

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ДЕРГАЧ ДМИТРО ВАЛЕРІЙОВИЧ



УДК 811.161.2'38:070.41:81'42

**МЕДІЙНІ ЖАНРИ В МОВНІЙ КОМУНІКАЦІЇ:
ПРИРОДА, ФУНКЦІЇ, СТИЛІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ**

10.02.01 – українська мова

РЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора філологічних наук

Київ – 2026

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі стилістики та мовної комунікації Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка Міністерства освіти і науки України.

Опоненти:

доктор філологічних наук, професор

БАЦЕВИЧ Флорій Сергійович,

Львівський національний університет імені Івана Франка,
завідувач кафедри загального мовознавства філологічного
факультету;

доктор філологічних наук, професор

КОВАЛЕВСЬКА Тетяна Юріївна,

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова,
професор кафедри української мови та мовної підготовки
іноземців філологічного факультету;

доктор філологічних наук, професор

СТИШОВ Олександр Анатолійович,

Київський столичний університету імені Бориса Грінченка,
професор кафедри української мови факультету української
філології, культури і мистецтва.

Захист відбудеться 10 вересня 2026 року о 10⁰⁰ на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.001.19 при Київському національному університеті імені Тараса Шевченка за адресою: 01033, м. Київ, вул. Володимирська, 60, ауд. 202 Головного корпусу із використанням засобів відеозв'язку в режимі реального часу за покликанням: <https://knu-ua.zoom.us/j/82930733839?pwd=AnznuQ29fsGYy9Fs3l10il91Vpaywm.1>
Ідентифікатор конференції: 829 3073 3839. Код доступу: 379915.

Із дисертацією можна ознайомитися на офіційному сайті Науково-консультаційного центру (<https://scc.knu.ua/zdobuvach-kandydata-doktora-nauk?id=335930>) та в Науковій бібліотеці ім. М. Максимовича Київського національного університету імені Тараса Шевченка за адресою: 01033, м. Київ, вул. Володимирська, 58, чит. зала № 12.

Реферат розіслано 9 серпня 2026 року.

**Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради**



Олеся ЛАЗЕР-ПАНЬКІВ

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Сучасний філологічний пошук спирається на інтегральні підходи до фахової інтерпретації визначеного об'єкта аналізу, а тому актуалізує синкретичний контекст дослідження комунікативних явищ і процесів. Це дозволяє сформулювати загальні тенденції щодо подальшого розвитку лінгвістичної науки у проєкції на поглиблення контексту інтелектуалізації української літературної мови, її функціональних, стильових і жанрових параметрів, змінних у динамічній комунікативній парадигмі. Сформована традиція розвивається в активному стилістичному пошуку природи й функцій мовних одиниць у формалізованих комунікативних регістрах. Цілком справедливо розробляються та ефективно реалізуються нові моделі опису й аналізу мовних конструкцій, що динамізує сучасну наукову думку.

Дослідники-мовознавці у своїх спостереженнях зауважують на важливості антропоцентричного підходу до системного, послідовного опису й аналізу різних за природою комунікативних ситуацій, мовних одиниць, їх смислової та функціональної парадигми, що відображають індивідуальну / масову свідомість в інваріантах текстових структур. А отже, мовознавча аспектологія аналізу суспільної комунікації корелюється з предметністю функціонального та комунікативного напрямів гуманітаристики. Передусім, ідеться про фіксацію представлених у тексті особливих мовних констант, що визначають динаміку процесів вербалізації реальності у визначеній архітектоніці, детермінованій функцією літературної мови, її інтелектуалізації, синхронізованій зі змінами формалізованих характеристик комунікативної природи.

Закономірно актуалізуються проблеми аналізу жанру як своєрідної моделі смислотворення, що поєднує тематичні, композиційні, стилістичні та функціональні характеристики тексту. В дослідженні сучасної комунікативної реальності жанр є певним феноменом, адже навіть за умови врахування константних, формалізованих ознак не характеризується лише статичними ознаками: він змінюється під впливом соціокультурних умов, переорієнтації функціональної парадигми, актуалізації естетичних концепцій, художніх експериментів та ін. У різні історико-культурні періоди одні жанри можуть набувати домінантного значення, тоді як інші відходять на периферію комунікативного процесу або трансформуються, що поглиблює предметність інтерпретаційного дискурсу їх аналізу. Особливо коли йдеться про сучасну медійну сферу, орієнтовану на функціонально-стильовий синкретизм її домінантних характеристик.

Актуальність лінгвостилістичного дослідження сучасних медійних жанрів зумовлена глибинними трансформаціями комунікативного простору, спричиненими інтенсивним розвитком цифрових технологій, глобалізаційними процесами та еволюцією масової комунікації. В сучасному інформаційному суспільстві медіа виконують не лише функцію передачі інформації, а й виступають потужним чинником формування суспільної свідомості, ціннісних орієнтацій та моделей соціальної взаємодії. Таким чином, медійні жанри постають як складні мовно-комунікативні структури, що поєднують у собі лінгвістичні, стилістичні, прагматичні та соціокультурні характеристики, а тому потребують комплексного наукового осмислення в межах синкретичних підходів сучасної лінгвостилістики.

Фахова інтерпретація комунікативних механізмів функціонування медійних жанрів сприяє комплексному розумінню процесів, що відбуваються в сучасному медійному дискурсі, та дозволяє: 1) уточнити їх типові характеристики (передусім структурні); 2) визначити мовно-стильові маркери, які вказують на їх здатність актуалізувати процеси смисло-, текстотворення в умовах цифрової трансформації суспільства; 3) оновити дослідницьку парадигму сучасної лінгвістики.

Теоретичний контекст дослідження визначеної дисертаційної предметності сформовано двома епістемними векторами розвитку жанрологічної науки.

1. Жанрологія як синкретичний локус фахової інтерпретації формалізованих моделей текстотворення в дисертаційному аналізі спирається на ідейно-методологічну парадигму таких фундаментальних галузей гуманітарного знання:

1) *літературознавство* (Н. Бернадська, Т. Бовсунівська, Г. Бондаренко, І. Зимомря, М. Зимомря, Ю. Ковалів, Н. Копистянська, Т. Кушнерова, О. Левченко, М. Наєнко, О. Огуй, Г. Семенюк, А. Ткаченко, Т. Ткаченко, С. Філоненко та ін.);

2) *фольклористика* (Я. Гарасим, О. Горлова, Ю. Демків, М. Дмитренко, Л. Дунаєвська, Д. Заєць, Н. Лисюк, О. Мізінкіна, О. Наумовська, Н. Салтовська та ін.);

3) *наука про соціальні комунікації* (З. Вайшенберг, І. Ващук, В. Дрешпак, Д. Климчук, В. Лизанчук, Т. Ковальова, У. Лешко, Б. Потятиник, К. Серажим, В. Тарасюк, М. Тимошик, Г. Царик, В. Bauman, Т. Bonini, В. Briggs, W.F. Hanks, S. Lomborg, C. Miller та ін.);

4) *лінгвістика* (М. Бахтін, Ф. Бацевич, Т. Боса, Х. Дяків, М. Заоборна, Н. Іщенко, І. Корольов, М. Мамич, Н. Мех, О. Черниш, Л. Шевченко, Е. Шестакова, Л. Шулінова, Т. Яхонтова та ін.);

5) *нейролінгвістика* (О. Гогоренко, Т. Ковалевська, А. Ковалевська-Славова, Н. Кондратенко, Н. Кутуза та ін.);

6) *філософія* (Ж. Деррида, К. Леві-Стросс, Ж.-Ф. Ліотар та ін.).

2. *Медіалінгвістична проблематика* поглиблює жанрологічні студії дослідницьким пошуком функціонально-стилістичного спрямування (І. Мірошніченко, О. Стишов, С. Форманова, Л. Шевченко, М. Штельмах та ін.). Його актуалізація детермінується природою множинних процесів розвитку вербальних форм і способів суспільної комунікації, а тому динамізує модерну неолінгвістичну парадигму.

Сучасні медійні тексти функціонують у межах інтегрованих платформ, де поєднуються вербальні, візуальні та аудіальні елементи, що створює нові умови для організації мовлення. В результаті змінюються традиційні мовні моделі, розширюється спектр стилістичних засобів, активізуються процеси міждискурсивної взаємодії та формуються нові комунікативні формати. Вивчення цих явищ потребує спеціального наукового підходу, який поєднує лінгвістичний аналіз із дослідженням соціокультурних і комунікативних чинників медійної діяльності.

Жанри сучасних медіа марковані природою та результатами процесів технологічної конвергенції медіа, розвитку цифрових комунікацій. Виникають нові жанрові формати, що поєднують елементи традиційних журналістських жанрів із особливостями мережевої комунікації, інтерактивності та мультимедійності. В результаті формуються гібридні жанрові моделі, які потребують нових підходів до

їх ідентифікації, класифікації та аналізу. Медіалінгвістичний аналіз у цьому контексті дозволяє визначити мовні та структурні характеристики сучасних медійних жанрів, з'ясувати принципи їх функціонування та простежити закономірності їх трансформації.

Відповідно, **сформульовано авторське визначення медійного жанру** як базової категорії цього інноваційного напрямку науки: *історично сформована, вербалізована модель репрезентації дійсності, що має набір повторюваних, аналогових змістово-формальних (архітектонічних), мовно-стильових (жанрових) ознак, синхронізованих із системною, послідовною реалізацією завдань і функцій комунікативної ситуації в медіасфері.*

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження виконано відповідно до проблематики комплексної наукової теми Київського національного університету імені Тараса Шевченка «Модернізація суспільного розвитку України в умовах світових процесів глобалізації» та предметності фундаментальних ідей однієї з його наукових шкіл «Теорія мови, мовлення та історія лінгвістики».

Мета дисертаційної праці полягає в концептуалізації та лінгвістичній аргументації комунікативно змінної природи, функцій і стилістичних параметрів жанрів сучасних масмедіа, що репрезентують інтегральні процеси розвитку форм суспільної комунікації в часі та просторі глобалізованої культури.

