

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІОЛІНГВІСТИКИ [CURRENT ISSUES IN SOCIOLOGICAL LINGUISTICS]

УДК 811.161.2:821.161.2'06

Стаття надійшла до редакції [Article received] – 19.07.2025 р.

Фінансування [Financing] – самофінансування [self-financing]

Перевірено на плагіат [Checked for plagiarism] – 20.07.2025 р.

Оригінальність тексту [The originality of the text] – 98 %

<http://doi.org/10.17721/2663-6530.2025.48.05>

ПРОБЛЕМАТИКА ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ У СУЧАСНОМУ ФРАНЦУЗЬКОМУ МЕДІЙНОМУ ДИСКУРСІ

Олена Олексіївна Воловік (м. Київ, Україна)

missvolovik@gmail.com

магістрантка кафедри романської філології

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

(Міністерство освіти і науки України)

01601, м. Київ, бульвар Тараса Шевченка, 14

У статті розглядається функціонування мовної особистості в сучасному французькому медійному дискурсі, зокрема на прикладі діяльності медіапроєкту HugoDécrypte. Звертається увага на структурні рівні мовної особистості, їх прояв у цифровому середовищі та специфіку представлення мовця в умовах соціальних платформ. Стаття також акцентує на специфіці репрезентації мовця в умовах новітніх форматів цифрової взаємодії, де медійна постать виконує функцію не лише інформатора, але й активного творця соціальних смислів. Аналіз підкріплюється елементами когнітивного та прагматичного підходів, що дозволяє висвітлити стратегічний характер мовленнєвої поведінки у французькому медійному просторі.

Ключові слова: *медіадискурс, мовна особистість, цифрова комунікація, стилістика мовлення, персоналізація комунікації, медіатекст.*

(Актуальні питання соціолінгвістики [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Проблематика формування мовної особистості у сучасному французькому медійному дискурсі (Українською)

[Problematyka formuvannia movnoi osobystosti u suchasnomu frantsuzkomu mediinomu dyskursi]

© Воловік О. О. [Volovik O. O.], missvolovik@gmail.com

THE PROBLEM OF LANGUAGE PERSONALITY FORMATION IN CONTEMPORARY FRENCH MEDIA DISCOURSE

Olena O. Volovik (Kyiv, Ukraine)

missvolovik@gmail.com

Master Student of Romanic Philology Department

Taras Shevchenko National University of Kyiv

(Ministry of Education and Science of Ukraine)

14 Taras Shevchenko Blvd., Kyiv, Ukraine, 01601

The article examines the functioning of linguistic personality in contemporary French media discourse, particularly through the example of the HugoDécrypte media project. Attention is given to the structural levels of linguistic personality, their manifestation in the digital environment, and the specifics of self-presentation in the context of social platforms. The article also emphasizes the specificities of self-presentation in the new formats of digital interaction, where the media figure acts as an active creator of social senses. The analysis is supported by elements of cognitive and pragmatic approaches, allowing a deeper understanding of the strategic nature of communicative behavior in the French media space.

Keywords: media discourse, linguistic personality, digital communication, speech stylistics, communication personalization, media text.

Медійний дискурс став одним із провідних каналів впливу на свідомість суспільства, а комунікація в ньому – багатоформатною, персоналізованою та інтенсивною. У цьому середовищі створюються нові умови для формування мовної особистості як індивіду, чий стиль мовлення, комунікативні стратегії та вербально-невербальні прояви активно формують сприйняття змісту повідомлення. Особливої уваги набуває аналіз лінгвістичних засобів самопрезентації, інтонаційних і стилістичних особливостей мовця, прагматичних установок і їхньої ролі у взаємодії з аудиторією. У контексті сучасного медійного простору мовна особистість дедалі частіше постає як активний суб'єкт дискурсу, що формує соціальні уявлення, спрямовує інтерпретації подій і впливає на колективну свідомість. Таким чином, дослідження мовної особистості дозволяє простежити не лише індивідуальний стиль мовлення, а й виявити глибші механізми комунікативної дії, зокрема – побудову авторитету, апеляцію до емоцій, створення ефекту близькості з аудиторією.

