

УДК 81'42:316.77](045)

DOI: 10.18524/2307-4604.2025.1(54).335438

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СЕМІОТИЧНИХ КОМПОНЕНТІВ АНГЛІЙСЬКОМОВНОГО МЕДІАДИСКУРСУ

Куліш В. С.

кандидат філологічних наук, доцент

Сумський державний університет

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-8283-7431>

Стаття присвячена теоретичному дослідженню семіотичних компонентів англійськомовного медіадискурсу, що базується на класичних і сучасних теоретичних підходах до аналізу знакових систем, кодів та мультимодальних стратегій, які реалізуються у сучасних медіатекстах. Медіадискурс розглядається як складне, багатокомпонентне комунікативне утворення, де взаємодіють різні типи знаків — вербальні, візуальні, аудіальні, паралінгвістичні та цифрові елементи. Ця взаємодія забезпечує створення багатозначного смислу, що залежить від когнітивних, прагматичних та соціокультурних чинників. Особлива увага приділяється процесам комбінування знаків та механізмам конструювання значень у межах соціокультурного контексту. Семіотична концепція Чарльза Пірса, зокрема триади́чна модель знака, є ключовою для розуміння динамічної природи знакової інтерпретації у медіадискурсі. Вона дозволяє дослідити, як вербальні й невербальні елементи, зокрема емодзі, ікони, кольорові символи та аудіовізуальні фрагменти, формують у свідомості реципієнта ролі, асоціації й культурні конотації. Соціосеміотичний підхід розкриває роль медіатекстів як інструментів конструювання соціальної реальності, ідеологій і колективної ідентичності. Інтертекстуальність у медіадискурсі виступає як стратегія, що посилює емоційний, аргументативний і креативний потенціал повідомлення, формуючи зв'язок із аудиторією та забезпечуючи глибше сприйняття текстів у конкретних соціокультурних умовах.

Ключові слова: медіадискурс, медіатекст, семіотичні компоненти, соціосеміотичний підхід, інтертекстуальність

THEORETICAL BASES FOR RESEARCHING SEMIOTIC COMPONENTS OF ENGLISH-LANGUAGE MEDIA DISCOURSE

Kulish V. S.

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor
Sumy State University

The article studies semiotic components of English-language media discourse based on classical and modern theoretical approaches to analysing sign systems, codes, and multimodal strategies implemented in contemporary media texts. Media discourse is considered a complex, multi-component communicative formation, where different types of signs interact — verbal, visual, auditory, paralinguistic and digital elements. This interaction ensures the creation of a multi-layered meaning that depends on cognitive, pragmatic and sociocultural factors. Particular attention is paid to the processes of combining signs and the mechanisms of constructing meanings within a sociocultural context. Charles Peirce's semiotic concept, particularly the triadic model of the sign, is the key to understanding the dynamic nature of sign interpretation in media discourse. It allows us to explore how verbal and non-verbal elements, particularly emojis, icons, colour symbols and audiovisual fragments, form meanings, associations and cultural connotations in the recipient's mind. The sociosemiotic approach reveals the role of media texts as tools for constructing social reality, ideologies and collective identity. Intertextuality in media discourse acts as a strategy that enhances a message's emotional, argumentative and creative potential, forming a connection with the audience and ensuring a deeper perception of texts in specific sociocultural conditions.

Key words: media discourse, media text, semiotic components, sociosemiotic approach, intertextuality

Вступ. Теоретичне підґрунтя дослідження семіотичних компонентів англomовного медіадискурсу формується на основі як класичних, так і новітніх підходів до інтерпретації знакових систем, кодів і мультимодальних стратегій, що реалізуються у межах сучасного медіатексту. Медіадискурс трактується як складне, динамічне й полікомпонентне комунікативне утворення, у якому взаємодіють різноманітні знакові ресурси — вербальні (мовні), візуальні (зображення, графіка), аудіальні (музика, інтонація), а також паралінгвістичні та цифрові елементи. В межах такого підходу особлива увага приділяється аналізу способів поєднання цих ресурсів, механізмів створення смислу, а також когнітивним, прагматичним і соціокультурним чинникам, що зумовлюють сприйняття і інтерпретацію медіаповідомлень. Вивчення семіотичних компонентів медіадискурсу передбачає урахування не лише функціонального потенціалу окремих знаків і кодів, але й

особливостей їхньої комбінації, що формує багатшарову, мультимодальну семіотичну структуру, спрямовану на ефективну комунікацію з цільовою аудиторією.