Для досягнення поставленої мети сформульовано та зреалізовано такі основні **завдання:**

1. Диференціювати сформовані лінгвістичні традиції фахової інтерпретації жанру в контексті динаміки дослідницьких парадигм гуманітарного знання.
2. Аргументувати мовознавчу об'єктно-предметну сутність і методологічну базу медійної жанрології в дискурсивній проєкції на неолінгвістичну парадигму.
3. Опрацювати та лексикографічно представити систему термінів і понять у галузі медійної жанрології.
4. Концептуалізувати ефективну модель лінгвостилістичного аналізу нових для сучасних масмедіа форматів комунікації (сиквел, приквел, інтерквел, мідквел, спіноф, ремейк, ребут, кросвер), що визначають природу сучасної інформаційної та стильової інтерференції в жанровій парадигмі медіасфери.
5. Визначити ідентифікаційні параметри жанру як категорії медіалінгвістичного аналізу.
6. Актуалізувати функціонально-стилістичний критерій класифікаційного розрізнення та дослідницької інтерпретації жанрової системи сучасного масмедійного поля.
7. Визначити домінантні маркери традиційної жанрової моделі медійної комунікації.
8. Проаналізувати поліфункціональний контекст динаміки стилістичної природи жанрових інваріантів модерних медіа.
9. Окреслити дискусійні дослідницькі проблеми в галузі медійної жанрології в контексті динаміки неолінгвістичної парадигми.

10. Проаналізувати активні процеси функціональної та стилістичної інтерференції жанрів сучасних масмедіа як результату генералізації суспільних цінностей в інформаційну добу.

11. Сформулювати перспективи лінгвістичних досліджень у дискурсі медійної жанрології в контексті комунікативного розвитку модерного масмедійного простору.

Об'єкт дисертаційного дослідження – жанр як вербалізована форма мовної свідомості, репрезентованої в тексті, що актуалізує модель суспільної комунікації в її стилістичних інваріантах.

Предметом є функціональна природа і лінгвостилістичний ресурс жанрів сучасних медіа в системі вербалізованих контекстів динаміки масової комунікації.

Визначена предметність аналізу медійних жанрів в її дослідницькому нюансуванні спирається на системну реалізацію таких **методів**: загальнонаукові методи *індукції та дедукції*, реалізація яких дозволила визначити узагальнені тенденції розвитку функціонально-стилістичної природи медійної сфери, детерміновані комунікативною динамікою окремих жанрів / груп жанрів; *дискурсивний* (фахова інтерпретація жанру як дискурсивної категорії, природа якої реалізується у варіантних регістрах сфери суспільної комунікації); *класифікаційний* (типізація медійних жанрів за ефективним критерієм ядра та периферії функцій літературної мови, системно зреалізованих у медійній комунікації); *описовий* (ідентифікація константних характеристик жанрів масовоінформаційного простору, типізованих у формі та структурі медійного тексту); *функціонально-стилістичного аналізу* (фахова інтерпретація природи, мовно-стильових параметрів і функцій жанрів сучасних медіа, *змодельованих* в ефективну систему масової комунікації, процесів їх трансформації, інтелектуалізації, синкретичної взаємодії – як маркерів часу та простору глобалізованої культури); *лінгвістичного спостереження* (формування концептуалізованої системи ілюстративного матеріалу для реалізації дослідницької предметності щодо еволюції функціональних, стильових, архітектонічних домінант жанрів сучасних масмедіа); *дискурсивного лексикографування* (систематизація термінів і понять у галузі медійної жанрології, дефінітивне окреслення їх смислової парадигми у спеціалізованому дискурсивному словнику, що концептуалізує ідею та предметність фахових спостережень автора).

Новизна дисертаційного аналізу функцій і стилістичних параметрів жанрів сучасних масмедіа спирається на те, що **вперше**:

1) у дослідницькій традиції сучасного мовознавства медійні жанри проаналізовано з огляду на їх функціональну природу і стилістичний ресурс – предметність медійної жанрології як самостійного наукового напрямку. Це дозволяє переконливо аргументувати і зреалізувати критерії для їх типізації та класифікаційного розрізнення в контексті актуалізації категорій функціонального ядра та периферії жанру / жанрів медіа;

2) медійні жанри розглядаються не в лінійній проекції на їх узагальнені мовні особливості, а в контексті комунікативної динаміки сфери масової інформації. Такий підхід пояснює ідею та логіку дисертаційного дослідження, передусім, актуальних жанрових моделей, типізованих репрезентацій функцій літературної

мови, які послідовно формалізуються в медійному тексті визначеної архітекτονіки та відносної статичної стильової природи;

3) дослідницька увага спроектована не на опис повторюваних ознак, типових для жанрів медіа, а на активні процеси, що системно відбуваються в сучасних ЗМІ та впливають на полістильову природу медійних жанрів, які ретранслюють актуальні для суспільства вербалізовані смисли та цінності;

4) ідея медіалінгвістичного аналізу парадигми жанрів сучасної масової комунікації концептуалізується в опрацьованій та лексикографічно представленій системі термінів і понять медійної жанрології, що **ще не було предметом окремих фахових студій**, зокрема в мовознавстві. Термінопоняття визначено за принципами смислової кореляції та пояснювальної здатності взаємодії інваріантних компонентів комунікації, аргументації їх впливу на жанрову природу й ідентифікацію текстів медіа;

5) ряд термінів, що відображають інтелектуалізацію жанрової системи сучасних медіа (синопсис, логлайн, лайфгак, пранк, сиквел, приквел, інтерквел, спіноф, інфотейнмент, едьютейнмент та ін.), **уперше** дефінітивно окреслено з погляду предметності лінгвостилістики та медійної жанрології;

6) **уперше** запропоновано та зrealізовано модель лінгвостилістичного аналізу актуальних для сучасних масмедіа форматів комунікації (сиквел, приквел, інтерквел, мідквел, спіноф), що визначають природу інформаційної та стильової інтерференції в жанровій парадигмі медіасфери;

7) стилістична рефлексія на динаміку жанрової системи медіа інтегрована **авторськими ідеями**, апробованими в лінгводидактиці вищої школи. Медійна жанрологія розглядається не лише як актуальна дослідницька епістема, але й контекст формування та перспективної реалізації фахових компетентностей філолога. Це реалізується в системі визначених тем і проблем функціонально-стилістичної специфікації медійної жанрології у структурі освітніх програм університетської підготовки.

Теоретичне значення дисертаційного дослідження полягає:

1) в концептуалізації моделі фахового осмислення медійних жанрів як структурно й функціонально організованих форм мовної комунікації, що динамічно розвиваються під впливом соціокультурних, технологічних і прагматичних чинників еволюції сучасного медійного простору;

2) у розширенні наукових уявлень про сучасну жанрову стратифікацію медійного дискурсу, поглибленні розуміння функціональних і стилістичних особливостей медійних текстів та формуванні цілісного, ефективного, підходу до жанрового аналізу мовної комунікації у сфері медіа;

3) в обґрунтуванні медійної жанрології як самостійної дослідницької епістери модерного міждисциплінарного характеру, що спирається на теорію і практику функціональної стилістики, медіалінгвістики та інших галузей гуманітаристики комунікативної предметності;

4) у лексикографічній систематизації термінів і понять медійної жанрології, уточненні їх дефінітивних ознак і параметрів, що результується в переконливій аргументації авторської концепції лінгвостилістичної інтерпретації жанрової системи сучасного масмедійного дискурсу і процесів її перманентної еволюції;

5) у концептуалізації та реалізації ефективної моделі лінгвостилістичного аналізу актуальних для сучасних масмедіа форматів комунікації (сиквел, приквел, інтерквел, мідквел, спіноф), що визначають природу інформаційної та стильової інтерференції в жанровій парадигмі медіасфери;

6) у формулюванні ідей щодо перспективи розвитку медійної жанрології як наукової рефлексії на комунікативні процеси в сучасних медіа.

Практичне значення дослідження полягає в можливості застосування його результатів:

1) у різних сферах наукової, освітньої та професійної діяльності, пов'язаних із функціонуванням медійної комунікації. Узагальнені положення та висновки роботи можуть бути використані для вдосконалення практики створення й аналізу медійних текстів різних жанрових типів, для підвищення якості медійного контенту, оптимізації мовностилістичного оформлення та комунікативної ефективності медійних повідомлень;

2) в університетській дидактиці – під час викладання дисциплін, пов'язаних із медіалінгвістикою, стилістикою, лінгвістичною / стилістичною жанрологією, інтелектуальною еволюцією української літературної мови. Теоретичні положення й аналітичні узагальнення можуть бути підґрунтям для розроблення навчально-методичних матеріалів, авторських спеціальних курсів, лекційних і практичних занять, а також для моделювання неолінгвістичних наукових проєктів;

3) у медіаосвіті – для формування засад медіаграмотності, медіаетики, оскільки системне розуміння жанрових особливостей медійних текстів, їх стилістики сприяє розвитку критичного сприйняття інформації, навичок аналізу медійного матеріалу й усвідомленню механізмів мовного впливу в сучасному медіапросторі.

Матеріал дослідження. В контексті дисертаційного аналізу природи, функцій і стилістичних параметрів жанрів сучасних ЗМІ було системно опрацьовано близько 100 різноформатних медіа (друковані, телевізійні, віртуальні) – понад 10000 медійних текстів (українською, англійською, німецькою, польською, болгарською мовами) і контекстів, що визначають жанрову динаміку медійної сфери першої чверті XXI століття. Серед проаналізованого матеріалу частка українськомовного сегменту становить 80 % (7850 текстів і контекстів).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійним фаховим дослідженням, що спирається на сформульовані та зреалізовані авторські ідеї лінгвостилістичного аналізу та лексикографічного представлення медійних жанрів у комунікативному просторі сучасних масмедіа. Використані в дисертації положення чи гіпотези інших науковців мають покликання та використовуються лише для аргументації дослідницьких ідей автора.

Особистий внесок здобувача у працях, написаних у співавторстві, полягає в тому, що:

1) актуалізовано функціональний контекст фахової інтерпретації мови суспільної комунікації, зокрема жанрово-стильової природи медіа;

2) окреслено предметність функціонально-стилістичного аналізу модерних медійних жанрів;

3) визначено критерії медіалінгвістичного аналізу жанру в конструктивному діалозі з літературознавчою традицією;

4) проаналізовано дискусійні питання щодо класифікації жанрів сучасних масмедіа;

5) сформульовано авторське дефінітивне наповнення термінів і понять, пов'язаних із дискурсом медійної жанрології;

6) схарактеризовано принципи медійного лексикографування (зокрема, в жанрологічному контексті) в дискурсивному просторі західної науки;

7) визначено та використано систему лексичних одиниць англійської та німецької мов для інтерпретації наукової літератури та джерел ілюстративного матеріалу в аналізі окресленої дисертаційної предметності;

8) проаналізовано стилістичну природу медійних жанрів і жанрових моделей огляду, кулінарного шоу у проєкції на комунікативну динаміку сучасного масмедійного дискурсу;

9) досліджено специфіку стилістичних процесів і лінгвістичних технологій в інваріантній репрезентації смислів у медійних текстах різних жанрів;

10) визначено жанрологічний контекст формування фахових компетенцій медіалінгвістів у системі лінгводидактики вищої школи.

