Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини
Управління освіти і науки Кам'янець-Подільської міської ради
Гетенгенський університет імені Георга Августа (Німеччина)
Альпійсько-Адріатичний Університет Клагенфурт (Австрія)

«МОВА ТА МОВЛЕННЯ: ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ, КОМУНІКАТИВНИЙ ТА ДИДАКТИЧНИЙ АСПЕКТИ»

МАТЕРІАЛИ

ІІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(19-20 листопада 2020 року)

Кам'янець-Подільський

2020

УДК 81 (082)
ББК 81я431 М74

Редакційна колегія:
Т. В. Калинюк, кандидат педагогічних наук, завідувач кафедри німецької мови Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (відповідальний редактор)
Т. В. Боднарчук, кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри німецької мови Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка (відповідальний секретар)
А. О. Хоптяр, декан факультету іноземної філології, кандидат філологічних наук, доцент кафедри англійської мови Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка

М74
Мова та мовлення: лінгвокультурологічний, комунікативний та дидактичний аспекти : збірник матеріалів ІІ Міжнародної науково-практичної конференції, м. Кам'янець-Подільський, 19-20 листопада 2020 р. / редкол. Т. В. Калинюк (відп. ред.) та ін. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2020. 272 с.

У збірнику матеріалів ІІ міжнародної конференції «Мова та мовлення: лінгвокультурологічний, комунікативний та дидактичний аспекти», яка відбулася 19-20 листопада 2020 року у Кам'янець-Подільському національному університеті імені Івана Огієнка представлені доповіді учасників, які відображають різноаспектні дослідження актуальних проблем сучасної філологічної науки в Україні та світі.

Матеріали зверстано з електронних носіїв, наданих авторами публікацій. Відповідальність за зміст статей і матеріалів, допущені помилки та неточності несуть автори публікацій.

© Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2020 рік

СЕКЦІЯ 1
НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЧНІЙ ПАРАДИГМІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Галина Авчіннікова
кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри теорії та практики іноземних мов,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КЛІМАТИЧНИХ ЗМІН В АНГЛІЙСЬКИХ ЗМІ

Цікавим є те, що висвітлення науковцями та ЗМІ різних наукових тем може значно відрізнятися. Дослідження цього явища та його причин варте уваги. Стовбурові клітини, генетично модифіковані організми, клонування, наслідки хімічних речовин для навколишнього середовища чи здоров'я або зміни клімату: незалежно від теми, висвітлення у ЗМІ допомогло сформувати її сприйняття громадськістю й іноді сприяло тому, що наука перетворюється на політику, особливо стосовно довкілля. І навпаки, політичні сили, економісти та підприємці, кожен з яких має власні інтереси, уже давно намагаються впливати на висвітлення певних тем у ЗМІ, щоб сформувати певну позицію суспільства, і в наш час науковці все більше усвідомлюють силу засобів масової інформації.

Так, оскільки ЗМІ залишаються головним джерелом інформації, вони продовжують через газети, журнали, телебачення, радіо та Інтернет впливати на думки мільйонів читачів / глядачів / виборців. Люди дізнаються не лише про політичні, економічні чи інші новин із засобів масової інформації, але і про екологічні й наукові новини. Тож виявляється, що громадськість отримує значну частину своїх знань про науку із засобів масової інформації. Варто дослідити зображення засобами масової інформації про екологію та техногенні зміни клімату, які називають «глобальним потеплінням» або антропогенними змінами клімату. Вони є прикладом того, як наука, політика та ЗМІ перетинаються і взаємодіють. Спробуємо з'ясувати, як зовнішні впливи та внутрішні фактори формують і визначають висвітлення інформації про клімат у ЗМІ.

