життєвий простір перешкоджають своєчасному та повноцінному засвоєнню дитиною найнеобхідніших знань та вмінь від соціальних інститутів. Така обмеженість призводить до соціальної дезадаптації, яка обумовлена порушеннями у розвитку та виникненням через це утруднень у самообслуговуванні, спілкуванні, навчанні, оволодінні в майбутньому професійними навичками тощо.

З рахуванням специфіки стану здоров'я дітей з інвалідністю особливу увагу доцільно приділяти вдосконаленню системи соціальної підтримки, охорони здоров'я, реалізації реабілітаційних програм для збереження фізичної та розумової активності таких дітей, максимально створювати умови для подальшого самостійного життя осіб з обмеженими функціональними можливостями [1, с. 111].

Соціальна робота з дітьми, які мають обмежені функціональні можливості – це особливий вид спеціально організованої професійної соціальної діяльності, яка полягає у виявленні та розв'язанні проблем дитини з метою реалізації та захисту їх прав на всебічний розвиток і орієнтована на допомогу і співпрацю в її життєвому самовизначенні.

Отже, соціальна робота з дітьми, які мають функціональні обмеження спрямована на мобілізацію внутрішніх ресурсів для зміни уявлення про безнадійність його позиції, відновлення захисних сил організму, формування впевненості та мотивації для подолання почуття тривоги, страху або провини, психологічних комплексів, невпевненості в силах, закріплення активності, ефективна особиста позиція.

Список використаних джерел

1. Штокало О. А. Дитяча інвалідність. Соціалізаційний контекст / О. А. Штокало. – Одеса, 2008. – С. 106–112.
2. Маслова В. В. Соціальна педагогіка. Термінологічний словник-довідник : для студентів соціально-гуманітарних спеціальностей / В. В. Маслова. – Маріуполь, 2004. – С. 11–17.

Віра Богдан

ЗАГОЛОВОК МЕДІА ТЕКСТУ ЯК ОСНОВНИЙ ЗАСІБ ПРАГМАТИЧНОГО ВПЛИВУ НА ЧИТАЧА

У зв'язку з великою зайнятістю та глобальною гаджеталізацією, люди все частіше знаходять потрібну інформацію в інтернеті. Мас-медіа сприяє формуванню загальної картини свідомості громадян, маніпулюванню їх думкою, що є предметом дослідження не тільки психологів, філософів, політологів, але й лінгвістів. Власне, мовний аспект аналізу медіа текстів передбачає виявлення не тільки лінгвістичних, але й стилістичних та

прагматичних закономірностей, дослідження шляхів маніпуляції реципієнтом.

Термін «медіа текст» з'явився не так давно (90-ті рр. XX ст.). Це поняття включає в себе: публіцистичний текст, рекламний текст, мережевий текст тощо.

Не дивлячись на різножанровість медіа текстів, все ж можна виділити спільні, універсальні ознаки текстів масової комунікації. По-перше, ці ознаки зумовлені особливостями форми та змісту повідомлення; по-друге, механізмом їх створення та розповсюдження. До них відносяться:

1. Популярність:
– близькість до аудиторії (вся інформація має бути простою і зрозумілою всім читачам, повинна відповідати потребам суспільства);
– опора на конкретні життєві ситуації;
– драматизм повідомлення, заснований на відтворенні конфліктних, повсякденних життєвих ситуацій.
2. Актуальність та миттєвість. Масова комунікація спирається на те, що саме сьогодні має найвагоміше значення, яка найактуальніша тема із політичної сфери, побуту тощо.
3. Релевантність. Повна відповідність інформаційним вимогам аудиторії, її потребам та інтересам.
4. Інтертекстуальність. Будь-який медіа текст – це ніби перехідна ланка від одного повідомлення до іншого, тобто в кожному тексті є посилання на попередній, пов'язаний тематично, текст.
5. Стереотипність. В основі всіх медіа повідомлень закладені мовленнєві та жанрові комунікативні стандарти. Наприклад, вони спираються на певні функціонально-стильові характеристики, форму та структуру, зрозумілу пересічному читачеві [2, с. 180].

