

PUBLIC RELATIONS AND ORGANIZATIONAL COMMUNICATION

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-342-2-4>

INVARIANT CRITERIA FOR THE CLASSIFICATION OF MODERN MASS MEDIA GENRES

ІНВАРІАНТНІ КРИТЕРІЇ КЛАСИФІКАЦІЇ ЖАНРІВ СУЧАСНИХ МАСМЕДІА

Shevchenko L. I. **Шевченко Л. І.**

*Doctor of Philological Sciences, Professor,
Corresponding member of NAS of Ukraine,
Head of the Department of Stylistics and
Language Communication*

*доктор філологічних наук, професор,
член-кореспондент Національної
академії наук України,
завідувач кафедри стилістики та мовної
комунікації*

Dergach D. V. **Дергач Д. В.**

*Candidate of Philological Sciences,
Associate Professor,
Associate Professor at the Department of
Stylistics and Language Communication,
Taras Shevchenko Kyiv National University
Kyiv, Ukraine*

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри стилістики та мовної
комунікації
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
м. Київ, Україна*

Питання класифікації явищ, об'єктів наукового аналізу завжди є одним із найбільш дискусійних у дослідницькій площині. Це пов'язується з їх неоднозначним тлумаченням, недублетними номінаціями, акцентуванням на різних критеріях фахового вивчення. В результаті формуються інваріантні контексти інтерпретації, що передбачають наявність множинних підходів у розумінні природи об'єкта / явища.

Так, через відсутність системно, ефективно представлені в наукових працях лінгвостилістичної, функціональної предметності аналізу природи жанру мовознавча парадигма жанрології питання класифікації жанрів сфери масової комунікації визначає як дискусійне. Передусім це пов'язується з тим, що воно методологічно вирішується в дискурсивній практиці різних галузей знання – медіалінгвістики, науки про соціальні комунікації та ін.

Дискусійність класифікації масмедійних жанрів пов'язана також із їх динамічно змінною комунікативною природою, що її треба обов'язково враховувати в аргументації впливу ряду характеристик на критерії стратифікації.

Тенденційними щодо функціонування й систематизації медійних жанрів є також: «дифузія та взаємоміграція між різнорідними текстами, відео- та радіосюжетами, проникнення креолізаційних елементів (зображення, інфографіка, голограми, статистичні візуальні засоби), гібридний характер жанрів (взаємोकоригування), що визначає стандарт і правило включення методів співвідношення таких жанрів, як коментар, інтерв'ю, рецензія тощо, до будь-якого інформаційно-аналітичного жанру середніх чи великих друкованих та аудіовізуальних ЗМІ [3, с. 1080].

У свою чергу, на думку французьких фахівців у галузі стилістики соціальних комунікацій, дифузність як характеристика жанру, зокрема й медійного, не може бути жанротвірним критерієм, відповідно до якого жанри масмедіа виділяються в окремі форми. Але зважаючи на фундаментальні, домінантні функції медіа (інформаційну й аналітичну), не залежні від часу та простору культури [2], проблемне питання класифікації жанрів масмедіа можна розв'язати в контексті їх внутрішньокатегоріальних параметрів – висловлювання, прагматики та семантики. У зв'язку з цим розрізнення жанрів відбувається залежно від мети, задуму автора, який може інформувати, аналізувати чи інтерпретувати факти незалежно від медійно-креолізаційних засобів їх відображення (текст, звук, фото чи відео).

У свою чергу, Ф. Антуан [1] у своїй авторській медіалінгвістичній концепції зазначав, що функціонально жанр є завершальним етапом оформлення оцінки вербалізованої інформації, що є авторською інтерпретацією соціально-комунікативного запиту на принципи, засоби та способи інформування в масмедіа: формальні (текст, аудіо, відео) або когнітивно орієнтовані (інформаційні, аналітичні, експресивні). В межах своєї теорії Ф. Антуан пропонує розрізняти такі домінантні макрожанри медіа, що, на його думку, концептуалізують масово-комунікативний контекст: інтерв'ю, стаття, критика, репортаж, хроніка, есе. Зрозуміло, що така стратифікація жанрів ЗМІ є далеко неповною, оскільки не охоплює всіх способів і прийомів медійного інформування, спрямованого на реалізацію базових і похідних функцій комунікації в медійній сфері.

З іншого боку, більш універсальною з погляду формалізації масовокомунікативного процесу є жанрова диференціація медіатекстів на інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні, частотно репрезентована у спеціалізованих дослідженнях медійних жанрологів, передусім у галузі соціальних комунікацій. Позиція науковців пояснюється їх розумінням природи жанру в контексті акцентування на його формально-змістових характеристиках.

