

УДК 81'42

DOI: <https://doi.org/10.17721/APULTR.2022.45.27-38>*Дергач Д.В.*

ORCID ID: 0000-0003-4215-3825

Scopus ID: 57221787511

ЖАНРОВІ ІННОВАЦІЇ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ МАСМЕДІА

Анотація. У статті фахово прокоментовано тенденцію до жанрових інновацій в сучасних українських масмедіа. Авторська аргументація спирається на функціональну еволюцію літературної мови, що відображається у зміні комунікативної природи стилю, зокрема й медійного. Закономірно й у його жанровій системі. Коментується актуалізована в часі і просторі сучасної українськомовної комунікації ситуація моделювання жанрових форм за критеріями синкретизму, що пов'язується з потребою реципієнтів сприймати інформацію з медіа не лінійно, а конструктивно – різнопланово й варіативно. Це результується в активній появі жанрових варіантів, актуалізованих у ЗМІ, які за своєю природою модифікують свій функціонально-стилістичний ресурс і потенціал. Жанрові інновації інтерпретуються в контексті фахового аналізу нового для національних медіа жанру мовного шоу, що постає комунікативним інваріантом інтелект-шоу та синхронізується зі стилем формату едьютейнменту. Мовна фактологія засвідчує концептуалізацію культуромовного контексту суспільного спілкування українською мовою, що спирається на чинні правила, усталену традицію та перехідні форми, які проходять комунікативну адаптацію. Відтак, формулюється новизна жанру, що полягає в інтелектуальному осягненні комунікативної природи української мови в просторі медіа. Масова аудиторія отримує об'єктивну можливість долучитись до осмислення й розуміння процесів, що вказують на динаміку літературної мови, її норми та винятки. Доводиться теза про те, що новий для медіа жанр мовного шоу є синкретичним щодо функціонально-стилістичного ресурсу й жанрової природи явищем, яке спирається на комунікативно вмотивоване поєднання інформаційної та розважальної функцій мови. Інформація в такому разі спирається на когнітивний контекст вербалізації, оскільки стосується актуалізації пізнавальних процесів розвитку масової мовної свідомості, що забезпечується креолізованим ресурсом медійного енттертейнменту.

Ключові слова: медіа, жанр, медійна комунікація, медійний жанр, жанрові інновації, шоу, мовне шоу, когніція, ентертейнмент, едьютейнмент.

Інформація про автора: Дергач Дмитро Валерійович – кандидат філологічних наук, доцент; доцент кафедри стилістики та мовної комунікації; Навчально-науковий інститут філології; Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

Електронна адреса: dimyła_philolog@ukr.net

Dmytro V. Dergach

ORCID ID: 0000-0003-4215-3825

Scopus ID: 57221787511

GENRE INNOVATIONS IN MODERN UKRAINIAN MASS MEDIA

Abstract. *The article expertly comments on the trend of genre innovations in modern Ukrainian mass media. The author's argumentation is based on the functional evolution of the literary language, which is reflected in the change of the style's communicative nature, in particular, media. Logically also in his genre system. The situation of genre forms' modeling according to the criteria of syncretism, updated in time and space of modern Ukrainian-language communication, is commented on, which is connected with the need of recipients to perceive information from the media not linearly, but constructively – multifaceted and variable. It results in the active emergence of genre variants, actualized in the media space, which modify its functional and stylistic resource and potential. Genre innovations are interpreted in the context of a professional analysis of language show genre new for national media, which appears as a communicative invariant of intellect show and is synchronized with the style of the edutainment format. Language factology attests the conceptualization of the cultural and linguistic context of social communication in Ukrainian language, which is based on current rules, established tradition, and transitional forms that undergo communicative adaptation. Thus, the novelty of the genre is formulated, which consists in the intellectual understanding of the communicative nature of Ukrainian language in media space. The mass audience gets an objective opportunity to participate in the comprehension and understanding of the processes that indicate the dynamics of the literary language, its norms and exceptions. The thesis is proved that new for the media language show genre is a syncretic phenomenon in terms of functional and stylistic resource and genre nature, which is based on a communicatively motivated combination of information and entertainment functions. Information in this case relies on the cognitive*

.....

context of verbalization, as it concerns the actualization of cognitive processes of the development of mass language consciousness, which is provided by the creolized resource of media entertainment.