Майже до кінця XVIII ст. державний контроль над публічною сферою, спадщина колоніалізму, низький рівень грамотності та технологічні можливості значно обмежували пресу. Однак підвищення грамотності та винахід масового друкування надзвичайно розширило їхній вплив у Великобританії та у всьому світі, коли газети, принаймні в міських центрах, стали доступними за кілька центів. Розширення контенту у поєднанні з доходами від реклами означало, що газети ставали більш економічно привабливими, що призвело до розвитку від невеликих газет до великих новинних компаній. Дійсно, наприкінці XIX – на початку XX століття з'явилися перші конгломерати ЗМІ, прикладом яких стали магнати американських газет Джозеф Пулітцер та Вільям Рендольф Херст. Як наслідок цих подій, засоби масової інформації ставали дедалі потужнішими соціальними, політичними, економічними та культурними інституціями, які займали важливу роль у суспільстві [2, с. 16]

Критики основної наукової точки зору (що дії людини спричиняють зміни у світовому кліматі) намагалися використовувати звіти, доповіді, різні журналістські репортажі для впливу на висвітлення у ЗМІ, зокрема в США та Великобританії. Влітку 2006 року інформація, що з'явилася від Міжгірської сільської електричної асоціації (Седалія, Колорадо, США), а саме, кооперативу з розподілу електроенергії, зазначала, що ця група давно фінансувала публікацію критики й скептицизму щодо антропогенних змін клімату. Незважаючи на те, що фінансування не є незаконним, воно порушує етичні питання й може спотворювати правдиву інформацію. Існує багато прикладів того, як інші галузеві групи влаштовували медіа-кампанії: Інститут конкурентних підприємств, державна політична організація, що знаходиться у Вашингтоні, округ Колумбія, має на меті просування принципів вільного підприємництва та обмеженого уряду. Ця організація зібрала низку рекламних роликів у 2006 р., було дезінформовано 13 ключових міст США, стверджуючи, що вуглекислий газ не є забруднювачем. Їх гаслом було «Ми називаємо це життям» (CEI, 2006) [5, с. 77].

Отже, журналістика формує уявлення суспільства в галузі кліматичної науки та політики, подібно до того, як кліматична наука й політика формують повідомлення й репортажі в ЗМІ та уявленнях громадськості.

У 1998 році газета «Нью Йорк Таймз» розповіла, що противники міжнародної кліматичної політики склали план із бюджетом у 600 000 доларів з метою набору вчених, які правдиво опишуть кліматичну ситуацію в світі, щоб вони допомогли переконати журналістів, політиків та громадськість, що ризик

глобального потепління занадто невизначений, щоб говорити про контроль над парниковими газами [4, с. 490-491]. Цей план, зібраний в офісах Американського нафтового інституту у Вашингтоні, округ Колумбія, був націлений на науковців-письменників, редакторів, оглядачів та кореспондентів телевізійних мереж з метою вплинути на дискусію ЗМІ про внесок людини у зміну клімату.

Обговорюючи вплив засобів масової інформації, В. Л. Беннетт заявив: «Мало що є настільки частиною нашого життя, як новини ... [вони] стали своєрідними моментальними історичними записами темпів прогресу, проблем і надії суспільства» [2, с. 15].

Отже, фактори, що впливають на висвітлення інформації про клімат у ЗМІ у США та Великобританії, не завжди є цілком об'єктивними. Варто добре розуміти передумови проведення переговорів про політику перш ніж вживати певних дій. Такі міркування можуть дати розуміння багатьох інших важливих тем, таких як генетично модифіковані організми, безпека вакцин чи етика досліджень стовбурових клітин. Центральним для кожної з цих дискусій є розуміння та аналіз того, як факти та цінності є пріоритетними. Не менш важливим є питання про те, як зіставити майбутні потенційні ризики та витрати з відчутними економічними вигодами для сьогодення – те, що лежить в основі як соціально-наукових, так і політичних спільнот.

Список використаних джерел

1. Abarbanel A., McClusky T. Is the world getting warmer?: Saturday Evening Post, 1 July 1950, p. 22-25.

2. Carvalho A. Representing the politics of the greenhouse effect: Discursive strategies in the British media. Critical Discourse Studies 2, 2005, p. 1–29.

3. Rajan S. R. Modernizing Nature. Oxford, UK: Oxford University Press. 2006, p. 3-4.

4. Ungar S. The rise and (relative) decline of global warming as a social problem. Sociol Q 33, 2002, p. 483-501.

5. Wilson K. M. Mass media as sources of global warming knowledge. Mass Communication Review 22, 2018, p. 75-89.