Заголовок – це невід'ємна частина медіа тексту, більше того – це основний засіб прагматичного впливу на читача. Як відзначає Т. В. Монахова: «нині заголовок має єдину вимогу – клікабельність: користувач Інтернет-ЗМІ повинен зацікавитися заголовком і натиснути на посилання» [3, с. 110]. Водночас він має бути привабливим, несподіваним, однак не повинен розкривати повний зміст тексту, таким чином ніби змушуючи читача прочитати матеріал повністю.

Дослідження психологів доводять, що вісімдесят відсотків читачів переглядають лише заголовки. Назва може нести змістовну та логічно завершену інформацію, яку можна зрозуміти і без звернення до тексту. Такий заголовок – це вже мовленнєвий акт, в якому виражена думка та настанова автора.

Мовна гра – один із головних засобів, що має прагматичний потенціал, за допомогою якого автор з легкістю може нав'язати свою думку аудиторії.

На думку В. Саннікова мовна гра – навмисне та усвідомлене використання суперечливого твердження, але реципієнт повинен обов'язково позитивно відреагувати на сказане. Ось тоді ця «зумисна неправильність» ніби викликає бажання брати участь у запропонованій грі і нарешті дізнатися істинну ціль автора [4, с. 454].

До прийомів мовної гри належать: каламбури, створення оказіоналізмів, оперування прецедентними текстами, інтертекстуальність, різні види тропів (порівняння, метафора, перифраза тощо). Розрізняють такі варіанти включення мовної гри в медіа тексти: семантичні, графічні або ж лексичні [1].

Найбільш уживаним прийомом гри можна впевнено назвати метафору. Сам цей троп окрім інформаційної, виконує ще й прагматичну функцію: не тільки впливає та переконує, але й викликає певні емоції у читача. Наприклад, у спортивній хроніці дуже часто можемо знайти заголовки інтернет новин із заміною назви речі на матеріал: Norwegens Curler bekommen rührende Bronze-Zeremonie [6]; Gold-Schmu bei Olympia – Sieger bekommen nur Silber [5].

Отже, як ми бачимо вплив на реципієнта у медіапросторі – поле для дослідження не тільки психологів, соціологів, але й філологів, адже при перегляді заголовків велика частка елементів, які впливають на підсвідомість людей належить до лінгвістичного ряду.

Список використаних джерел

1. Захарчук М. Я. Прагматичний аспект функціонування заголовків (на прикладі гіперлокального медіа Район.in.ua) / М. Я. Захарчук // International scientific e-journal ΛΌГОΣ. ONLINE. – 2019. – № 4. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.04.03.html
2. Красноярова О. В. Медийный текст: его особенности и виды / О. В. Красноярова // Известия ИГЭА. – 2010. – Т. 71, № 3. – С. 177–181.
3. Монахова Т. В. Інформаційно-змістова специфіка викладання дисципліни «Сучасна українська мова ЗМІ» на факультетах журналістики / Т. В. Монахова // Інформаційні технології в освіті: зб. наук. пр. – Херсон, 2017. – Вип. 4. – С. 107–117.
4. Санников В. З. Русский язык в зеркале языковой игры / В. З. Санников. – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 539 с.
5. Gold-Schmu bei Olympia – Sieger bekommen nur Silber // Focus online. – Режим доступу: https://www.focus.de/sport/olympia-2012/so-viel-gold-steckt-in-gold-olympiasieger-bekommen-in-wirklichkeit-silber_aid_796592.html. – 09.08.2012.
6. Norwegens Curler bekommen rührende Bronze-Zeremonie // ntv. – Режим доступу: https://www.n-tv.de/sport/der_sport_tag/Der-Sport-Tag-am-Samstag-24-Februar-2018-article20305611.html. – 24.02.2018.