(Current issues in sociolinguistics [Aktual'ni pytan'ja sociolingvistyky])

The Problem of Language Personality Formation in Contemporary French Media Discourse (in Ukrainian)

[Problematyka formuvannia movnoi osobystosti u suchasnomu frantsuzkomu mediinomomu dyskursi]

© Volovik O. O. [Volovik O. O.], missvolovik@gmail.com

У межах цієї статті мовна особистість розглядатиметься як багатовимірне явище, сформоване під впливом дискурсивних, соціокультурних і когнітивних чинників, а особливий акцент буде зроблено на її реалізації в актуальних медійних форматах – таких як публічні виступи, інтерв'ю, аналітичні подкасти чи соціальні платформи.

Актуальність теми зумовлено потребою осмислення нових способів мовної самопрезентації, які поєднують вербальні, візуальні й культурні компоненти впливу, а також специфіку комунікації з молоддю аудиторією в соціальних мережах.

Мета статті полягає в тому, щоб теоретично обґрунтувати феномен мовної особистості у сучасному французькому медійному дискурсі та з'ясувати типові ознаки її функціонування у цифровій комунікації, мультимодальному середовищі та персоналізації мовлення.

Об'єктом дослідження є французький медійний дискурс, у якому реалізується мовна особистість. **Предметом** – мовні, когнітивні та прагматичні характеристики мовної особистості, що виявляються в актуальних медіаформатах.

Матеріалом дослідження роботи постає публічна діяльність французького медійника HugoDécrypte в межах сучасного медійного простору, зокрема його комунікативна поведінка на платформах YouTube, Instagram та TikTok. У фокусі дослідження – не окремі повідомлення, а загальні тенденції мовної поведінки, які дозволяють окреслити особливості формування мовної особистості в умовах цифрового французького медіадискурсу.

Основні **завдання** дослідження полягають у виявленні характерних рис у систематизації наукових підходів до інтерпретування поняття мовної особистості, виявленні специфічних рис сучасного медіадискурсу, зокрема французького, як середовища її формування. Основними **методами** виступають дискурсивний аналіз; елементи когнітивного аналізу – з метою виявлення концептуальних моделей і стратегій мовної репрезентації особистості. Також використано елементи контент-аналізу для опису структурних і стилістичних особливостей цифрового мовлення.

Наукова новизна полягає в акцентуванні ролі медіадискурсу як простору формування мовної особистості в умовах цифрової комунікації, мультимодальності та персоналізації. У фокусі – виявлення нових мовних стратегій, що відображають трансформацію мовної норми, зміщення комунікативних пріоритетів та зміцнення прагматичного виміру мовлення. Аналіз базується на сучасних підходах до вивчення дискурсу, зокрема дискурсивного, когнітивного та функціонально-прагматичного

(Актуальні питання соціолінгвістики [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Проблематика формування мовної особистості у сучасному французькому медійному дискурсі (Українською)

[Problematyka formuvannia movnoi osobystosti u suchasnomu frantsuzkomu mediinomu dyskursi]

© Волов'ик О. О. [Volovik O. O.], missvolovik@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

аналізу, що дає змогу краще зрозуміти механізми самопрезентації, впливу та ідентифікації у французькому медійному середовищі.

Питанням дослідження мовної особистості в медійному дискурсі приділяли увагу такі дослідники, як Голубовська І. О., Мазепова О. В., Черниш О. А., Шародо П., проте аналіз її функціонування у французькому молодіжному цифровому просторі потребує подальшого осмислення, з огляду на стрімкий розвиток медійної сфери та трансформацію комунікативних практик.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існує багато підходів до тлумачення поняття медійного дискурсу. Нам найбільше імпонує визначення Дмитра Сизонова: «Медіадискурс – це глобальна універсальна категорія сучасного комунікативно-інформаційного дискурсу, яка виступає певним тлом та в якому відбиваються актуальні настрої суспільства в різних сферах діяльності – політиці, економіці, культурі тощо, а також динамічні інноваційні процеси, як-от, лексичні новотвори, семантичні неологізми, «реанімовані» архаїзми, перифрази, крилаті вислови, запозичення з інших мов» [4, с. 386]. Такий підхід до тлумачення акцентує на двох важливих аспектах медіадискурсу: здатності віддзеркалювати культурні, політичні та економічні процеси та лінгвістичній динаміці, тобто трансформації мовної норми, появі неологізмів та запозичень тощо.