Апробація та впровадження результатів дослідження. Основні ідеї та проміжні результати дисертаційного дослідження було апробовано в різножанрових моделях фахової комунікації: 1) *на наукових конференціях* – в Україні («Філологія ХХІ століття: нові дослідження і перспективи», «Українська гуманітаристика в координатах сучасності», «Сучасна філологія: парадигми, напрямки, проблеми», «Знаки культури в сучасних українських медіа», «Сучасне шевченкознавство: мультидисциплінарні дискурси» (м. Київ, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2016–2026 рр.), «Людина і право в мові сучасних ЗМІ» (м. Одеса, Національний університет «Одеська юридична академія», 7–8 червня 2018 р., 21 лютого 2025 р.), «Українська філологія: школи, постаті, проблеми» до 175-річчя кафедри української словесності (м. Львів, Львівський національний університет імені Івана Франка, 23–24 листопада 2023 р.); «Шості міжнародні наукові читання пам'яті члена-кореспондента НАН України Юрія Олександровича Карпенка: до 90-річчя від дня народження (1929–2009)» (м. Одеса, Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, 26–27 вересня 2019 р.); «Лінгвістичні та лінгвокультурологічні аспекти навчання іноземних студентів у вищих навчальних закладах України», (м. Дніпро, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, 11–12 квітня 2018 р.), «Слов'янський світ у культурному просторі ХХІ століття» (м. Київ, Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського, 20 травня 2014 р.), Міжнародна наукова конференція імені проф. Сергія Бураго «Мова і культура» (м. Київ, 2013–2018 рр.)) та закордоном («Language in Cultures, Cultures in Languages» (м. Познань, Республіка Польща, 16 вересня 2025 р.), «The European development trends in journalism, PR, media and communication», «Philological sciences and translation studies: European potential» (м. Влоцлавек, Республіка Польща, 2023 р.), «Innovations in philology: whims or the need of the hour» (м. Ченстохова, Республіка Польща, 2023 р.), «Мова. Медіа. Культура. Мовні та комунікативні явища в сучасних медіа» (м. Краків, Республіка Польща, 5–6 березня

2015 р.), «Взаємодія інтернету та стилістики, інтернету та стилів» (м. Грац, Австрія, 16–18 квітня 2015 р.), «Różnorodność kulturowa a styl» (м. Ополе, Республіка Польща, 18–19 вересня 2014 р.) та ін.; 2) *на міжнародному фаховому стажуванні* (Клайпедський університет, м. Клайпеда, Литовська Республіка, 22 вересня – 03 жовтня 2025 р., проблемна лекція з питань жанрово-стильової парадигми сучасних медіа); 3) *у наукових дискусіях* Літньої філологічної школи (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2024–2025 рр.), *на майстеркласах* для молодих дослідників «Українська мова в соціальній комунікації» (Київський палац дітей та юнацтва, творче агентство «ЮН-ПРЕС», 21 лютого 2019 р., 29 жовтня 2019 р.), у лекції «Комунікативна «безпека» сучасної масмедійної інформації» в онлайн-студії Публічної бібліотеки імені Лесі Українки міста Києва (м. Київ, 27 жовтня 2020 р.)

Публікації. Проблематику дисертаційного дослідження висвітлено в **47 різножанрових наукових публікаціях** (з них одноосібних – 30, англійською мовою – 15): 3 статті – у виданнях, індексованих у наукометричних базах Scopus, Web of Science, 2 розділи в колективних монографіях (опублікованих в Україні та Литовській Республіці), 22 статті – у фахових виданнях України (категорія «Б»), 2 статті – в закордонних фахових виданнях, 6 словників, 2 праці навчально-методичного, 10 публікацій – апробаційного характеру.

Структура. Дисертація складається зі словника термінів і понять медійної жанрології, списку умовних скорочень назв джерел ілюстративного матеріалу, вступу, 4 розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаної літератури (426 позицій, із них 178 – іноземними мовами), 6 додатків.

Загальний обсяг дисертаційної праці – 450 сторінок, із них основного тексту – 352 сторінки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **Вступі** обґрунтовано актуальність дисертаційного дослідження, сформульовано його мету та завдання, об'єкт і предмет, схарактеризовано методологічну основу та новизну, теоретичне та практичне значення одержаних результатів, матеріал авторського аналізу, апробацію ідей і результатів фахового пошуку.

У **першому розділі «Медійна жанрологія в динаміці дослідницьких епістем сучасної гуманітаристики»** здійснено системний аналіз теоретико-методологічних засад медійної жанрології в контексті розвитку сучасної філологічної науки. Концептуалізовано об'єктно-предметну сутність медійної жанрології як актуальної дослідницької епістемі, перспектива якої полягає в реалізації методологічної синкретичності аналізу мови в динаміці суспільної комунікації та її функцій у медіа, в появі інваріантних форм і способів вербальної масової інтеракції, в умотивованому оновленні її стилістики та жанрової системи.

Узагальнення наукових підходів до інтерпретації категорії жанру дозволило визначити, що в межах дискурсивної філологічної традиції жанр постає як

багатовимірною комунікативною моделлю, що поєднує структурні, функціональні, прагматичні, соціокультурні та інші параметри тексту.

У підрозділі 1.1. «Фахова інтерпретація категорії жанру у дискурсивній філологічній традиції» аргументовано тезу, що предметність аналізу жанру системно реалізується в контексті актуальних дослідницьких епістем гуманітаристики – в ефективному синкретизмі філологічної (мовознавчої, літературознавчої, журналістської (науки про соціальні комунікації)) традиції фахової інтерпретації жанрової природи вербальної / невербальної взаємодії масової аудиторії.

Сучасна наука, оперуючи розумінням жанру як відносно стійкого висловлювання, форм індивідуальної репрезентації думки, об'єднаних у текст або його фрагмент, поглиблює лінгвістичну дослідницьку парадигму методологічними конструктами, що дозволяють розглядати поняття жанру в динаміці комунікативного поля модерного світу. Актуалізуються напрями гуманітарного знання, які системно вивчають жанр і формують, відповідно, оновлену традицію жанрології.

У параграфах підрозділу 1.2. «Жанрологія медійної комунікації в неолінгвістичній парадигмі» доведено, що в умовах розвитку неолінгвістичної парадигми жанрологія медійної комунікації формується як міждисциплінарний напрям досліджень, який інтегрує здобутки лінгвістики, медіалінгвістики, теорії комунікації та дискурсології. Визначено основні параметри медіалінгвістичного аналізу жанрової системи сучасних засобів масової інформації, схарактеризовано чинники трансформації жанрового простору під впливом цифровізації, конвергенції медіа та інтерактивних форм комунікації. Узагальнення наукових підходів до класифікації медійних жанрів засвідчило відсутність універсальної типологічної моделі та необхідність урахування функціональних, структурних, прагматичних і технологічних критеріїв жанрової диференціації. З'ясовано, що відсутність уніфікованої класифікаційної системи пояснюється історичною змінністю жанрових форм медійної комунікації, впливом технологічних, соціальних, культурних та інших екстралінгвістично маркованих чинників. Обґрунтовано, що однією з визначальних ознак сучасної медійної комунікації є креолізація тексту, яка забезпечує інтеграцію вербальних і невербальних компонентів повідомлення та зумовлює формування нових жанрових різновидів і модифікацій.

Другий розділ «Домінантні маркери традиційної жанрової моделі медійної комунікації» складається з трьох підрозділів, у яких досліджено лінгвостилістичні параметри традиційних жанрових груп і різновидів сучасної медійної комунікації. Фахово проінтерпретовано інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні жанри: окреслено їх комунікативно-функціональні параметри, інваріантні мовностилістичні ознаки, дискусійний статус ідентифікації жанру, специфіку трансформації в умовах сучасного медійного середовища.

У підрозділі 2.1. «Стилістика інформаційних жанрів масмедіа» визначено комунікативні критерії інформаційних жанрів масмедіа, встановлено їх залежність від принципів оперативності, достовірності, об'єктивності та суспільної значущості

повідомлення. Визначено що лінгвостилістична організація інформаційних жанрів ґрунтується на домінуванні фактологічного викладу, стандартизованих мовних засобів і стратегій нейтральної репрезентації подій.

Особливу увагу приділено лінгвістичним технологіям фактчекінгу як важливому механізму забезпечення верифікації інформації в сучасному медійному просторі, визначено їх роль у формуванні довіри до медіатексту та протидії дезінформаційним практикам. Встановлено, що фейковими, або недостовірними, чи сумнівними можуть бути не тільки повідомлення, але й самі інформаційні приводи, що є фактичним / фактологічним джерелом для автора. В такому разі спостерігається використання одиниць текстової модальності (*ймовірно, напевно, попередньо, не точно, не зовсім точно* та ін.), що можуть апелювати до характеру самої інформації та знімати відповідальність з її автора.

У підрозділі 2.2. «**Стилістика медійної аналітики: жанрологічний контекст**» доведено, що визначальною функціональною рисою аналітичних жанрів є поєднання фактологічного матеріалу з інтерпретаційно-оцінним компонентом, що забезпечує осмислення подій та явищ суспільного життя. Медіалінгвістичні маркери аналітизму виявляються у використанні аргументативних стратегій, причиново-наслідкових зв'язків, логічної структурованості викладу та залученні експертних оцінок. Лінгвальна специфіка аналітичних жанрів медіа спирається з одного боку на вихідний для автора фактологічний матеріал (зокрема статистичні дані, термінологію, номенклатуру, онімну лексику та ін.), а з іншого – на оригінальний добір і використання мовних одиниць, трансформацію відомих конструкцій (у першу чергу фразеологічних), створення нових форм (а не використання штампів), що часто актуалізує експресивний потенціал слова, розвиває його семантичну валентність і в результаті розширює функціонально-стилістичний ресурс мови, зокрема медійної аналітики, і ЗМІ в цілому.