Медіадискурс як комплексний семіотичний конструкт розглядається як багаторівнева система, у межах якої медіатексти функціонують як поліформні структури, що об'єднують різні типи знаків — вербальні, візуальні, аудіальні, графічні, кінетичні тощо — в єдиному комунікативному та інформаційному середовищі (Tsaryk, 2024; Бойко, 2024). Ці знаки не лише виконують передавальну (інформаційну) функцію, а й кодують культурно зумовлені смисли, відображаючи соціальні, ідеологічні та ціннісні орієнтири суспільства. Вони мають кодову природу (оскільки інтерпретуються згідно з прийнятими в культурі правилами знакового читання), інформаційну функцію (передаючи повідомлення або аргументацію) та культурний вимір (впливаючи на формування колективних уявлень, норм і поведінкових патернів). У межах медіадискурсу ці компоненти взаємодіють у режимі мультимодальності, створюючи цілісне знакове середовище, що репрезентує сучасні форми соціальної комунікації й виконує як когнітивну, так і соціокультурну функції.

Метою статті є визначення та систематизація ключових теоретичних підходів до вивчення семіотичних компонентів у структурі сучасного англійськомовного медіадискурсу.

Актуальність роботи обумовлена інтересом вчених до проблем семіотики та медіадискурсу та необхідністю визначення та систематизації ключових теоретичних підходів до вивчення семіотичних компонентів.

Методи дослідження. Дослідження семіотичних компонентів у сучасному англійськомовному медіадискурсі здійснюється на основі міждисциплінарних підходів, які інтегрують лінгвістичну та структурну методик в поєднанні з семіотичним, комунікативно-прагматичним, контекстуальним, дистрибутивним компонентним аналізами та методом топікального моделювання. Такий комплексний підхід дозволяє враховувати багатовимірну природу медіатекстів, що поєднують вербальні та невербальні знакові системи, включаючи мову, зображення, звук, жести і графічні елементи. Методологія дослідження фокусується на вивченні знакових одиниць і кодів, їхніх взаємодіях, а також на аналізі способів конструювання смислів у межах конкретних соціокультурних контекстів. Особлива увага приділяється ролі

цих семіотичних засобів у формуванні сприйняття і впливі на цільову аудиторію, що є ключовим для розуміння ефективності комунікативних стратегій у медіадискурсі.

Результати обговорення. Аналізуючи компоненти медіадискурсу ми притримувалися принципів традиційного підходу, що ґрунтується на аналізі триадної моделі знака, розрізнення денотативного й конотативного значення, роль кодів і культурних конвенцій, залученні мультимодальної семіотики, соціосеміотичного підходу та інтертекстуальності. Така методика дослідження дозволяє виявити та описати семіотичні компоненти англійськомовного медіадискурсу.

Символи є умовними знаками, що слугують для опосередковано-го вираження та передачі думок, ідей, емоцій, об'єктів або дій. Вони виконують функцію кодування і декодування змісту в процесі комунікації, забезпечуючи розуміння між учасниками взаємодії (Sampson, 2022). У дослідженні семіотичних компонентів сучасного англійськомовного медіадискурсу провідну методологічну позицію займає семіотична концепція Чарльза Сандерса Пірса (Peirce, 1998), одного з фундаторів сучасної семіотики. Згідно з його теорією, будь-який елемент — мовне висловлення, візуальний образ, запах, об'єкт або дія — може виступати в ролі знака, якщо він репрезентує щось відмінне від себе у конкретному комунікативному контексті. Знак набуває семіотичної значущості лише через інтерпретацію, що відбувається в когнітивному процесі реципієнта (Sampson, 2022).