Сьогодні ж соціальні мережі суттєво змінюють саму природу комунікації. Вони створюють середовище для активного обміну інформацією, у якому поєднуються масова та міжособистісна комунікація, офіційне та неформальне мовлення, вербальні та мультимодальні способи подачі. Соціальні мережі активізують потребу самовираження, перетворюючи кожного комуніканта на потенційного мовця, здатного впливати на публічний простір. Таким чином, соціальні платформи не лише віддзеркалюють соціокультурні зміни, а й виступають середовищем формування мовної особистості, де реалізуються нові стратегії мовленнєвої поведінки, а також конструюються моделі ідентичності в умовах цифрової взаємодії [6, с. 279].

Сучасний французький медійний дискурс реагує на запити динамічного цифрового середовища, в якому зростає попит на емоційність, стислий виклад, доступність і персоналізацію повідомлення. У рамках нашого дослідження медіадискурс розглядається не лише як відображення соціальних змін та простір активної мовленнєвої діяльності, а й середовище реалізації мовної особистості, яка є

(Current issues in sociolinguistics [Aktual'ni pytan'ja sociolingvistyky])

The Problem of Language Personality Formation in Contemporary French Media Discourse (in Ukrainian)

[Problematyka formuvannia movnoi osobystosti u suchasnomu frantsuzkomu mediinomu dyskursi]

© Volovik O. O. [Volovik O. O.], missvolovik@gmail.com

ПРОБЛЕМИ СЕМАНТИКИ, ПРАГМАТИКИ ТА КОГНІТИВНОЇ ЛІНГВІСТИКИ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

складним і динамічним комунікативним явищем, яке постійно адаптується до нових форматів спілкування.

У французькій лінгвістиці активно використовується термін «le sujet parlant», що за визначенням Патріка Шародо «це особа, яка говорить, тобто мовець у комунікативній ситуації. Вона є центром комунікації та висловлювання не просто як передавач повідомлень, а як індивід, який мислить, відчуває та діє через мову.» [8, с. 341]. Ця дефініція набуває особливої актуальності, оскільки в умовах сучасного медійного середовища, мовна особистість формує наративи та активно впливає на аудиторію. У цифрових форматах (соцмережі, відеоплатформи, подкасти тощо) «le sujet parlant» виступає одночасно як комунікатор і репрезентант певної позиції чи ідентичності. Його мовлення часто супроводжується візуальними, емоційними, стилістичними елементами, що підсилюють ефект присутності й персоналізації. Таким чином, мовна особистість у медійному дискурсі – це не лише лінгвістична категорія, а ключовий механізм впливу, що діє на перетині особистісного, соціального й інституційного рівнів [3, с. 75-76].

Мазепова О. В. виділяє три плани цього поняття: ціннісний план, який етичні норми поведінки, притаманні певному етносу в певний період. Когнітивний план, який виявляється через аналіз картини світу, властивий мовній особистості. Та поведінковий план – специфічний набір навмисних і мимовільних ознак мовлення і паралінгвістичних засобів спілкування [2, с. 279]. Вважаємо, що у сучасному медійному просторі ці три плани виявляються з підвищеною динамікою. Наприклад, ціннісний план реалізується через передачу моральних оцінок, культурних кодів, переконань, які мовна особистість втілює у медійному тексті. Когнітивний план простежується у манері структурувати інформацію, інтерпретувати подію, що демонструють систему цінностей і уявлень мовної особистості. Поведінковий план проявляється у невербальному аспекті через стиль подачі інформації, міміку, жести, візуальні елементи контенту – усе це створює образ мовця у межах медійного дискурсу.

Голубовська І. О. наголошує на класичній структурі мовної особистості, яка складається з трьох рівнів: нульового – вербально-семантичного, першого – лінгво-когнітивного та другого – мотиваційного [1, с. 25-26]. Вербально-семантичний рівень відповідає за словниковий запас особистості, тобто сукупність мовних засобів, якими вона володіє. Це рівень знання мовних одиниць (слів, граматичних конструкцій, фразеологізмів), а також вміння їх коректно вживати. Нульовий рівень

(Актуальні питання соціолінгвістики [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Проблематика формування мовної особистості у сучасному французькому медійному дискурсі (Українською)

[Problematyka formuvannia movnoi osobystosti u suchasnomu frantsuzkomu mediinomu dyskursi]