Keywords: *media, genre, media communication, media genre, genre innovations, show, language show, cognition, entertainment, edutainment.*

Information about the author: *Dergach Dmytro Valeriyovych – PhD, associate professor; associate professor of the department of stylistics and language communication; Education and scientific Institute of philology; Taras Shevchenko National University of Kyiv.*

E-mail: *dimyla_philolog@ukr.net*

Зміна комунікативної парадигми визначає переорієнтацію функціональних доміант літературної мови, синхронізованих із природою стилю та сферами суспільного спілкування. Репрезентативним, на наш погляд, у цьому зв'язку є масмедійний простір, що сьогодні найбільш показово відтворює процеси інтелектуальної еволюції літературної мови. Йдеться, передусім, про розвиток системи функцій, що їх вона реалізує в контексті комунікативної взаємодії масової аудиторії. Традиційно закріплені за публіцистикою (друкованою пресою) інформаційна й аналітична функції системно доповнюються когнітивною, маніпулятивною, розважальною та іншими функціями. В поєднанні з технічним розвитком засобів і способів спілкування це результується в переході на якісно новий – медійний – формат масової комунікації. Мова масмедіа все більше сприймається як повноцінне джерело не лише новинної інформації, але й такої, що активізує пізнавальну діяльність людського інтелекту в контексті отримання нового знання й розвитку можливостей його осмислення й опрацювання. З іншого боку, зважаючи на динамічно змінні комунікативні запити сучасних реципієнтів, спостерігається актуалізація функція ентертейнменту, що апелює до настрою та емоцій масової аудиторії. Це пояснює появу великої кількості комунікативних інваріантів жанру шоу: розважальні, інтелектуальні, соціальні та ін.

Останнім часом спостерігається тенденція до моделювання жанрових форм медійної комунікації за критеріями синкретизму – "зв'язку різнорідних явищ (галузей науки, методів аналізу,

теоретичних засад) для досягнення повного, об'єктивного знання за принципом єдності світу й інтелектуальної рефлексії" [2, с. 16]. Можна з упевненістю стверджувати, що це пов'язано з комунікативною потребою реципієнтів сприймати інформацію з медіа не лінійно, а конструктивно, тобто різнопланово й варіативно. У зв'язку з цим фіксуємо активну появу жанрових варіантів, актуалізованих у медійному просторі, які за своєю природою модифікують його функціонально-стилістичний ресурс і потенціал.

Так, у 2022 році в українських масмедіа з'явився новий жанр мовного шоу, покликаний розвивати знання масової аудиторії щодо норм української мови, культури спілкування, етики й естетики міжособистісної комунікації. Для медіалінгвістичного аналізу геополітичне тло воєнного протистояння є важливим екстралінгвістичним критерієм інтерпретації появи та природи жанру мовного шоу, що актуалізує стан і статус української літературної мови в мовній свідомості українців.

У названому жанрі відомими, зокрема, є проєкти *"Солов'їне шоу"* і *"Знай нашу"*, що ритмічно виходять в ефір на телебаченні ("СТБ"), в соціальних мережах і на медійних відеоплатформах (Instagram, YouTube). Їх основне стратегічне завдання – концептуалізувати культуромовний контекст суспільного спілкування українською мовою, що спирається на чинні правила, усталену традицію та перехідні форми, які проходять комунікативну адаптацію. Екстралінгвістичні фактори таких мовних шоу (передусім, мета й завдання) корелюються з функціональною природою наукового стилю, пов'язаного з вербалізацією та систематизацією фахового знання. З іншого боку, суспільна сфера спілкування й визначена реальна й потенційна аудиторія синхронізуються зі стилем масової інформації. У зв'язку з цим мовне шоу постає синкретичним щодо функціонально-стилістичного ресурсу й жанрової природи явищем, що спирається на комунікативно мотивоване поєднання інформаційної та розважальної функцій. Інформація в такому разі спирається на когнітивний контекст вербалізації, оскільки стосується актуалізації пізнавальних процесів розвитку масової

мовної свідомості. А розважальний ресурс аналізованого формату використовується для невимушеного, динамічного сприйняття відповідного матеріалу непідготовленою аудиторією. Саме тому розглядаємо жанр мовного шоу як комунікативний інваріант інтелект-шоу, що з погляду медіалінгвістики синхронізується зі стилем формату едьютейнменту – освіти в розважальному контексті. Така когнітивно орієнтована форма актуалізована в медіа не випадково, оскільки вона "базується на візуальному матеріалі, розповіді, сучасних психологічних прийомах, ігровому форматі, сучасних інформаційних і комунікаційних технологіях, більш інформативних і менш дидактичних методах" [1, с. 74] інформування. Це, у свою чергу, має викликати резонанс і інтерес масової аудиторії, а підтримка емоційного зв'язку, привертання і довготривале утримання її уваги забезпечуються компонентами шоу (зіркові гості, динамічна комунікація, музичний супровід, жартівлива атмосфера та ін.).