Визначено, що характерними для медіа є кілька мовних типів аналізу інформації, реалізованих: 1) у значенні слова / словосполучення з певною конотацією, в якому *a priori* закладено оцінку, її точність і функціональну мотивацію: «*Британські Віргінські Острови було вибрано не випадково: немає податків на доходи й приріст капіталу, податку на додану вартість, мит. А для того, щоб відкрити компанію, необхідно лише зареєструвати в реєстрі установчий договір*»; «*Виникає логічне запитання: невже судді, які зараз перебувають на «першій п'ятирічці» – саме та категорія служителів Феміди, які дискредитують весь суддівський корпус і винні у всіх бідах судової системи?*» та ін.; 2) у значенні вторинних стилістичних одиниць, переосмислення семантики яких актуалізує домінантне для автора тексту сприйняття названого об'єкта, явища, ситуації та ін.: «**50 відтінків місцевих виборів 2015 (ІНФОГРАФІКА)**»; «*Психологія вимерзання: як **пройти по тонкому льоду тривалого стресу**. Сьогодні ми фіксуємо якісно інший, набагато складніший стан – «**емоційне вимерзання**»; «*Це розслідування лише **ставить жирну кому в офішорному питанні**»; «*Коли відоме стає явним. Акт публічного політичного стриптизу*»; «*І хай весь світ зачекає...***

Правила дорожнього руху забороняють зупинку на перехрестях та ближче 10 м від краю перехрещуваної проїзної частини»; «З приходом до влади в Україні «молодої команди» Володимира Зеленського актуальним стало питання популізму»; «Перемога «шоколадного короля» західні ЗМІ про вибори в Україні» та ін.

Визначено, що комунікативна природа жанру огляду зумовлена його синтетичним характером, оскільки поєднує елементи інформаційного узагальнення й аналітичного коментування. Його аналітична природа зводиться до домінант інформування та «потрібного» акцентування на «важливих» смислах. Коли масова аудиторія отримує конкретизовану або частіше узагальнену інформацію про подію, фактологічно насичену свідомо дібраним матеріалом, що скеровує до тональності відповідної оцінки. А отже, оцінність огляду визначається як імпліцитна, не вербалізована категорія, а така, що виявляється на рівні «монтування» інформації з різних джерел у контексті імітації аналітичного ресурсу оглядового тексту й контексту.

Водночас інваріантна лінгвостилістика жанру медійної рецензії характеризується наявністю оцінної модальності, інтерпретаційної аргументації та індивідуалізованого авторського стилю. Стильова природа жанру спирається на аналітичний ресурс вербалізації авторської (як правило, не фахової) думки щодо об'єкту рецензування. Відповідна рефлексія, зважаючи на масмедійний контекст її функціонування, передбачає використання загальноновживаної лексики, фразеології, перифразів, епітетів та ін. — як комунікативних маркерів оцінки.

У підрозділі 2.3. «Дискусійний статус художньо-публіцистичних жанрів у теорії сучасної медіалінгвістичної епістемі» модель художньо-публіцистичних жанрів у контексті сучасної медіалінгвістичної епістемі схарактеризовано як дискусійну. Серед основних характеристик публіцистичних текстів визначено: стислість викладу і водночас інформативне його навантаження, використання загальноновживаних слів та висловів, суспільно-політичної термінології, мовних кліше, штампів, засобів художньої образності, експресії, емоцій, переосмислення лексичної семантики, трансформація фразеологізмів. Це узагальнено передбачає певний вербальний вплив на читача.

У дисертаційному аналізі актуалізується теза про те, що художньо-публіцистичні жанри більш логічно розглядати як міжстильові чи міжжанрові утворення. В модерній комунікації через свою природу (або невідповідність часу і простору культури) вони не мають індивідуальних мовно-стильових характеристик, сукупність яких демотивує медіалінгвістів виокремлювати їх в самостійну групу медійних жанрів.

У третьому розділі «Поліфункціональний контекст динаміки стилістичної природи жанрів модерних медіа» проаналізовано інваріантну щодо функцій природу жанрів модерних медіа, які формуються та розвиваються в контексті цифровізації комунікативного простору, трансформації стратегій і тактик, актуальних для сфери сучасної масової інформації. Виявлено специфіку функціонування новітніх жанрових моделей, визначено їх комунікативні інваріанти й окреслено тенденції розвитку жанрової системи модерних медіа.

У підрозділі 3.1. «Комунікативні інваріанти жанрів шоу: функціонально-стилістична мотивація» аргументовано, що їх функціонально-стилістичні

параметри є дифузними – поєднують інформаційний, когнітивний, розважальний складники медійної комунікації. Сформульовано **авторське визначення жанру: шоу** – це гіпержанр медійної комунікації, що спирається на ефективне поєднання вербальних і аудіовізуальних одиниць для поліфункціонального представлення у просторі ЗМІ підготовленого, продуманого контенту з розважальною, пізнавальною, комунікативною метою інформаційно-емоційного впливу на мовну свідомість масової аудиторії.

Уперше в сучасному мовознавстві звертаючи медіалінгвістичну дослідницьку увагу саме на поліфункціональну природу шоу в контексті його фахової ідентифікації, запропоновано використовувати форму множини – **жанри шоу** – та розрізняти відповідні інваріанти жанру, синхронізовані з функцією, що перебуває в комунікативному ядрі. Це дозволило проаналізувати інваріанти жанру шоу, врахувавши саме родо-видовий принцип (шоу – як родове поняття, що має функціонально детерміновані види: токшоу, інтелект, кулінарне, тревел та інші види шоу).

У своїй основі природа *токшоу* скорельована зі специфікою сценічного мистецтва, спроектованого на послідовну розстановку смислових акцентів у вербалізованому діалогічному / полілогічному тексті з метою ефективного впливу на реципієнта, щоб викликати в нього відповідні емоції. Традиційно в лінгвістиці жанр токшоу розглядається як такий, що реалізується в комунікативній моделі «ведучий – учасник – глядачі у студії – телеглядачі / радіослухачі». У динаміці стилістичного ресурсу сучасних медіа вона інтерактивно доповнюється мікроформами діалогічної комунікації – репліками, коментарями, запитаннями та ін. Їх вербальне та невербальне оформлення, як правило, позначене емоційно-експресивними характеристиками, оскільки основне завдання токшоу – актуалізувати в публічному діалозі / полілозі важливі проблемні питання суспільного життя.

Інтелект-шоу динамізує когнітивну парадигму жанру, спрямовану на активізацію інтелектуально-мисленнєвої діяльності реципієнтів у контексті пізнання й осмислення медійної інформації. Дидактичний ресурс інтелект-шоу системно виявляється в апробованій діалогічній моделі спілкування учасників медійного проєкту – ведучого та гравця / гравців. Їх комунікація зводиться до формулювання запитань ведучим і віднаходження відповідей гравцем (у ході обдумування, обговорення), що визначає когнітивно-сміслову базу жанру. Оцінна ідентифікація відповідей, зарахування балів за правильну / неправильну відповідь, змагання одного учасника або між гравцями / командами за виграш характеризує розважальний контекст інтелект-шоу. Масовою аудиторією він сприймається комплексно, навіть із посиленням емоційно-експресивного фону.

З погляду лінгвостилістичної інтерпретації жанру визначено, що комунікативна природа інтелект-шоу функціонально синхронізується з ресурсами наукової мови (на рівні добору й використання фахової термінології, синтаксичних конструкцій – особливо для формулювання запитання) та стилю масової інформації (на рівні організації комунікативної ситуації, чітко визначеної послідовності у взаємодії її учасників, використання спеціальних технічних засобів для виходу в ефір та ін.) Зокрема, когнітивний простір інваріанту жанру *мовного шоу*

динамізується у структурі не моно-, а політематичних завдань, які в ігрових турах актуалізують фахову інформацію щодо природи одиниць різних рівнів літературної мови. Це дозволяє реципієнтам отримувати гетерогенне знання, підкріплене кваліфікованим коментарем.

На основі контент-аналізу визначено, що найбільш частотними є запитання та завдання щодо лексики, фразеології, лексичної семантики, культури української мови. Змагання вибудовуються в різних комунікативних формах, що є оптимальним для залучення й утримання уваги масової аудиторії. Наприклад: *«Розмова трьох і більше осіб – це...»*; *«Скільки пригосних фонем в українській мові?»*; *«Що таке граматична основа речення?»*; *«Лісова пісня» Лесі Українки за жанром це...»* та ін.

Когнітивна природа мовного шоу спирається на важливий компонент його архітекτονіки (це відрізняє його від розважального шоу, зреалізованого в тотожній діалогічній моделі «ведучий / ведуча – гравець / гравці») – кваліфіковані коментарі експерта. Їх основна мета – пояснити правильну чи неправильну відповідь учасника, аргументуючи її покликанням на кодифіковану норму, правило, визначене словником чи правописом. Це мотивує системне використання запрошеним фахівцем лінгвістичної термінології, що є, відповідно, смисловим маркером пізнання природи комунікативного ресурсу мови. Формат коментаря вибудовується за принципом апеляції до попередньо засвоєного знання, що, зокрема, в лінгводидактиці є оптимальним у процесі навчання через його актуалізацію.

Жанр *кулінарного шоу* також спирається на ефективне поєднання інформаційної, пізнавальної та розважальної функцій літературної мови в масмедійному просторі. Але з'ясовано, що саме предметність комунікації визначає їх мовно-стильову переорієнтацію в домінуванні комунікативного ресурсу, актуального для архітекτονіки цього жанру.

Традиційно комунікативна база жанру кулінарного шоу спирається, передусім, на монологічну – лінійну – форму викладу, коли у смислову основу інформування покладено рецептуру страви та деталізацію її приготування. Ведучий в оповідній, лінійній манері (як варіант – сторителінгу) системно використовує кулінарну термінологію, лексеми на позначення назв продуктів, кухонних приладів, видів нарізання, ступенів відварювання, просмажування та ін. У модерному часі та просторі культури переважають діалогічні / полілогічні моделі медійної комунікації, що передбачають обов'язкове звернення до потенційної / реальної аудиторії, врахування її ціннісних пріоритетів і реалізацію можливості зворотної реакції на текст / інформацію. У форматі кулінарного проєкту ці особливості увиразнюють шоу-компонент, актуалізований попередньо ведучим.