© Воловік О. О. [Volovik O. O.], missvolovik@gmail.com

PROBLEMS OF SEMANTICS, PRAGMATICS AND COGNITIVE LINGUISTICS

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

<http://semantics.knu.ua/index.php/prblmsemantics>

забезпечує, скажімо, технічну сторону мовлення: правильність, точність і варіативність мовного оформлення думок. Лінгво-когнітивний рівень охоплює систему знань, уявлень, концептів, з якими вона співвідносить мовні одиниці. Тобто, через перший рівень вдається представити індивідуальну мовну картину світу, тобто систему понять, уявлень, цінностей і концептів, через які він інтерпретує дійсність. Саме цей рівень дозволяє мовцю розуміти зміст висловлювань і створювати власні повідомлення, виходячи з особистісного досвіду, переконань і культурного фону [5, с. 97–99]. Мотиваційний рівень визначається як сукупність завдань, цілей, установок, які впливають на мовну поведінку. Через другий рівень проявляється те, чому і з якою метою мовна особистість передає повідомлення та, що саме вона хоче донести, якими засобами вплинути на адресата. На цьому рівні виявляються стилістичні та стратегічні особливості мовлення, тональність, прагнення до переконання, самопрезентації тощо.

Щоб проілюструвати зазначені вище рівні структури мовної особистості, пропоную звернутися до конкретного прикладу в межах сучасного французького медійного дискурсу, а саме до діяльності HugoDécrypte, французького медійника, що став популярним завдяки своєму контенту в соціальних мережах, орієнтованому на молоду французьку аудиторію. Для цього зроблено огляд сторінок HugoDécrypte в соціальних мережах (TikTok, Instagram, YouTube).

Вербально-семантичний рівень вирізняється лаконічністю повідомлень, стилістичною простотою чіткістю й адаптованістю мовних конструкцій до сприйняття молодіжної аудиторії. У текстах простежується частотне пояснення складних політичних чи соціальних тем, зокрема через уникнення складних граматичних конструкцій, надмірно офіційного стилю та багатокомпонентних складнопідрядних речень. Натомість надається перевага розмовній нормі, коротким реченням та прикладам або культурним референсам, зрозумілих молодіжній аудиторії, що дозволяє створити ефект близькості та довіри, а також підвищити інформативну ефективність контенту в умовах швидкого споживання інформації в соціальних мережах.

На лінгво-когнітивному рівні мовна особистість HugoDécrypte транслює специфічну інтерпретацію дійсності, сформовану на перетині особистісного досвіду, етичних переконань та культурного коду цільової аудиторії. Мовна картина світу, яку він представляє, спирається на ідеї демократичності, принципи відкритого діалогу, прозорість та критичне осмислення подій, про які йдеться у медіатексті.

(Current issues in sociolinguistics [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

The Problem of Language Personality Formation in Contemporary French Media Discourse (in Ukrainian)**[Problematyka formuvannia movnoi osobystosti u suchasnomu frantsuzkomu mediinomomu dyskursi]**© Volovik O. O. [Volovik O. O.], missvolovik@gmail.com

Добір тем, логіка подачі повідомлень та прагнення зробити складну інформацію доступною й зрозумілою для молодшої публіки. Одночасно з цим провідну роль відіграє адаптація комунікативних висловлень до формату кожної окремої платформи. Наприклад, у TikTok – це стислість, динамічність і візуальне оформлення, що часто має звукові доріжки. Для соціальної мережі Instagram акцент робиться, перш за все на візуальній наочності та варіативності, враховуючи всі можливі формати платформи та емоційному залученні. У YouTube переважають розгорнуті пояснення аналітичного характеру до актуальних подій суспільно-політичного життя або ж інтерв'ю з активними медійними особистостями. Така адаптованість демонструє здатність мовної особистості моделювати свій дискурс відповідно до когнітивних очікувань і комунікативних практик цільової аудиторії.

Нарешті, мотиваційний рівень мовної поведінки HugoDécrypte свідчить про чітко визначену місію – інформувати, залучати до участі в суспільному житті все більшу кількість молодшої аудиторії, заохочувати критичне осмислення подій. Стиль подачі повідомлень є дружнім, викликає довіру та відчуття близькості й причетності серед аудиторії. HugoDécrypte не просто транслює інформацію, а й формує емоційний контакт з аудиторією, демонструючи приклад гнучкої, мультимодальної та соціально-орієнтованої мовної особистості у межах сучасного французького медіадискурсу.

Таким чином, на прикладі мовної особистості HugoDécrypte в медійному дискурсі можна простежити, як мовлення стає інструментом не лише передачі інформації, а й конструювання соціальних смислів, ідентичності й довіри. Ця мовна особистість демонструє сучасні моделі прояву функціонування мовця у публічному просторі: він постійно пристосовується до особливостей платформи, аудиторії та нових форматів, демонструючи складну взаємозалежність між мовним оформленням, ментальними установками та комунікативною метою.