Важливим за такої постановки питання видається визначити смислові вектори когнітивно орієнтованих маркерів суспільного спілкування. Йдеться про особливі ментальні процеси, синхронізовані зі сприйняттям, осмисленням – пізнанням індивідом / індивідами реальної дійсності, що репрезентується в ментальних структурах. У такому контексті поняття "ментальний" і "розумовий" синонімізуються, адже вказують на ту саму характеристику людського інтелекту в контексті розширення знань про навколишню дійсність. Зокрема, М. Холодна, досліджуючи психологію інтелекту, вказує, що "інтелект – форма організації ментального досвіду у вигляді реальних ментальних структур, породженого ними ментального простору відображення і виявлених у рамках цього простору ментальних репрезентацій подій" [2, с. 12].

Новизна аналізованого **жанру** мовного шоу полягає в інтелектуальному осягненні комунікативної природи української мови не тільки в академічному середовищі, але й у масмедійному просторі. Учасники проекту й масова аудиторія долучаються до осмислення й розуміння процесів, що вказують

на динаміку літературної мови, її правила та винятки. Таку інформацію в архітектоніці випуску програми надає та контролює підготовлений фахівець – лінгвіст, учитель української мови. Це визначає системний, не випадковий характер аргументації дібраної фактології нормою, що в результаті змінює розважальний вектор жанру шоу на пізнавальний – у функціональній динаміці його інваріанту.

Шоу, у свою чергу, актуалізується у форматі змагання зіркових гостей, що, демонструючи своє знання української мови, виборюють перемогу. Така комунікативна стратегія, на якій базується жанр мовного шоу, динамізує домінуючі характеристики едьютейнменту, зреалізовані в смисловій орієнтації пропонованих завдань. Передусім вони спираються на комунікативну взаємодію ведучого, експерта й безпосередньо учасників, які є своєрідними ретрансляторами пізнавальної інформації для масової аудиторії. Ігрова форма комунікації у студії, відповідей на поставлені запитання обов'язково враховує реалізацію навичок міжособистісної інтеракції, самопрезентації, рефлексії, актуалізації цієї рефлексії в реципієнтів, що є стратегічним результатом спілкування в такому жанрі, спрямованим на концептуалізацію пізнавальних процесів масової аудиторії щодо комунікативної природи української мови.

Жанровий формат аналізованих проєктів "Солов'їне шоу" та "Знай нашу" має типову архітектоніку, що спирається на внутрішню та зовнішню міжособистісну інтеракцію в їх функціональній взаємодії. *Зовнішня комунікація* вербалізує обов'язкову для медіа апеляцію до реципієнтів (реальних і потенційних), що динамізує полілогічну модель жанру. Йдеться про мовні формули привітання, прощання, мотиваційну інтеракцію з глядачами: заклик підписатися на канал, поставити вподобайку, поширювати відео (щоб долучатись до розвитку українськомовного контенту). Наприклад:

Вітаємо, улюблені солов'їнчики. Це – солов'їне шоу, в якому учасники змагаються за те, хто краще знає українську мову;

.....

*Дивіться прем'єру шоу на телеканалі "СТБ". А якщо хочете дивитись шоу без обмежень, **переходьте на наш YouTube канал; Улюблені солов'їнчики, ми безмежно вдячні вам за ваші вподобайки та коментарі, та не зупиняйтесь, будь ласка. Ми все читаємо; Дякую вам за коментарі, за підтримку. Я читаю все особисто; Ми не боїмося говорити українською – хай нас виправляють; Ми ж намагаємось вивчити українську мову разом, тому не переймайтесь: всі мають право на помилку; Кожен почерпнув щось важливе для себе; Закликаю вас поринати у вивчення української мови, говорити українською мовою, адже мова живе доти, доки ми нею говоримо** та ін.*

У свою чергу, внутрішня комунікація вибудовує модель самого змагання, що модерується ведучим і лінгвістом-експертом та полягає у віднаходженні й коментуванні учасниками правильних відповідей на поставлені запитання про українську мову.

Когнітивний простір жанру мовного шоу динамізується не моно-, а політематичними завданнями, що спирається на актуалізацію в ігрових турах фахової інформації щодо природи одиниць різних рівнів літературної мови. Це дозволяє реципієнтам отримувати гетерогенне знання, підкріплене кваліфікованим коментарем.