Розвиваючи ідею такого поділу медійних жанрів, що був актуальним ще у 2 половині 20 століття, передусім у слов'янському мовно-культурному просторі, деякі дослідники пропонують її адаптувати до природи сучасних медіа, доповнивши критеріями способів поширення медійної інформації. На їх думку, «інтегральну класифікацію жанрів сучасних ЗМІ можна здійснити як за так званою вертикальною шкалою (інформаційно-аналітичні та художньо-публіцистичні), так і за горизонтальною шкалою – жанри друкованих, радіо-, телевізійних та інших мультимедійних ЗМІ, які мають технологічну вплив на специфіку жанру та його відповідні характеристики (наприклад, газетне інтерв'ю, радіоінтерв'ю, телеінтерв'ю)» [3, с. 1076]. Зважаючи на акцентування такої предметності в інтерпретації домінантної природи масової комунікації, орієнтованої на традиційні публіцистичні та нові мультимедійні формати, актуалізується, зокрема, така теза: «всі жанри, які існують у класичній і сучасній класифікаціях, можна поділити на дві групи – універсальні (незалежні від виражальної специфіки видів масмедіа) та спеціальні (розрізняються лише в рамках певних ЗМІ)» [3, с. 1076]. Вона видається доволі неоднозначною, а отже, дискусійною, оскільки спирається на неконкретні номінації класів, не співмірних із концептуально осмисленою деталізацією медіа, важливою для їх класифікації.

Загалом вважаємо не достатньо представленим у модерних фахових студіях функціонально-стилістичний контекст аналізу медійної жанрології, що спирається на природу функції як аргумента ідентифікації жанру. Саме функцію вважаємо оптимальним критерієм класифікації жанрів сучасних масмедіа, що дозволить більш панорамно представити ефективну модель їх жанрової системи й мотивовано прокоментувати процеси, які засвідчують динамічну природу жанру в комунікативно змінній парадигмі модерних ЗМІ.

Наша авторська лінгвістична концепція стратифікації медійної жанрології через множинність і синкретизм функцій літературної мови в сучасному масовокомунікативному просторі спирається, передусім, на важливість врахування ядра та периферії функціонального навантаження медійного тексту. Зокрема, інформаційна функція природно є домінантною, що, відповідно, закріплено й у номінації: «стиль масової інформації». Але якщо інформаційний контекст повідомлення поглиблюється, наприклад, аналізом, деталізованими аргументами, доведеннями, висновками та ін., що підтверджується мовною фактологією, більш розгалуженою архітектонікою, це дає підстави ідентифікувати жанр тексту як аналітичний.

Відтак, медіалінгвістична концепція стратифікації жанрів ЗМІ, заснована на критеріях функціоналізму, враховує основні функції

літературної мови в динаміці масової комунікації, та дозволяє розрізнити такі жанри модерної медійної сфери: інформаційні, аналітичні, когнітивні, маніпулятивні, розважальні, комунікативні, естетичні.

Таким чином, мовностилістична мотивація медійної жанрології ґрунтується на інтерпретації категорії *жанр* як функціональної та структурної організації мовних одиниць в аспекті екстралінгвальної зумовленості комунікативної ситуації. Тому, окрім формальних характеристик тексту певного жанру, його теми, важливо враховувати лінгвальні функції медіасфери, форми передачі інформації (друковану, електронну), особливості реальної / потенційної аудиторії. Враховуючи названі критерії, видається можливим оптимізувати прийнятну в гуманітаристиці традиційну класифікацію жанрів медіа під сучасну медіалінгвістичну предметність. Вона, передусім, передбачає створення й реалізацію обґрунтованої в категоріях функціональної стилістики, медіалінгвістики ефективної моделі класифікації жанрів ЗМІ (відповідно до функціонального навантаження текстів), визначення їх мовних домінант, що в результаті свідчить про еволюційний ресурс літературної мови в часі та просторі культури.

Література:

1. Antoine F. *Ecrire au quotidien. Pratiques du journalisme*. Louvain-la-Neuve: EVOCommunication, 1995. 248 p.
2. Broucker, de J. *Pratique de l'information et écritures journalistiques*. Victoires Eds, 1995. 248 p.
3. Serdali B.K., Ashirbekova G.S., Orazbekuly K., Abiev B.M. Genres of Modern Mass Media. *International Electronic Journal of Mathematics Education* .2016. Vol. 11(5). P. 1075–1085.