Центральним поняттям семіотичної концепції є триадична модель знака (так звана семіотична тріада), яка охоплює три взаємопов'язані складники:

Об'єкт — референт або явище, до якого відсилає знак;

Інтерпретант — ментальне уявлення або значення, що виникає внаслідок інтерпретації знака;

Репрезентамен (або знак у вузькому сенсі) — форма знака, яка слугує посередником між об'єктом і його розумінням (Peirce, 1998).

Така структура дозволяє розглядати семіотичну інтерпретацію як динамічний, контекстуально зумовлений процес конструювання значення, що передбачає взаємодію матеріального втілення знака, когнітивної переробки інформації та культурного або ситуаційного бекграунду. У межах сучасного медіадискурсу ця модель є особливо релевантною для аналізу невербальних елементів, зокрема емодзі, ікон, кольорових символів, аудіо- й відеофрагментів, які здатні ре-

презентувати емоційні стани, соціальні смисли або концептуальні категорії (Agustia, 2022).

Модель Пірса відкриває аналітичні можливості для глибшого розуміння того, яким чином конкретний компонент (репрезентамен) активізує певну інтерпретацію у свідомості адресата та які асоціації або культурні коннотації він викликає. Такий підхід дозволяє виявляти імпліцитні смисли, латентні ідеологічні посили та емоційні впливи, що кодуються в структурах сучасних мультимодальних медіатекстів.

Водночас, мультимодальна семіотика розглядається як напрям, що досліджує інтеграцію та взаємодію різномірних знакових систем — таких як вербальні (текст), візуальні (зображення), аудіальні (звук) та інші напівотичних ресурсів — у процесі формування цілісного смислу в межах комунікативного простору. Такий підхід дозволяє аналізувати, як комбіноване використання кількох модальностей посилює або змінює зміст повідомлення, ураховуючи контекст, жанр і цільову аудиторію (Zhang, 2024; Belgrimet, 2021).

В рамках цього підходу також валоративним є вивчення креолізованих текстів та креолізованої мови, яке О. Селіванова описує як мову, сформовану внаслідок взаємодії мови-джерела й іншої (місцевої) мови без піджинації (Селіванова, 2006). Тобто креолізовані тексти розглядаються як складні семіотичні утворення, що поєднують знакову систему природної мови (усну, письмову, друковану) з іншими знаковими системами — візуальними, аудіальними, ольфакторними тощо.

Соціосеміотичний підхід передбачає аналіз медіадискурсу як соціокультурного феномену, у якому знаки та знакові системи не лише відображають, а й активно конструюють соціальну реальність, формуючи і транслуючи домінантні ідеології, цінності та культурні коди (Zhang, 2024; Tsaryk, 2024). У межах цього підходу семіотичні ресурси розглядаються як інструменти, за допомогою яких здійснюється символічне моделювання суспільних значень, норм і поведінкових сценаріїв. Особлива увага приділяється тому, як конкретні мультимодальні елементи медіатекстів (мовні, візуальні, аудіальні) слугують засобами соціального впливу, ідеологічної інтерпретації подій та формування колективної ідентичності.