Висновки. Медійний дискурс як форма соціальної комунікації набуває сьогодні особливої ваги, оскільки він виступає не лише каналом передавання інформації, а й середовищем продукування і трансляції цінностей, смислів та моделей соціальної поведінки. У межах дослідження було проаналізовано функціонування мовної особистості у сучасному французькому медійному дискурсі. Проведений аналіз засвідчив, що мовна особистість у цифровому середовищі – це складна багаторівнева структура, яка виявляє себе на вербально-семантичному, лінгво-когнітивному та мотиваційному рівнях. У випадку HugoDécrypte

(Актуальні питання соціолінгвістики [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

Проблематика формування мовної особистості у сучасному французькому медійному дискурсі (Українською)
[Problematyka formuvannia movnoi osobystosti u suchasnomu frantsuzkomu mediinomu dyskursi]

© Волов'ик О. О. [Volovik O. O.], missvolovik@gmail.com

спостерігається високий ступінь адаптивності до вимог платформи, очікувань цільової аудиторії та комунікативного контексту, що дозволяє сформувати ефективну стратегію впливу. Подальше дослідження може бути зосереджено на розробці типології мовних особистостей у сучасному медійному середовищі, залежно від формату, стилю комунікації та цільової аудиторії.

Література:

1. Голубовська, І. О. (2008). Мовна особистість як лінгвокультурний феномен. *Studia linguistica*, 6, 25-32.
2. Мазепова, О. В. (2014). Еволюція поняття «мовна особистість» у сучасних лінгвістичних дослідженнях. *Мовні і концептуальні картини світу*, 48, 274-286.
3. Карпіна, О. О. (2015). Мовна особистість: її системні елементи та функціонування. *Актуальні питання іноземної філології*, 3, 74-78.
4. Сизонов, Д. Ю. (2013). Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. *Studia linguistica*, 7, 389-392.
5. Черниш, О. А. (2014) Мовна особистість в структурі мас-медійного дискурсу. *Актуальні проблеми іноземної філології та методики викладання іноземних мов*, 96-102.
6. Bondi, A. (2012). Le sujet parlant comme être humain et social. *Cahiers Ferdinand de Saussure*, 65, 25-38.
7. Dictionnaire de l'Académie française, 9e édition. Режим доступу: <https://www.dictionnaire-academie.fr/>.
8. Charaudeau, P. (2001). Langue, discours et identité culturelle. *Revue de didactologie des langues-cultures*, 123, 341-348.

References:

1. Holubovska, I. O. (2008). Movna osobystist yak linhvokulturnyi fenomen. *Studia linguistica*, 6, 25-32.
2. Mazepova, O. V. (2014). Evoliutsiia poniattia «movna osobystist» u suchasnykh linhvistychnykh doslidzhenniakh. *Movni i kontseptualni kartyny svitu*, 48, 274-286.
3. Karpina, O. O. (2015). Movna osobystist: yii systemni elementy ta funktsionuvannia. *Aktualni pytannia inozemnoi filolohii*, 3, 74-78.
4. Syzonov, D. Y. (2013). Mediatekst ta mediadyskurs u suchasnomu mediinomu prostori. *Studia linguistica*, 7, 389-392.
5. Chernysh, O. A. (2014) Movna osobystist v strukturi mas-mediinoho dyskursu. *Aktualni problemy inozemnoi filolohii ta metodyky vykladannia inozemnykh mov*, 96-102.
6. Bondi, A. (2012). Le sujet parlant comme être humain et social. *Cahiers Ferdinand de Saussure*, 65, 25-38.
7. Dictionnaire de l'Académie française, 9e édition. Retrieved from: <https://www.dictionnaire-academie.fr/>.
8. Charaudeau, P. (2001). Langue, discours et identité culturelle. *Revue de didactologie des langues-cultures*, 123, 341-348.

(Current issues in sociolinguistics [Aktual'ni pytannja sociolingvistyky])

The Problem of Language Personality Formation in Contemporary French Media Discourse (in Ukrainian)

[Problematyka formuvannia movnoi osobystosti u suchasnomu frantsuzkomu mediinomu dyskursi]

© Volovik O. O. [Volovik O. O.], missvolovik@gmail.com