Вербальні компоненти, що реалізують функціональну ідею жанру кулінарного шоу, часто спираються на інтернаціональний контекст професійної комунікації в галузі кулінарії. Ведучі, судді, учасники завжди наголошують на коректному використанні відповідної термінології в її оригінальній формі, не адаптованій під національний стандарт (що в ситуації з фаховою лексикою видається абсолютно логічним). Зокрема, в коментарях, в репліках, у завданнях конкурсів спостерігається орієнтація саме на такого типу лексеми (і що важливо – з поясненням), а не на професіоналізми. Наприклад: *вирізка, оковалок, пахвина, куприк, очеревина, brisket, ребро, фланк, пружок, рибай, стриплойн, рамп, флет-айрон, тендерлойн,*

оссо буко, томагавк, тибоун, портерхаус та ін. (номінації частин яловичої туші); *пейзан, брюнуаз, жульєн, батоне, жардін'єр, турне, тартар, нуазет, маседуан, сізле, конкасе* та ін. (номінації різновидів нарізки); *спагеті, букатіні, лазанья, фарфале, тальятеле, папарделе, равіолі, лінгвіне, орзо, тортеліні, канелоні, капеліні* та ін. (номінації різновидів пасты); *песто, бешамель, велюте, беарнез, майонез, голландез, вінегрет, понзу, ромеско, деміглас, айолі, самбал, сірача, сальса, чимічурі, пікажю, англєз, тартар, берблан, дзадзикі, якіторі, бордлез* та ін. (номінації різновидів соусів); *сувід, фрізування, дегідрація, ферментація* та ін. (номінації способів приготування сирого м'яса) та ін.

У дисертаційному аналізі аргументовано тезу, що сучасний жанр *трєвел-шоу* розвинувся з публіцистичного жанру подорожнього нарису. В писемній формі подорожній нарис фіксує ситуації, актуалізовані в поїздці: опис місцевості, зустрічі з людьми, незвичайні події, що, на думку автора, можуть бути цікавими реципієнтам.

Пояснено, що зі зрозумілих причин традиційний публіцистичний контекст подорожнього нарису функціонально не може бути адаптованим у медійну реальність. А отже, трєвел-шоу постає мультимедійним інваріантом цього жанру, спираючись на результативну комбінацію вербального та візуального компонентів комунікації. Актуалізуючи інформацію щодо країн, міст, сіл, автори, ведучі трєвел-шоу спираються на своє основне завдання: у вербалізованій, візуалізованій історико-культурній інформації репрезентувати їх іміджеві характеристики. Добираються смислово прямі (оригінальні) або опосередковані (інтертекстуальні, порівняльні) конструкції, звороти, що описують той чи інший географічний об'єкт як прецедентний, вартий уваги туристів і медійної аудиторії.

Комунікативна природа трєвел-шоу не є детермінована темою, що підтверджує й аргументує дослідницьку думку: екстралінгвістичний фактор не варто розглядати як жанротвірний. Більшою мірою топіка, обрана основою проєкту загалом або його випуску, впливає на лінгвостилістику конкретно взятого для аналізу формату. Це виявляється в доборі мовних одиниць, функціонально орієнтованих на ефективну реалізацію ідеї. Так, у комунікативному ядрі трєвел-шоу закладено контекст мандрів, у якому вербалізується інформація щодо історії регіону, його культурних і кулінарних традицій, а отже, реалізується когнітивна функція мови.

Системно використовуються власні назви, дати, дієслова й оцінно-атрибутивні конструкції – вони є пізнавальним ресурсом для інтелектуального осмислення інформації, що обов'язково яскраво візуалізується, поглиблюючи в такий спосіб жанровий формат шоу. Наприклад: «*Нас більше цікавить місце **Конопської битви, яка відбулась 28 червня 1659 року** і стала одним із основних епізодів московсько-української війни*»; «*А ви щось знаєте про **найпопулярніше рожеве озеро у світі**? Воно знаходиться в Австралії. Я впевнений, ви зараз здивуєтесь, що в нас, в Україні, є його аналог – в 10 км від міста Генічеська Херсонської області*» та ін.

Визначено також, що іміджеві, символічні об'єкти інформування як екстралінгвістичні фактори відіграють важливу роль у подальшій еволюції мови в різних комунікативних ситуаціях і окремих дискурсивних контекстах, що

репрезентують когніцію у форматі подорожі, візуалізація якої апелює до комунікативних запитів масової аудиторії, все більше налаштованої на пізнавальний ресурс медійної комунікації.

У підрозділі 3.2. «Жанрова типологія сучасної реклами в дискурсі функціоналізму» досліджується жанрова парадигма сучасного рекламного дискурсу. Визначено, що, окрім *комерційної* предметності, реклама актуалізує важливий когнітивний складник розвитку цивілізованого суспільства в контексті його синхронізації з традиційними цінностями культури. Йдеться про жанрову систему *соціальної* реклами, інформаційний ресурс якої спирається не на маніпуляцію, а на пізнавальний компонент розуміння масовою аудиторією суспільних проблем, які потребують називання, ідентифікації та вирішення. Саме тому деталізується та розвивається теорія і практика аналізу реклами з огляду на функціонально-стилістичний ресурс її мови, що реалізує контрастно різні стратегії і тактики, зважаючи на екстралінгвістичний контекст рекламної комунікації.

Дослідницька ідея аналізу реклами спирається на розуміння цього явища як множинного щодо жанрової репрезентації. Фундаментальні функції гетерогенних рекламних текстів (інформаційна, маніпулятивна, когнітивна та ін.) визначають їх принципове розрізнення, що підтверджується також і мовною фактологією, що системно реалізує завдання відповідної комунікативної ситуації. А отже, вважаємо доведеною доцільність фахової інтерпретації саме рекламних жанрів (не жанру), які диференціюються на комерційну та соціальну відповідно до екстра- й інтралінгвальної специфіки забезпечення динаміки рекламної комунікації як важливого складника динаміки актуальних суспільних цінностей і соціокультурної інтеракції в масмедійному просторі.

Проаналізовані жанрові різновиди комерційної реклами ідентифікуються, передусім, функціонально, а тому спираються на узагальнену модель інформування, що поглиблюється додатковими інтенціями маніпуляції.

Функціональний контекст *жанру соціальної реклами* спирається на формування суспільної думки в аспекті вербалізації людських цінностей, що пройшли комунікативну апробацію в історії розвитку світової цивілізації. Йдеться, передусім, про життя як найвищу цінність, здоров'я, любов, сім'ю (батьків, дітей), захист тварин, права і свободи людини, мови, країни та ін.

У підрозділі 3.3. «Медіалінгвістичний статус блогу: жанр чи формат» порушено проблему множинності інтерпретаційних підходів до аналізу блогу, що породжує ряд дискусійних у науці питань, пов'язаних із фаховим осмисленням жанрової природи цього ресурсу / формату масової комунікації.

Блог у лінгвістичному дискурсі сучасної медійної жанрології аналізується як особлива (нерідко суперечлива) макрожанрова форма комунікації, простір обміну ідеями та інформацією, оформлений у текстах різної стильової та жанрової природи. Тому блог реалізує позажанровий статус і формує якісно новий сегмент інтернет-комунікації з притаманними йому множинними стилістичними особливостями та характеристиками.

Із погляду функціональної стилістики блогінг характеризується контамінацією усної та писемної форм комунікації. Мовний простір блогів

характеризується активним пошуком нових експресивно-зображальних засобів мовлення для забезпечення належного інформаційного (а нерідко й маніпулятивного) впливу на мовну свідомість реципієнтів. Спостерігається дифузія лексичних елементів розмовного, художнього, наукового, офіційно-ділового стилів. Виявляються тенденції до нетипового (як і для медійної сфери загалом) відчутного впливу художнього стилю, що мотивує розвиток індивідуально-авторської мови блогера. Саме тому медіалінгвістична специфіка аналізу блогу, на нашу думку, повинна враховувати його функціональний ресурс і потенціал як важливі для лінгвіста-дослідника жанротвірні чинники.

У підрозділі 3.4. «Жанрова модель лайфгаку: комунікативне моделювання медійного едьютейнменту» окреслено сформовану в науці традицію розуміння жанрової природи лайфгаку, зреалізованої у форматі едьютейнменту.

Комунікативна динаміка едьютейнменту ґрунтується на природі сучасного освітнього процесу, що відбувається в умовах стрімкого зростання обсягу нової інформації. З іншого боку, оновлення освітнього контенту в розважальному медійному контексті ґрунтується на ефективності позитивного впливу відтворюваної інформації на когнітивно зорієнтовану динаміку мовної свідомості масової аудиторії. Актуалізується міжстильова природа жанру *лайфгаку*. Його лінгвостилістичні особливості функціонально співвідносяться з екстра- та інтралінгвістичними домінантами поради. Це обґрунтовує комунікативну основу жанру через вербалізацію / візуалізацію досвіду мовця, спрямовану на розвиток мовної свідомості реципієнта тексту. З огляду на ресурси та можливості сучасної соціальної комунікації порада в масмедійному дискурсі еволюціонує в лайфгак, що ґрунтується на обов'язковій креолізації смислу, переданого в тексті. Це дозволяє динамізувати комунікацію через візуалізацію пояснень, спрямованих на простіше розв'язання різноманітних актуальних проблем повсякденного життя (побуту, роботи, освіти та ін). Наприклад: **«Перше і головне правило: готуватися до ЗНО з англійської мови потрібно не менш ніж за рік до дати іспиту»**; **«На завданнях читання потрібна увага та концентрація. Адже саме тут зазвичай є найбільше прихованих сюрпризів. Ось кілька порад»**; **«Практика: велика таємниця. Велика таємниця полягає у тому, що ніхто не вміє писати»** та ін.

Семантичний контекст лайфгаку передбачає своєрідний комунікативний контраст щодо вже відомих моделей поведінки, який ґрунтується на зацікавленні певними нестандартними діями для досягнення бажаного результату. Саме це актуалізує функціональне завдання лайфгаку, зреалізованого у форматі едьютейнменту, що характеризується контрастним поєднанням освітньої та розважальної функцій мови, синхронізованих із комунікативними запитамі сучасної масової аудиторії.

У четвертому розділі «Актуальні процеси розвитку жанрової парадигми сучасних масмедіа» проаналізовано специфіку еволюції жанрової парадигми сучасних масмедіа, зумовленої трансформаціями медійного середовища, диджиталізацією масовоінформаційних процесів і динамічним розвитком функціональних параметрів сучасного медійного дискурсу.