Медіадискурс інтерпретується як процес конструювання значення за допомогою сукупності різномірних семіотичних ресурсів або режимів, які функціонують у межах єдиного комунікативного про-

дукту чи події. Як зазначають Кресс і ван Левен (Kress, 2001), мультимодальність передбачає використання декількох семіотичних режимів при розробці семіотичного продукту або події. У цьому контексті соціосеміотичний підхід забезпечує аналітичну рамку, яка інтегрує як мультимодальну перспективу — зосереджену на паралельному функціонуванні мовних, візуальних, звукових та інших каналів комунікації, — так і контекстуальну перспективу, яка розкриває соціокультурну обумовленість значення. Значення, сформовані в мультимодальному дискурсі, не лише віддзеркалюють зовнішні соціальні умови, а й беруть участь у їх конструюванні. У динамічній взаємодії текст і контекст перебувають у реляційній залежності: з одного боку, мультимодальний текст є реакцією на специфіку комунікативної ситуації, а з іншого — сам створює нові контексти сприйняття й інтерпретації (Halliday, 1985; Halliday, 2014).

Інтертекстуальність розглядається як стратегія медіадискурсу, що передбачає залучення вже відомих реципієнтові знакових систем — кодів, символів, культурних алюзій або цитат — з метою формування додаткових смислових рівнів і налагодження комунікативного зв'язку з аудиторією. Такий механізм посилює вплив повідомлення, активізує фонові знання читача/глядача та забезпечує впізнаваність і конотативне збагачення тексту. Інтертекстуальні зв'язки, що можуть бути як прямими, так і імпліцитними, функціонують у межах єдиного семіотичного простору й сприяють глибшому розумінню медіаповідомлення в конкретному соціокультурному контексті (Бойко, 2024).

Інтертекстуальність у медіадискурсі виконує низку ключових функцій, що забезпечують його комунікативну ефективність, ідеологічну спрямованість та креативний потенціал. Однією з провідних функцій є емоційний вплив, який реалізується через використання знайомих алюзій, цитат або культурних символів (Levko, 2022).

Аргументативність, яка проявляється в апеляції до авторитетних джерел, загальновідомих культурних або політичних постатей, історичних подій, посилює переконливість медіаповідомлення, легітимізує позицію наратора і формує довіру до інформаційного джерела (Rasheed, 2025).

Ідеологічна маніпуляція як функція інтертекстуальності спрямована на закріплення певних ідеологічних смислів через відтворення наративів, для формування суспільної поляризації та впливу на колективну ідентичність аудиторії (Porter, 1986).

Крім того, інтертекстуальність сприяє креативності та новаторству медіатекстів. Поєднання цитат, стилістичних прийомів та жанрових форм стимулює виникнення мовних інновацій, створення неологізмів та гібридних форматів подачі інформації (Levko, 2022).

Висновки. Медіадискурс постає як складне багаторівневе комунікативне утворення, у якому взаємодіють різномірні знакові системи — вербальні, візуальні, аудіальні, паралінгвістичні та цифрові. Його ефективність базується на мультимодальній природі, що дозволяє поєднувати різні семіотичні режими для створення багатогранних смислів із соціальним та культурним навантаженням. Теоретичне підґрунтя дослідження базується на класичних і сучасних семіотичних підходах. Методологія дослідження є міждисциплінарною, особлива увага приділяється соціосеміотичному підходу, який розглядає медіадискурс як процес символічного моделювання соціальних реалій, ідеологій та культурних кодів, що формують колективну ідентичність. Інтертекстуальність у цьому контексті виступає як важливий механізм, що через залучення культурних алюзій, цитат і символів посилює емоційний, аргументативний, ідеологічний та креативний потенціал медіатекстів. Таким чином, семіотична організація медіадискурсу виступає ключовим фактором не лише передачі інформації, але й конструювання наративів, смислів, ідеологічних установок та емоційних реакцій, що забезпечує його соціальну релевантність і комунікативну ефективність у сучасному інформаційному просторі.

Список літератури

- Бойко О. Рекламний дискурс як моделювально-семіотична діяльність // *Studia Philologica*. 2024. № 1 (22). С. 11–20. DOI: 10.28925/2412–2491.2024.221.
- Левко О., Крамар Н. Інтертекстуальність як джерело емоціоналізації дискурсу та мовних інновацій // *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2022. № 44. С. 68–85.
- Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінол. енцикл. Полтава: Довкілля-К, 2006. 716 с.
- Halliday M. A. K., Hasan R. *Language, Context and Text: Aspects of Language in a Social-Semiotic Perspective*. Geelong: Deakin University, 1985.
- Halliday M. A. K., Matthiessen C. M. I. M. *Halliday's Introduction to Functional Grammar*. Abingdon; New York: Routledge, 2014.
- Kress G., van Leeuwen T. *Multimodal Discourse: The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold, 2001.

