

ПЕРЕДМОВА

Сьогодні вже ні в кого не викликає сумнівів той факт, що законодавці мають плідно співпрацювати з мовознавцями. І ця співпраця досить часто відбивається в засобах масової комунікації. У будь-якій правовій системі всі норми права викладаються за допомогою мови. Текст нормативно-правового акта становить одиницю комунікації, що відбувається між законодавцями та гілками влади й громадянами. У сучасному суспільстві через лібералізацію слова виникають численні мовні ситуації, до яких не готові традиційна лінгвістика та класична юриспруденція. Отже, сьогодні в суспільстві сформувалось соціальне замовлення на дослідження юридичного аспекту мови й мовного аспекту права.

Розуміючи запити та потреби суспільства, колектив кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Одеська юридична академія» організував I Міжнародну науково-практичну конференцію «Людина і право в ЗМІ», маючи на меті об'єднати результати наукових пошуків учених України й зарубіжжя. Матеріали конференції, надруковані в пропонуваному збірнику, присвячені особливостям мови права, мови засобів масової інформації та реклами,

комунікативній лінгвістиці, лінгвокультурології, тобто основам сучасного полікультурного простору, у якому здійснюється законодавча комунікація.

Вважаю, що наукові заходи, на яких обговорюються питання спільних зусиль учених щодо поліпшення мовної комунікації, сприятимуть подальшому розвитку й правовій культурі майбутніх юристів, психологів, політологів, соціологів, журналістів, яких готує Національний університет «Одеська юридична академія».

У збірнику детально розглянуто теоретичні й практичні питання з галузей філософії мови, мови засобів масової інформації, правничої лінгвістики та лінгвістичної експертизи, з'ясовано специфіку культури професійного спілкування й комунікативної лінгвістики, порушено проблеми когнітивної лінгвістики та лінгвокультурології. Правознавцям може стати в нагоді аналіз проблем сучасного українського правового дискурсу, а журналістів, без сумніву, зацікавлять статті про мову засобів масової інформації й реклами, питання теледискурсу та тексту, репрезентований алгоритм реалізації сугестивності в мові засобів масової інформації.

Сподіваюсь на подальші плідні наукові дослідження!

С. В. Ківалов,
президент Національного університету
«Одеська юридична академія»,
доктор юридичних наук, професор,
академік Національної академії правових наук України