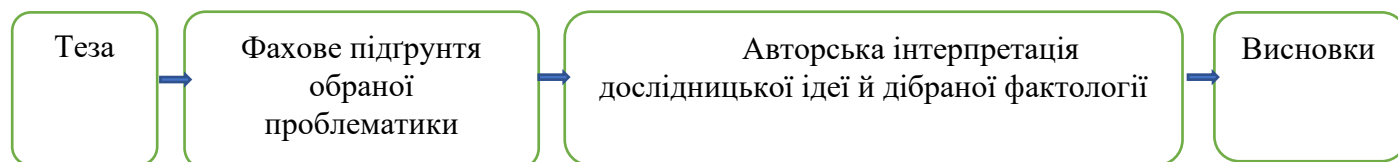
Підрозділ 4.1. «Інтелектуалізація жанрової системи медіа: мовознавча аргументація» порушує проблему комунікативного виміру інтелектуалізації як поліфункціонального процесу розвитку інтелектуальних характеристик, що пов'язаний, насамперед, із критичним осмисленням їх релевантності та актуальності в певному мовно-культурному просторі. Визначено, що жанри є передбачуваними об'єктами лінгвістичного аналізу комунікативної природи мовних ресурсів та їх оновленої функціональної парадигми в сучасній медіасфері. Відповідно до їх стилістичних характеристик, вони відкривають дослідницьку перспективу ідентифікувати ядрові та периферійні чинники змін жанрової парадигми медіа – її попередні, актуальні та (в перспективі) майбутні компоненти як комунікативні маркери інтелектуальної еволюції літературної мови.

У цьому контексті констатуємо, що традиційна інформаційна та аналітична природа медіа сьогодні все більше корелюється з обов'язковою візуалізацією, персоніфікацією, в деяких випадках – інтимізацією контексту та його мови. В результаті стилістика деяких жанрів набуває рис есеїстичного викладу думки. Можна говорити про тенденцію до актуалізації відносно короткої та вільної форми подачі авторського досвіду, емоцій, оцінок та переосмислення конкретної проблеми чи явища. Таким чином, жанрова парадигма сучасних медіа інтелектуально розвивається через появу нових жанрів. І це кількісно та якісно відображає соціальні цілі та перспективи, системно вербалізовані в медіатекстах, їх мові, контексті та змісті. Такі особливості в (медіа)лінгвістичному аналізі можна інтерпретувати як факт і критерії інтелектуальної еволюції мови. У визначеній предметності – з акцентом на динаміку нових / оновлених комунікативних форм, жанрів, зокрема допису, сториз, коментаря та ін.

У підрозділі 4.2. «Лінгвістичні моделі стильової дифузії жанрів медійної комунікації» актуалізується ідея аналізу жанрів у функціональній динаміці, зумовленій фундаментальними змінами щодо прийомів і способів інформування, які активізують комунікативно-стильові можливості мови й породжують нові жанри, форми та формати міжособистісного спілкування. Одним із найбільш закономірних результатів реалізації цієї тенденції, як на наш погляд, є *дифузна стильова природа масмедійних жанрів*, аргументована процесами асиміляції сфер спілкування.

Аргументується теза про мовно-функціональний вплив дослідницьких жанрових моделей на медійний контент і контекст, орієнтований на інтелектуалізацію масової мовної свідомості. Зокрема, жанри аналітичної статті, аналітичного інтерв'ю, допису та інші все частотніше синхронізуються зі стилістичною природою наукової статті – за лінгвальними, архітектонічними, тематичними характеристиками, принципами інформування, доведення й аргументації. У функціональну основу медійної рецензії покладено оцінність та інтерпретативність, що первинно є домінантними для дослідницької природи жанру наукової рецензії.

Модель фахової комунікації інтерпретується як лінійна, оскільки вона концептуалізує наукові смисли в логічній послідовності їх організації в тексті.



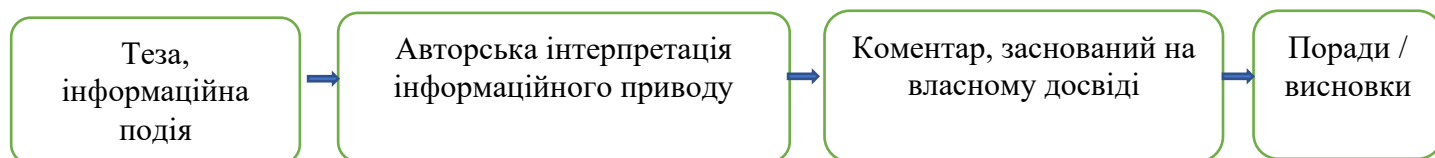
У науковому стилі спостерігаємо системно використовувану фахову термінологію, прокоментовану в авторському доведенні, у структурі складних речень, що реалізують причиново-наслідкові зв'язки. Натомість медійна мова оперує термінами в більш простих синтаксичних конструкціях, але також орієнтованих функціонально на пояснення. Часто в медійних жанрах (передусім допису) архітектонічно воно реалізується у форматі тез, що візуально спрощує сприйняття інформації, проте зберігає її смислове навантаження. Наприклад:

*«Стилістика розгортає **потенціал слова**, в якому репрезентовано безмір динамічного світу, що в ньому ставляться під сумнів догми, апробовані раніше **ідеї, критерії** доведеності, теорії, що несумісні з **тенденціями розвитку сучасного суспільства / суспільств** і здатністю мови динамічно реагувати на **комунікативні потреби** свого народу»* (текст наукового стилю);

*«Середньостатистичний українець їсть 9–16 грамів солі на день, замість потрібних 5. А надлишок вживання солі – це один з небагатьох показаних **харчових факторів ризику виникнення хвороби серця**. Тому **теж раджу слідкувати за кількістю вживання солі**»* (текст масмедійного стилю).

В аналізованих текстах в єдиному смисловому просторі функціонують терміни, розмовна лексика, а складні / ускладнені речення поєднуються з простими, еліпсованими, однослівними. В комунікативному дискурсі більш характерні для розмовної мови та ін. Частотним є також моделювання жанру допису з вербалізованим патерном діалогу, коли в основному тексті формулюється запитання (з урахуванням наукового контексту), а у висновковій частині пропонується неочікувано проста відповідь. Саме вона і є комунікативним центром апеляції до масової мовної свідомості, що концептуалізує вербалізовані смисли й виструнчує архітектоніку аналізованого жанру.

А отже, в масмедійній сфері комунікативно-інформаційна модель доповнюється аргументацією з реального життя автора або читачів, порадами, які наводяться у структурі основного тексту або у висновках.



Системно проаналізовані множинні ілюстрації засвідчують трансформацію лінійної моделі наукової комунікації, що пояснюється стилістичною динамікою масмедіа. Це об'єктивно аргументує перманентні зміни в їх жанровій парадигмі, які мають загальний характер, а отже, інтерпретуються як принципи й підходи до інформування, незалежні від часу і простору культури. Саме тому в різномовних медійних текстах спостерігаємо типові мовні й комунікативні одиниці, що

об'єднуються в модель міжстильового жанру. Такі тенденції визначають функціональну динаміку літературної мови, яка в контексті процесів глобалізації розширює свої комунікативні межі, розвиває міжстильову, міжжанрову парадигму.

У підрозділі 4.3. «Інформаційна інтерференція в комунікативній динаміці медійних жанрів» досліджено жанрову природу медійного контенту як комунікативно інтегрованого механізму впливу на мовну свідомість реципієнтів, що активізує інтелектуально орієнтовану інформаційну пам'ять задля оптимального сприйняття нової або оновленої інформації в багатожанровій парадигмі масмедіа.

Функціонально-комунікативна динамізація сучасних медіа дозволяє реактуалізовувати події, явища, сюжети й персоналії, формуючи ефективні компоненти інформаційної прецедентності або спадковості, синхронізовані в культурно-історичному просторі й часі. Зокрема, в новинних жанрах (на телебаченні, в друкованій пресі, на радіо чи в інтернеті) такий прийом реалізують досить часто: після основного тексту через абзац / у кінці матеріалу (в писемному форматі) або паузу (в усному мовленні) подається ретроспективна інформація, тематично чи подієво пов'язана з новиною, її причиною або з певною історичною датою. Для реалізації цього функціонального завдання систематично використовуються відповідні конструкції, як-от: *«до речі»*, *«згадаємо»*, *«нагадаємо»*, *«цей день торік»*, *«нещодавно також стало відомо»* та ін. Часто в архітектоніці новинного тексту окремі його компоненти містять різні покликання – це сприяє полегшенню доступу до інформації та забезпечує цілісне пізнання смислу запропонованого нового матеріалу, що синхронізується з функціональним потенціалом жанрів новин. Наприклад: *«В Україні припиняє видаватися газета «Дзеркало тижня». Видання повністю переходить в електронний формат <...> Раніше повідомлялося, що уряд хоче скасувати публікацію законів у газетах «Голос України» та «Урядовий кур'єр». Обидва видання можуть зникнути, якщо офіційними почнуть вважати публікації на інтернет-сайтах»*.

Визначено, що загалом у масмедіа комунікативно реалізовані засоби ретроспекції контенту функціонують як інструмент інтертекстуалізації, що, у свою чергу, спрощує систематизацію релевантної інформації з метою її подальшої публікації або трансляції. Зокрема, в кінематографі як окремому дискурсивному медіапросторі також широко використовують подібні прийоми, проте з іншими функціональними орієнтирами. На відміну від новинного дискурсу, де такі елементи забезпечують локалізацію теми чи проблеми в межах кількох текстів, у кіно головна мета – побудова складної, безперервної сюжетної лінії, що реалізується в різних фільмах або їх частинах. Комунікативна та інформаційна нелінійність є типовою жанровою ознакою медіа, зокрема й кінематографа (а особливо багатосерійних фільмів і серіалів). Кожна нова серія, як правило, є повним або частковим продовженням попередньої, тому в таких текстах регулярно з'являються фрази на зразок *«у попередній серії»*, *«минулого разу ви бачили»* та ін. Цей традиційний (лінійний) підхід до побудови сюжетної послідовності з функціональною метою був докорінно переосмислений: у художньому кінопросторі активно використовують ретроспективні елементи сюжету, повторення тематичних ліній та ідей, а також повернення тих самих героїв (і акторів) у нових фільмах. Відповідно, дослідницька парадигма кінодискурсу, зокрема в межах медіалінгвістики, була розширена і

переосмислена через уведення нового терміноряду. Наприклад, поняття «сезон» було смислово та функціонально переосмислено, а лексеми *сиквел*, *приквел*, *мідквел*, *інтерквел*, *спіноф*, *ремейк* та інші **вперше в лінгвістичній проєкції дисертаційного аналізу** набули термінологічного статусу в лінгвостилістиці, медійній жанрології.

Тенденція до такої лінгвістичної адаптації медіаконтенту в інваріантах жанрів кінодискурсу розвиває форми медіакомунікації, їх розуміння не лише в контексті актуалізації нових ресурсів і засобів. Натомість реактивація смислів є оптимальною моделлю створення тексту / контенту, яка визначає вектори інтелектуалізації літературної мови та звернення до динамічно змінюваної масової мовної свідомості.