- Peirce C. S. The Essential Peirce. Selected Philosophical Writings (1893–1913). Vol. 2 / ed. by Peirce Edition Project. Bloomington: Indiana University Press, 1998. P. 300–324.
- Porter J. Intertextuality and the Discourse Community // *Rhetoric Review*. 1986. Vol. 5. P. 34–47. DOI: 10.1080/07350198609359131.
- Rasheed M., Imran S., Ullah R. Intertextuality and Discursive Strategies in the 2016 U. S. First Presidential Debate: A Critical Discourse Analysis // *Journal of Arts and Linguistics Studies*. 2025. Vol. 3(1). DOI: 10.71281/jals.v3i1.272.
- Sampson C., Marshall D., Batte E., Hornsby E., Johnstone R. Fundamentals of Communication. LOUIS: The Louisiana Library Network, 2022. 262 p. URL: <https://louis.oercommons.org/LOUIS>.
- Tsaryk H. Media Discourse as Semiosis: the Potential of Semiotics for Defining Media Discourse // *Linguistic and Conceptual Views of the World*. 2024. DOI: 10.17721/2520–6397.2024.2.07.
- Zhang K. Analysing and Evaluating the Bilingual Adaptation of English Graded Readers in China: A Social Semiotic Multimodal Discourse Study // *Humanities and Social Sciences Communications*. 2024. Vol. 11. P. 1–11. DOI: 10.1057/s41599–024–03027-z.

References

- Бойко, О. (2024). Рекламний дискурс як моделювально-семіотична діяльність. *Studia Philologica*, 1(22), 11–20. <https://doi.org/10.28925/2412–2491.2024.221>
- Левко, О., & Крамар, Н. (2022). Інтертекстуальність як джерело емоціоналізації дискурсу та мовних інновацій. Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика, 44, 68–85.
- Селіванова, О. О. (2006). Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довкілля-К.
- Halliday, M. A. K., & Hasan, R. (1985). Language, context and text: Aspects of language in a social-semiotic perspective. Deakin University.
- Halliday, M. A. K., & Matthiessen, C. M. I. M. (2014). Halliday's introduction to functional grammar (4th ed.). Routledge.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2001). Multimodal discourse: The modes and media of contemporary communication. Arnold.
- Peirce, C. S. (1998). The essential Peirce: Selected philosophical writings (Vol. 2, 1893–1913, pp. 300–324). Indiana University Press.
- Porter, J. (1986). Intertextuality and the discourse community. *Rhetoric Review*, 5, 34–47. <https://doi.org/10.1080/07350198609359131>
- Rasheed, M., Imran, S., & Ullah, R. (2025). Intertextuality and discursive strategies in the 2016 U. S. first presidential debate: A critical discourse analysis. *Journal of Arts and Linguistics Studies*, 3(1). <https://doi.org/10.71281/jals.v3i1.272>
- Sampson, C., Marshall, D., Batte, E., Hornsby, E., & Johnstone, R. (2022). Fundamentals of communication (262 pp.). The Louisiana Library Network. <https://louis.oercommons.org/LOUIS>

Tsaryk, H. (2024). Media discourse as semiosis: The potential of semiotics for defining media discourse. *Linguistic and Conceptual Views of the World*. <https://doi.org/10.17721/2520-6397.2024.2.07>

Zhang, K. (2024). Analysing and evaluating the bilingual adaptation of English graded readers in China: A social semiotic multimodal discourse study. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03027-z>

Стаття надійшла до редакції 07.05.2025 року