словотвору: проблема визначення. URL: https://www.researchgate.net/publication/384000457_USICENNA_ELIZIA_CI_ABREVIACIA_U_SISTEMI_SLOVOTVORU_PROBLEMA_VIZNACENNA (дата звернення: 8.06.2024)

4. Іваницька Н. Б., Іваницька Н. Л. Вторинна предикація як засіб економії мовних ресурсів в аналітико-інформаційному жанрі англомовних бізнесових медіавидань. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*, 2025. № 212. С.133–141. URL: https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-212-19 (дата звернення: 5.02.2025)

5. Карпенко Ю. В. Газетний дискурс як тип масово-інформаційного дискурсу. *Studia Linguistica*. 2018. Vol. 12. С. 38–49.

6. Керпатенко Ю. В., Щербина О. О. Абревіація як спосіб економії мовних засобів у підготовці слухачів мовних курсів до комунікації у суспільно-політичному полі. *Наукові записки Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова. Серія : Педагогічні та історичні науки*. 2015. Вип. 126. С. 70–77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzped_2015_126_11 (дата звернення: 17.05.2025)

7. Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі. Київ : Видавничий дім Бураго, 2008. 336 с.

8. Козубай І., Шемет У. Сучасні тенденції розвитку англійської мовної системи *Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. Літературознавство*. 2022. Вип 50. С. 184–189. URL: https://doi.org/10.24919/2308-4863/50-28 (дата звернення: 3.08.2025).

9. Кочерган М. П. Загальне мовознавство. Київ : Академія, 2008. 464 с. URL: https://litmisto.org.ua/?cat=55 (дата звернення: 26.07.2025).

10. Курінна Н. П. З історії експериментального вивчення звукосимволізму. URL: https://eprints.zu.edu.ua/660/1/99knpevz.pdf (дата звернення: 13.11.2024).

11. Макарець Ю. С. До питання про принцип економії в мові та мовленні. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 10: Проблеми граматики і лексикології української мови*. 2013. Випуск 10. С. 161–168. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nchnpu_10_2013_10_41 (дата звернення: 28.03.2024).

12. Макарець Ю. С. Фонетичні зміни в контексті принципу мовної економії. *Наукові записки Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова. Серія: Педагогічні та історичні науки*. 2014. Вип. 11. С. 122–127. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Nchnpu_10_2014_11_28.pdf (дата звернення: 18.01.2025).

13. Маслова Т. Б. Експресивність термінологічних скорочень у сучасному англомовному дискурсі з енергетики. *Наукові записки.* 2025. Випуск 3 (214). Серія: Філологічні науки. С 69–75. URL: https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-214.2-9 (дата звернення: 5.06.2025).

14. Микульчик Р. Сучасні українські абревіатури: перспективи і стан дослідження. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».*

Серія «Проблеми української термінології». 2005. №538. С. 3–7.

15. Ніколаєва Т. М. Особливості пунктуаційної абревіації в сучасній англійській мові. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації.* 2020. Том 31 (70). №1. Ч. 2. С. 151–154.

16. Поліщук О. П., Свінціцька О. І. Інфосфера України: особливості мас-медійного дискурсу у контексті естетичної інформації. URL: https://eprints.zu.edu.ua/9927/1/ИФР%202008.pdf?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 20.10.2024)

17. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля-К, 2011. 844 с.

18. Сергеєва О. О. Тищенко М. А. Теоретичні аспекти дослідження проблеми словоскорочення. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2021. Т. 1. Вип. 17. С. 187–191. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/17/part_1/39.pdf (дата звернення: 30.04.2025)

19. Сидорук Г. І. Інтернет-скорочення як засіб мовної економії. *Філологічні студії Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету.* 2016. №14. С. 292–299. URL: DOI:10.31812/filstd.v14i0.232 (дата звернення: 28.03.2025).

20. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. URL: https://studia-linguistica.knu.ua/mediatekst-ta-mediadiskurs-u-suchasnomu-medijnomu-prostori/ (дата звернення: 13.01.2025).

21. Стрельнікова О. В. Економія і варіативність як мовні константи (на матеріалі газетного дискурсу англійської мови). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2011. С. 77–79.

22. Українська мова в контексті сучасної славістики: Монографія / Н. Ф. Клименко, Є. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк, Ю. В. Романюк; Відп. ред. Є. А. Карпіловська. Київ : НАН України, 2019. 660 с.

23. Харитонов І. К. Теоретична граматика сучасної англійської мови. Вінниця : Нова книга, 2008. 352 с.

24. Хорошун О. О. Дискурс засобів масової інформації: характерні

особливості. URL: https://eprints.zu.edu.ua/11424/1/ДИСКУРС%20ЗАСОБІВ%20МАСОВОЇ%20ІНФОРМАЦІЇ%20ХАРАКТЕРНІ%20ОСОБЛИВОСТІ.pdf (дата звернення: 6.06.2025).