У підрозділі 4.4. «Синхронність / асинхронність жанрових моделей у перспективі часу та простору медійної культури» жанри масмедіа аналізуються з увагою до розвиненої системи технік і методів суспільної комунікації, адаптованих до лінгвістичних і культурних домінант еволюції соціальних пріоритетів. Медіасфера реалізує контрастну природу синхронії / асинхронії ядра та периферії її жанрової системи – у внутрішньому комунікативному контексті та в дискурсі функціонально-стилістичних паралелей близькоспоріднених і неблизкоспоріднених мов.

Синхронність жанрових систем медіа підтверджується не тільки й не стільки актуалізацією тих самих жанрів у комунікативному просторі різних країн, а, передусім, – їх лінгвістичною реалізацією, архітектонікою, екстралінгвістичною природою. З одного боку, така жанрова парадоксальність пояснюється через сучасну концепцію «формату» (традиційні жанри новин, інтерв'ю, статей тощо). З іншого боку, медіалінгвістична мотивація досліджуваних процесів комунікативної динаміки сучасних жанрів (версії шоу, реклама, медійна аналітика та ін.) базується на цінностях і пріоритетах розвитку суспільства, характеру його присутності в сучасній медіасфері глобалізованого світу. Це, зокрема, досить прозоро мотивує лінгвістичну та культурну динаміку жанрової категорії в медіадискурсі, що ефективно відображається у стилі та функціях літературної мови в суспільній комунікації.

У цьому випадку з дослідницького погляду актуальним (і **не представленим в сучасній медіалінгвістичній науці**) є аналіз жанрової системи «традиційних» та «нових» медіа, що вказують на синхронність / асинхронність розвитку медіа. Для об'єктивності медіалінгвістичної інтерпретації визначеної предметності для зіставного аналізу було обрано різножанрові телевізійні, газетні, віртуальні медіатексти з різних комунікативних сегментів глобалізованого світу. Це дозволяє виявити та прокоментувати «точки» комунікативної (лінгвістичної, стилістичної) взаємодії / невзаємодії жанрової, комунікативної та культурної реальності різних країн. А отже, звернути дослідницьку увагу на синхронну / асинхронну систему соціальної та комунікативної реальності – в контексті жанрової природи інформації як ресурсу знань про суспільство, вербалізованої в медіа.

Логічно, що національні медіа (через жанри, контент, інформаційно-аналітичне осмислення) характеризуються індивідуальною синхронністю цих факторів. Відповідно, вони будуть розвиватися асинхронно щодо медіасистем інших

країн. Зокрема, це виявляється в асиметричній динаміці жанрового ядра та периферії, що вказує на різні підходи до контенту в медіа країни.

Загалом, комунікативна орієнтація на світовий комунікативний досвід порушує асинхронний (індивідуальний для кожного лінгвістичного і культурного поля) контекст динаміки медіа, включаючи жанрову систему. Виникає тотальна / глобальна синхронізація комунікативної реальності медіаполя (в термінах мови, жанрів, функцій), яка, в результаті, втрачає національні кордони і функціонує як єдиний медіапростір. Можна говорити про звуження та поступове зникнення критеріїв авторства медіатексту, існування так званих «авторських медіа», оскільки екстра- та інтралінгвістична жанрова парадигма медіа досить динамічно набуває ознак форматування. Це пояснює типові представлення адаптованих форматів медійних жанрів, які, маючи рейтинги та резонанс у одній країні, купуються іншими країнами для збільшення комунікативних рейтингів у медіапросторі.

Зокрема, телевізійні формати активно розвиваються, оновлюються в медіа, оскільки мають аналоги в різних країнах і виступають як певний культурний патерн розвитку та динаміки медіакомунікації.

Адаптація формату «нових медіа» передбачає комунікативну та жанрову синхронізацію в усіх країнах за різними критеріями, коли йдеться про абсолютну аналогію назви проекту, їх архітекτονіку, музичне оформлення, внутрішні правила, стиль декорацій, навіть період створення та перекладу тощо. Натомість елементи жанрової парадигми «традиційних» медіа присутні в усіх медіа без винятку, оскільки є фундаментальним ресурсом інформації про світ. Вони функціонують за подібним принципом, і тому їх інваріанти в жанрово-стильовій реалізації характеризуються подібною мовою, архітектоною та змістом (жанри інформаційної статті, медійної аналітики, інтерв'ю, огляду, новин та ін.).

Динаміка міжкультурних порівняльних досліджень жанрової системи сучасних медіа визначає перспективи вивчення прецедентних значень та контекстів, які впливають на синхронізацію медійної реальності в глобалізованому світі та вербально визначають цінності сучасного суспільства як об'єкти подальших фундаментальних досліджень у медіалінгвістиці.

У підрозділі 4.5. «Жанрово-стилістичні параметри іміджевої комунікації в медіа» актуалізується теза, що медійні ресурси функціонально не лише ретранслюють інформаційні смисли, але й активно конструюють образи, які впливають на уявлення масової аудиторії, формують її настрої та ставлення до різних сфер суспільного життя.

Об'єктивність, аналітичність, концептуальність, логічність, послідовність, емоційність та інші домінантні характеристики медіатексту сьогодні посилюються іміджевими стратегіями, що оновлюють функціональну та жанрову системи медійної комунікації. Це дозволяє аргументовано коментувати процеси жанрової динаміки медіа в контексті впливу іміджетвірних факторів на зміни інформаційно-аналітичної природи медійних жанрів, іманентно закріпленої в їх функціональній парадигмі. Йдеться, передусім, про складники успішної, ефективної побудови іміджу, що включає зовнішню і внутрішню об'єктивацію імідж-білдингу.

Динаміка жанрово-стилістичних маркерів медійної сфери дозволяє аналізувати ресурс іміджевої комунікації, що забезпечує баланс між інформаційною точністю та вербалізованими оцінками об'єкта іміджування. Імідж у такому разі постає як результат стратегічного змодельованої різножанрової вербальної взаємодії комунікативних кодів, спрямованої на моделювання відповідного образу в масовій мовній свідомості. Відповідно, дібрані мовні засоби оптимізують передавання іміджевих повідомлень і впливають на громадську думку. Системний аналіз сучасних українських медіатекстів показує, що стилістика іміджевої комунікації є ключовою у формуванні уявлень про різні сфери суспільного життя.

Визначена й аргументована перспектива дослідження полягає в концептуалізованому нюансуванні впливів інших комунікативних сфер на медіа, їх жанрову систему в аспекті множинного іміджування об'єктів реального життя та їх нелінійного декодування через динаміку лінгвокультурних маркерів еволюції суспільної комунікації в національному та світовому вимірі.

ВИСНОВКИ

У сучасному комунікативному просторі масмедіа посідають провідне місце у формуванні та трансляції суспільно значущої інформації, визначаючи не лише зміст, а й форми мовної взаємодії між різними соціальними групами. Актуальність і новизна визначеної предметності аналізу стилістичної природи та функцій сучасних медійних жанрів, системно зреалізовані в дисертаційному дослідженні, дозволяють сформулювати такі висновки:

1. Дослідницька ідея лінгвістичної інтерпретації жанру **вперше** спирається на актуалізацію його функціональних домінант, що визначається ефективною моделлю еволюції підходів до аналізу жанру в сучасній науці. В дисертації схарактеризовано жанрологічні концепції, вже сформовані в різних галузях гуманітарного знання: вони демонструють складний, багатовимірний характер осмислення цього поняття. Визначено, що жанр аналізується не лише як формальна класифікаційна категорія, але й як динамічний інструмент інтерпретації культурно-історичних епох, текстових структур і комунікативних моделей. Зокрема, а) в літературознавстві жанр традиційно розглядається як історично сформована система структурно-змістових ознак, що визначає типологічну приналежність художнього твору та часто його ідентифікацію з певною літературною добою; б) у соціальнокомунікативній традиції жанр – це форма організації журналістського матеріалу, що характеризується відносно стабільною тематичною спрямованістю, структурною організацією, способом подання інформації, мовно-стилістичними особливостями; в) у філософії жанр осмислюється як категорія, що відображає універсальні принципи організації досвіду й інтенцій автора тексту і його реципієнтів; г) у мовознавстві жанр інтерпретується як типова форма мовленнєвої діяльності, модель комунікативної поведінки, що логізує структуру висловлювання, аргументує добір мовних засобів і прагматичну спрямованість повідомлення та ін.

2. Множинність традицій фахової інтерпретації жанру вказує на формування потреби розширення дослідницької перспективи в галузі жанрології як відповіді на

динамічні процеси розвитку суспільної комунікації у глобалізованому світі. В дисертаційному аналізі обґрунтовано неолінгвістичну предметність медійної жанрології в епістемній парадигмі гуманітарного знання. Авторська аргументація спирається на те, що сучасні медіа функціонують передусім як особливий простір дискурсивної взаємодії, в якому текстові, комунікативні та прагматичні характеристики мовлення є визначальними чинниками формування жанрових моделей. А отже, медійний жанр розглядається не лише як формально-структурний тип повідомлення, а як усталена динамічна модель організації дискурсу, що відображає соціальні, когнітивні, комунікативні та інші параметри вербальної взаємодії в медіа.

3. Формування медійної жанрології як самостійної дослідницької епістемі проєктується на потребу концептуалізації термінологічного апарату як інструментарію для фахового вивчення об'єкта лінгвістичного аналізу – медійного жанру. В дисертаційній праці представлено модель першого словника термінів і понять із медійної жанрології, укладеного з використанням методу дискурсивного лексикографування. Визначено, що чітко структурована система термінів забезпечує можливість ефективного опису й аналізу природи жанрів, міжжанрових утворень, жанрових процесів, особливо зважаючи на динамічний характер медійної сфери, що постійно породжує нові комунікативні формати та жанрові моделі. Дефінітивна окресленість термінів і понять медійної жанрології ґрунтується на поєднанні структурно-семантичного, функціонально-комунікативного та дискурсивного підходів до їх лексикографічного опрацювання. Такий методологічний плюралізм дозволяє врахувати не тільки мовно-стильові характеристики жанрів і жанрових форм, але і їх соціально-комунікативну природу, що особливо важливо для медіалінгвістичного аналізу масовоінформаційної сфери. Дослідницькі аргументи автора в дисертації спираються на розуміння, що відповідна терміносистема є та повинна залишатися відкритою для доповнення й уточнення – з метою актуалізації тенденцій розвитку медійного дискурсу, зокрема й у жанровій проєкції.