На основі контент-аналізу випусків програм у жанрі мовного шоу можна визначити, що найбільш частотними є запитання та завдання щодо лексики, фразеології, лексичної семантики, культури української мови. У свою чергу, змагання вибудовується в різних комунікативних формах, що є оптимальним для залучення й утримання уваги масової аудиторії:

- 1) некоментована відповідь на запитання у форматі "так" чи "ні":
 - "Марію, ходи-но сюди". Тут вжито правильну форму кличного відмінка?
 - Чи обидва слова "сковорідка" і "пательня" використовуються в українській мові?
 - "У нашому домі відчинили нову крамницю". Чи є тут помилка?

Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика

- Чи є помилка у слові "торгівельний"?
- У слові "косий" наголос падає на перший склад?

2) відповідь на теоретичні запитання (без варіантів відповіді):

- Як називають знак, що позначає роздільну вимову?
- Скільки голосних фонем в українській мові?
- Як називаються близькі за значенням слова?
- Розмова двох осіб – це...
- Що таке граматична основа речення?

3) пошук якомога більшої кількості правильних відповідей за 1 хвилину:

- Яблуко – не сочне, а...
- Скільки літер о у слові головнокомандувач?
- Скільки ком у фразі "і вдень і вночі"?
- Як пишеться слово "святвечір"?
- Стиль мови з оформлення ділових паперів називають...
- "Каменярі" Івана Франка за жанром це...
- Як правильно вимовити: "У мандрівку за імлісті гори вирушив хобіт чи гобіт"?

4) коректна інтерпретація фразеологізмів відповідно до запропонованих варіантів відповіді:

- Що означає фразеологізм "сліпці сватають"?
 - а) погано бачити
 - б) виходити заміж наосліп
 - в) хотіти спати
 - г) радити, не розбираючись у темі
- Що означає фразеологізм "дивитися бісом"?
 - а) на когось сердитись
 - б) закохано дивитись
 - в) задумати щось лихе
 - г) церковний термін
- Що означає фразеологізм "закрутити веремію"?
 - а) знімати колотнечу

- б) отруїтись
- в) розносити плітки
- г) сміятись у церкві

5) добір синонімів до запропонованих слів;

б) імпровізаційне використання застарілих слів у створеному тексті.

Пізнавальна природа жанру мовного шоу спирається на важливий компонент його архітекτονіки – кваліфіковані коментарі експерта. Їх основна мета – пояснити правильну чи неправильну відповідь учасника, аргументуючи її покликанням на кодифіковану норму, правило, визначене словником чи правописом. У зв'язку з цим у мові запрошеного фахівця системно функціонує лінгвістична термінологія, що є, відповідно, смисловим маркером пізнання мови. Синтаксис, у свою чергу, більш простий ніж той, що є характерним для аналогічних пояснень у науковій комунікації. Це пов'язане з екстралінгвістичним фактором масової аудиторії, невідповідності до сприйняття складних форм логіко-експресивної організації думки, а також контекстом усного спілкування, що позначається використанням варіативно-динамічних конструкцій висловлювання. Наприклад:

"Кличний відмінок властивий іменникам. Закінчення у кличному відмінку ми добираємо залежно від того, до якої відміни належить іменник"; "У слові "косий" наголошується перший склад. Справді для багатьох мовців не звично, тому що ми наголошували все ж таки другий, але правильно «Осий»; Підмет і присудок – це головні члени речення, додаток, обставина, означення – другорядні члени речення та ін.

Часто експерт поширює свій коментар відповідними ілюстраціями для полегшення сприйняття й розуміння правила. Наприклад: *На вивісках часто зустрічаємо слово "торгівельний". Ті, хто так пишуть, забувають, що в українській мові є чергування голосних, яке відбувається в корені. Чергуються о, е з і – залежно від того, відкритий чи закритий склад. Відкритий склад – це той, який закінчується*

голосним, закритий – це той, який закінчується приголосним. Нога – ніг, осені – осінь, торгівля – торговельний. Часто на екрані додатково з'являється текст, що візуалізує коментоване правило, яке детально пояснює фахівець.