25. Шийка С. Жанрові особливості інформаційної журналістики. Український інформаційний простір. 2022. № 1(9). С. 147–160. URL: https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(9).2022.257212 (дата звернення: 6.07.2025).

26. Щигло Л. В. До глибин причинності мовних змін. *Jazyk a kultúra*. 2017. № 29-30. С. 169–174.

27. Bloom D. A. Acronyms, abbreviations and initialisms. *BJU International*. 2000. №86. P. 1–6.

28. Brown S. W. From unregistered words to OED3. Birmingham : CogSci Librarian, 2007. Vol. 17. №10. P. 64–82.

29. Bychkova T. Cognitive Approach to the Theory of Abbreviation. URL: https://centerprode.com/conferences/6IeCSHSS/coas.e-conf.06.11129b.pdf.

30. Collins Ch. Economy Conditions in Syntax. *The Handbook of Contemporary Syntactic Theory*. New York : New York University, 2001. P. 45–61. URL: DOI:10.1002/9780470756416.ch2 (accessed: 12.05.2025).

31. Crystal D. English as a Global Language. Cambridge : Cambridge University Press, 2009. 212 p.

32. Dijk T. A. van. Discourse and Context. A Sociocognitive Approach. New York : Cambridge University Press. 2008. 267 p.

33. Fayzullayeva N. S. qizi. The principle of phonetic economy of speech as a special type of sign system in Uzbek and English languages and some features between them. *Journal of Education, Ethics and Value*. 2024. Vol. 3. №. 12. P.88–98.

34. Foster H. How is social media changing the English language? URL: https://www.languageservicesdirect.co.uk/social-media-changing-englishlanguage/ (accessed: 17.11.2024).

35. Gimson A. C. An introduction to the Pronunciation of English. London

: Hodder Education, 1980. 352 p. URL: https://pronunciation.giveupenglish.com/pdf/gimsons_pronunciation_of_english.pdf (accessed: 18.11.2025)

36. Green T. M. The Greek and Latin roots of English. London : Rowman & Littlefield, 2014. 302 c. URL: https://books.google.com.ua/books/about/The_Greek_Latin_Roots_of_English.html?id=GA0WBAAAQBAJ&redir_esc=y (accessed: 09.09.2025).

37. Gries S. Shouldn’t it be breakfunch? A quantative analysis of blend structure in English. URL: https://doi.org/10.1515/ling.2004.021 (accessed: 14.11.2025).

38. Honkapohja A., Marcus I. The long history of shortening: a diachronic analysis of abbreviation practices from the fifteenth to the twenty-first century. URL: https://www.cambridge.org/core/journals/english-language-and-linguistics/article/long-history-of-shortening-a-diachronic-analysis-of-abbreviation-practices-from-the-fifteenth-to-the-twentyfirst-century/3296F47F350D4C519DC737A9ED18447D (accessed: 10.09.2025).

39. Jones D. The Pronunciation of English. Cambridge : Cambridge University Press. 1966. 223 p. URL: https://books.google.com.ua/books/about/The_Pronunciation_of_English.html?id=dqxExso-lG8C&redir_esc=y (accessed: 4.08.2025).

40. Judge H. Texting, Tweeting, and Other Internet Abbreviations. *The Judges’ Journal*. 2011. Volume 50. № 4. P.30–33. URL: https://www.americanbar.org/content/dam/aba/publications/judges_journal/vol50no4-jj2011-tech.pdf (accessed: 23.07.2025).

41. Kotenko M. V., Shtanhret H. Z. Elliptical Sentences as Headlines of Newspaper Articles. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2022. № 55. С. 39–42. URL: https://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v55/9.pdf (дата звернення: 3.01.2025)

42. Mustafa S. An analysis of word formation process in everyday

communication on Facebook. *International Journal of Education and Research*. 2015. Vol. 3 № 6. P. 261–274.

43. Samboruk L. A., Golubykh A. A. Linguistic Means of Economy in the English Mass Media Medical Discourse. *Topical Issues of Linguistics and Teaching Methods in Business and Professional Communication. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (EpSBS)*. 2020. Vol. 97. P. 591–598.

44. Samraj B. Worlds of written discourse: a genre-based view. *Studies in Second Language Acquisition.* 2006. №28(04). P. 651–653. URL: https://www.researchgate.net/publication/231981033_WORLDS_OF_WRITTEN_ DISCOURSE_A_GENRE-BASED_VIEW (accessed: 19.09.2025).

45. Sultani M. E., Matin F. Key Factors contributing to Language Variation. *Kunduz University International Journal of Islamic Studies and Social Sciences*. 2025. 2(2). C. 278-288. URL: https://doi.org/10.71082/1jp6rf72. (accessed: 13.08.2025).