Також формат коментаря вибудовується за принципом апеляції до попередньо засвоєного знання, що, зокрема, в лінгводидактиці є оптимальним у процесі навчання через актуалізацію: *Нагадаю, фразеологізми це такі стійкі словосполучення (тобто їх не можна розривати), які вживаються в переносному значенні, й не завжди їх значення збігається безпосередньо зі словами, які формують цей фразеологізм. Наприклад, засміятися на кутні буде означати заплакати. Пригадали? Трохи стало зрозуміло?*

Коментування як процесуальна характеристика може реалізуватись не тільки в монологічній формі, а й у діалозі експерта з учасником. Наприклад:

Експерт: Чи можемо ми відчинити саме крамницю?

Учасник: Відкрити.

Експерт: Відчиняємо двері, відчиняємо вікно. Якщо йдеться про відкриття, то відкрили крамницю.

Репліки ведучого також спираються на фахові коментарі мовлення учасників. Це є важливим і дієвим фактором когнітивного впливу на мовну свідомість реципієнтів, які починають ідентифікувати ведучого з експертом. Наприклад:

Учасник: Вірно?

Ведучий: Вірним може бути друг чи пес, а мовлення – правильним чи неправильним.

У свою чергу, учасники відповідають, покликаючись на своє знання або досвід, пов'язаний із використанням мови. У зв'язку з цим актуалізуються цікаві факти з життя запрошених зіркових гостей, що, безсумнівно, буде також цікавим для масової аудиторії. Такі компоненти архітектоники жанру синхронізовані з шоу, адже вони апелюють до емоцій реципієнтів, їх настрою та допомагають концентрувати увагу на засвоєнні пізнавального матеріалу.

Лінгвально шоу контекст аналізованих програм підтверджується семантикою жартівливих, іронічних конструкцій, порівняльних зворотів, які обігрують смисли загально- й рідковживаних слів, орфограми, чергування, словотвір та інші характеристики одиниць української мови. Наприклад: *Непосидючий, як буква Ж при утворенні прикметника від слова Запоріжжя; Ти – як конкурс імені Петра Яцика: всі щось про нього чули; Мій рівень української – як моя фізична форма: треба покращувати; Непередбачуваний, як відмінювання числівників; Майже Григорій Сковорода: якщо не філософ, то точно мандрівний* та ін. Саме тому вважаємо когнітивний компонент функціональної парадигми жанру мовного шоу основним, що вдало поглиблюється креолізованими засобами ентертейнменту сучасних масмедіа.

Відтак, жанрова система модерного медійного простору розвивається відповідно до динаміки комунікативних запитів суспільства / світу. Це пов'язано з прагматикою конкуренції за увагу масової аудиторії, що сприймає сьогодні медіа як важливий ресурс інформації про реальність. Саме тому природа цієї інформації, окрім уже традиційних описово-лінійних чи аналітично-оцінних контекстів, враховує й інші (когнітивний, маніпулятивний, розважальний та ін.), які апелюють до різних сегментів мовної свідомості соціуму. А отже, спостерігається перманентна зміна комунікативних орієнтирів медіа, що відображається й у жанрах. Так, деякі з них маргіналізуються, втрачаючи свій функціональний резонанс, а деякі – оновлюються, набуваючи актуальних характеристик, співмірних із часом і простором культури. Зокрема, у складному для України 2022 році в національних медіа з'явився новий синкретичний жанр мовного шоу. Його медіалінгвістичний аналіз визначив комунікативні цінності та пріоритети українського суспільства, що засвідчують реальність і окреслюють перспективи жанрової моделі сучасних масмедіа в постінформаційну добу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сухопара І., Тимошук М. Особливості застосування технології едьютейнмент на уроках "Я досліджую світ". *Молодий вчений*. 2021. № 10 (98). С. 73-76.

2. Шевченко Л.І. Інтелектуальна еволюція української літературної мови: теорія аналізу. Київ: ВПЦ "Київський. університет", 2001.

REFERENCES

1. Sukhopara, I. & Tymoschuk, M. (2021). Osoblyvosti zastosuvannia tekhnolohii ediuteinment na urokakh "Ja doslidzhuiu svit" [Peculiarity features of application of technology edutainment in lessons "I am explore the world"]. *Young Scientist*, 10 (98), 73-76 [in Ukrainian].

2. Shevchenko, L.I. (2001). *Intelektualna evoliutsiia ukrainskoi literaturnoi movy: teoriia analizu* [Intellectual evolution of Ukrainian literary language: theory of analysis]. Kyiv: VPC "Kyiv's'kyj universytet" [in Ukrainian].

Дата надходження до редакції – 09.10.2022

Дата затвердження редакцією – 29.10.2022



Ця публікація ліцензована на умовах Creative Commons Attribution 4.0 International License.