46. Sweet H. History of the English sounds from the earliest period. URL: https://archive.org/details/historyofenglish02sweeuoft/page/n3/mode/2up (accessed: 25.06.2025).

47. Sweetchields O., Lucas J. M. Origin, Development and History of English Language: A Study. *Technoarete Transactions on Language and Linguistics*. 2022. Vol.1. Issue 2. P. 6–11. URL: https://technoaretepublication.org/language-and-linguistics/article/origin-development-history.pdf (accessed: 3.10.2025).

48. Szymanek B. The Latest Trends in English Word Formation. URL: https://www.researchgate.net/publication/226043697_The_Latest_Trends_In_ English_Word-Formation (accessed: 5.11.2025).

49. Volkova M., Pelyak V. Some peculiarities of modern English abbreviations as different kinds of speech acts. *Anglistics and Americanistics*. 2023. №20. P. 9–12. URL: https://doi.org/10.15421/382302 (accessed: 2802.2025).

50. Whitney W. D. The Life and Growth of Language. An Outline of

Linguistic Science. URL: https://books.google.com.ua/books/about/The_Life_and_Growth_of_Language.html?id=cHoXAAAAYAAJ&redir_esc=y (accessed: 4.05.2025).

51. Wimmer R. D., Dominick J. R. Mass Media Research: an Introduction. Boston : Wadsworth Cengage Learning, 2011. 480 p.

52. Yemelyanova O., Titareva M. Popova T. The pecularities of semantic compression implementation in popular English talk shows. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки.* 2021. Вип. 193. Кропивницький : Видавництво «КОД». С. 127–132. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f743b172-1ab7-4b6b-80e1-e64c244b9aab/content (accessed: 5.09.2025).

53. Zabotnova M. Acronyms and abbreviations as a part of the internet slang and their role in saving speech efforts in the process of communication in the chatspeaks. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна».* Острог : Вид-во НаУОА, 2017. Вип. 67. С. 26–28. URL: https://files.core.ac.uk/download/162041300.pdf (accessed: 14.06.2025).

СПИСОК ДЖЕРЕЛ ФАКТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

54. Abbreviations and acronyms dictionary. URL: https://www.acronymfinder.com (accessed: 20.10.2025).

55. Cambridge Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/ (accessed: 23.11.2025).

56. Macmillan English Dictionary. URL: https://www.macmillandictionary.com/ (accessed: 15.11.2025).

57. Merriam-Webster Dictionary. URL: https://www.merriam-webster.com/ (accessed: 24.09.2025).

58. The Guardian. URL: https://www.theguardian.com (accessed: 20.11.2025).

59. The Week. URL: https://theweek.com/uk (accessed: 12.11.2025).

SUMMARY

The **object** of the research is contemporary English-language mass-media discourse.

The **subject** of the study is the means of linguistic economy at the lexical, morphological, and syntactic levels of the linguistic system in the above-mentioned type of modern English discourse.

The **aim** of this thesis is to comprehensively identify and systematise the means of linguistic economy in English-language mass-media discourse.

Theoretical and methodological framework: scholarly works in modern linguistics that address the issue of linguistic economy (M. Zabotnova, B. Szymanek, O. V. Vasylenko, O. V. Strelnikova).

The factual **material** of the study consists of articles from the information portals *The Week* and *The Guardian*.

Findings. The principle of linguistic economy is one of the fundamental principles realised through stable techniques and devices that form part of the language system and are reproduced in speech; they perform specific functions in certain types of discourse. Linguistic analysis of mass-media discourse at the morphological level has shown active use of contracted verb forms, numerals, as well as various simple verb forms, among which the future and present historical tenses play a significant role. As a result of the linguostylistic analysis of syntactic features in media texts of contemporary English-language editorials, widely occurring one-member nominative sentences, complex attributive constructions, elliptical utterances, and secondary predicative constructions were recorded.

Keywords: *abbreviation, English language, discourse, construction, mass media, linguistic economy, morphology, sentence, syntax, function.*

Декларація
академічної доброчесності
здобувача ступеня вищої освіти ЗНУ

Я, Максимич Сергій Олександрович, студент 2 курсу магістратури, заочної форми навчання, факультету іноземної філології, спеціальність 035 Філологія, освітньо-професійна програма Мова і література (англійська), адреса електронної пошти maxymych@gmail.com,

- підтверджую, що написана мною кваліфікаційна робота на тему «Засоби мовної економії у сучасному англомовному дискурсі мас-медіа» відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, що визначені у ст. 42 Закону України «Про освіту», зі змістом яких ознайомлена;
- заявляю, що надана мною для перевірки електронна версія роботи є ідентичною її друкованій версії;
- згодний на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності у будь-який спосіб, у тому числі за допомогою Інтернет-системи, а також на архівування моєї роботи в базі даних цієї системи.

Дата 1.12.2025 Підпис _____ Максимич С. О.