4. У дослідницькому контексті дисертаційного аналізу вперше концептуалізовано цілісну модель лінгвостилістичної інтерпретації новітніх форматів масмедійної комунікації (сиквел, приквел, інтерквел, мідквел, спіноф, ремейк, ребут, кросвер), що функціонують у медіа як синкретичні наративні жанрові утворення. Запропонована модель інтегрує параметри інтертекстуальності, жанрової трансформації та дискурсивної адаптації тексту / контексту, що дозволяє системно виявляти лінгвістичні механізми породження нових смислів у вторинних і похідних медійних текстах. Дослідницьку увагу спроєктовано не лише на формально-структурні, але і прагматично-стилістичні чинники динаміки жанру, зокрема на авторську інтенцію, рецепцію потенційної / реальної аудиторії, комунікативні стратегії і тактики та ін. Визначена предметність аналізу дозволила обґрунтувати природу інформаційної та стильової інтерференції жанрової парадигми медіа як динамічного процесу взаємодії первинного і вторинного текстів. Доведено, що кожен із досліджуваних форматів реалізує специфічні моделі переосмислення вихідного наративу через варіювання стилістичних домінант, жанрових кодів і семантичних акцентів. У межах розробленої моделі вперше систематизовано типи жанрово-інформаційної інтерференції (ретроспективну,

перспективну, паралельну, реконструктивну), що забезпечує глибше розуміння закономірностей функціонування сучасних медійних текстів і відкриває перспективи подальших міждисциплінарних досліджень у галузі медійної жанрології.

5. Визначення ідентифікаційних параметрів жанру як категорії медіалінгвістичного аналізу спирається в дисертаційному дослідженні на систематизацію типових ознак, за допомогою яких конкретний медійний текст може бути віднесений до певного жанру чи жанрової моделі. Їх комунікативна природа динамізує мовні, функціональні та соціокультурні параметри повідомлення, зреалізованого в архітектоніці відповідного медійного жанру. А отже, його ідентифікація потребує врахування багаторівневої структури медійного дискурсу та специфіки його функціонування в умовах перманентної еволюції принципів і засобів масової комунікації. Основними критеріями виокремлення медійного жанру в дисертації визначаються: 1) функція як характеристика тексту й мовних засобів, що були використані для його написання; 2) жанрова модель як форма архітектоніки відкритого типу, що реагує на інваріантні особливості медійної комунікації щодо авторської інтенції, форми, формату, умов і обставин спілкування; 3) мовно-стилістичні параметри, детерміновані функцією, стратегіями й тактиками, що системно реалізуються в медійному тексті. З урахуванням цих та інших ідентифікаційних ознак медійний жанр в авторській дисертаційній концепції аналізується як (відкрита) модель комунікативної діяльності в медіа, вербалізована модифікація відображення реальної дійсності, що має набір повторюваних, аналогових змістово-формальних, мовно-стильових, функціональних ознак, принципів і способів подання інформації та логіки розгортання змісту медійного повідомлення.

6. В умовах динамічної трансформації медійного середовища, спричиненої розвитком цифрових технологій, конвергенцією медіа та розширенням дискурсивних практик, традиційні підходи до жанрової типологізації дедалі частіше виявляються недостатніми для ефективного опису й аналізу сучасних комунікативних жанрів і жанрових форм.

Сформульовано й аргументовано тезу про те, що сучасні масмедіа виконують ряд принципово нових для масовоінформаційного простору функцій, що є одним із критеріїв еволюції цієї сфери у векторі від публіцистики до медіа. Йдеться, передусім, про інформаційну, когнітивну, розважальну функції, функцію впливу та ін. У цьому контексті особливої актуальності набуває потреба реалізації функціонально-стилістичного критерію як одного з ключових інструментів класифікаційного розрізнення та фахової інтерпретації жанрової системи сучасного масмедійного поля. Саме це й покладено в основу дослідницької концепції дисертаційного аналізу медійних жанрів і визначає вектор її новизни. Передусім, в аргументації та доведенні ефективної функціональної моделі класифікації жанрів медіа – як альтернативи до їх традиційного розподілу на інформаційні, аналітичні та художньо публіцистичні, співмірного з опрацюванням публіцистичних (друкованих) медійних жанрів.

Визначену функціональну багатовекторність сучасної медійної комунікації проаналізовано в системі різних стилістичних реєстрів і дискурсивних стратегій:

конкретний жанр реалізує певну функцію (що визначається як базова) у структурно-семантичній парадигмі використаних мовних одиниць. А отже, кожен жанр / група жанрів характеризується специфічними структурними моделями тексту, набором стилістичних засобів і комунікативних стратегій, що забезпечують ефективність медійного інформування з чітко визначеною інтенцією.

7. У дисертаційному дослідженні проаналізовано домінантні маркери традиційної жанрової моделі медійної комунікації (частину з них визначено і схарактеризовано у словнику термінів і понять медійної жанрології). Насамперед ідеться про виявлення типових архітектонічних і функціональних елементів, характерних для інформаційних і аналітичних жанрів. Аргументовано, що традиційна модель тяжіє до чіткої ієрархії інформації, стандартизованої подачі фактів і дотримання усталених мовностилістичних норм, що спирається на об'єктивність викладу, фактологічність, логічну послідовність, взаємодію між автором і аудиторією, орієнтацію на оперативність, достовірність і суспільну значущість інформації.

8. Поліфункціональні контексти динаміки стилістичної природи жанрових інваріантів модерних медіа засвідчують складність і багатовимірність сучасних комунікаційних процесів. У межах дослідження встановлено, що жанрові інваріанти, зберігаючи базові структурні ознаки, водночас активно трансформуються під впливом цифрового середовища, технологічних інновацій і змін у стратегіях і тактиках інформування. Це виявляється у взаємопроникненні жанрів, гібридизації форматів та посиленні ролі мультимедійних і інтерактивних елементів, які змінюють традиційні уявлення про стиль і функції медіатексту. Йдеться, передусім, про здатність одного жанрового формату реалізувати інформаційну, аналітичну, розважальну, когнітивну та інші функції (наприклад, інваріанти жанрів шоу, реклами, новин та ін.). Така багатофункціональність безпосередньо впливає на стилістичну природу жанрових інваріантів, зумовлюючи їх архітектонічну гнучкість і стильову варіативність. Було сформульовано дослідницькі висновки про комунікативну динаміку жанрових канонів у медіа і формування відкритих моделей, що відображають нові принципи вербальної взаємодії між медіа та реципієнтами.

9. Дослідницький плюралізм у галузі медійної жанрології закономірно актуалізує конструктивний фаховий діалог щодо природи та принципів мовознавчого аналізу жанрів сучасних масмедіа. В дисертації вперше системно окреслено коло дискусійних проблем, які запропоновано вирішити в методологічній динаміці неолінгвістичної парадигми. Визначено ключові регістри наукової дискусії, зокрема, пов'язані з визначенням актуальних критеріїв класифікації жанрів медіа, статусу художньо-публіцистичних жанрів у комунікативній парадигмі модерних ЗМІ, жанрової природи блогу, влогу, подкасту та ін. Дослідницьку увагу переорієнтовано з усталених, типових характеристик жанрів і жанрових моделей на процесуальність, гібридизацію та функціонально-стильову варіативність медійних текстів. Це дозволило інтерпретувати медійний жанр у контексті функціональної динаміки форм / форматів комунікації (під впливом технологічних, соціокультурних і дискурсивних чинників), а також концептуалізувати теоретичні засади медійної

жанрології, окресливши перспективи її подальшого розвитку в умовах перманентної еволюції медійної комунікації.

10. Актуалізація функціонально-стилістичного критерію в дослідженні жанрової системи масмедійного поля дозволила також врахувати динамічний характер сучасних медійних процесів – інтелектуалізації, стильової дифузії, жанрової інтерференції, синхронізації в мовно-культурному просторі глобалізованого світу та ін. Унаслідок розвитку нових технологічних платформ і форматів комунікації звернено дослідницьку увагу на активні жанрові трансформації, що системно виявляються у синкретизації різних жанрово-стильових моделей, появи гібридних жанрових форм, поєднанні їх комунікативних функцій, змішуванні мовно-стильових засобів, дискурсивних стратегій і тактик (що є характерними для певних типів і жанрів медійних текстів), у зміні традиційних комунікативних ролей (зокрема автора / реципієнта медійного повідомлення). В такому разі функціонально-стилістичний підхід дозволив більш гнучко проаналізувати множинні жанрові інваріанти й інтерпретувати жанр як відкриту комунікативну структуру, здатну адаптуватися до нових соціокультурних і технологічно орієнтованих умов медійної комунікації. Це також уможливило аргументувати з погляду лінгвістичної теорії і практики щодо медійної жанрології контекст уніфікації суспільних цінностей, характерних для інформаційної доби. Під впливом глобалізації, розвитку цифрових технологій та активного обміну інформацією між різними культурними середовищами відбувається формування універсалізованих моделей мовної комунікації, в контексті яких вербалізуються спільні цінності щодо розвитку сучасного суспільства. В результаті медійні жанри орієнтуються на поняття формату, що ретранслює патерналізовані в мовній культурі узагальнені смисли, норми, цінності. Саме тому жанрова контамінація розглядається в дисертації як відображення процесів культурної інтеграції та уніфікації комунікативних практик, ефективно зреалізованих у функціональній парадигмі жанрових моделей медійної сфери.

11. Формулювання перспектив лінгвостилістичних спостережень у дискурсі медійної жанрології передбачає розширення дослідницького поля цієї галузі в аспекті поліпредметного осмислення активних жанрових процесів у сучасному медійному середовищі. Саме тому визначено, що подальші дослідження мають актуалізувати нові моделі лінгвістичного аналізу трансформації жанрової системи масмедіа в умовах інформаційного суспільства та цифрової комунікації. Йдеться, передусім, про взаємодію жанрів, жанрових інваріантів, жанрових моделей із динамічним соціокультурним контекстом розвитку функціонального ресурсу української літературної мови.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

*Статті у наукових виданнях, включених до переліку
наукових фахових видань України*

1. Дергач Д.В. Жанрово-стилістичні параметри іміджевої комунікації в медіа. *Folia Philologica*. 2025. Вип. 10. С. 51–58. <https://doi.org/10.17721/fovia.philologica/2025/10/6>
2. Дергач Д.В. Медійна жанрологія в неолінгвістичному дискурсі. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2025. Вип. 50. С. 53–62. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2025.50.53-62>
3. Шевченко Л.І., Дергач Д.В. Лінгвістичні технології фактчекінгу в інформаційних жанрах сучасних масмедіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2024. Вип. 49. С. 77–100. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2024.49.77-100>
4. Дергач Д.В. Жанрологія в національному мовознавстві : наукова школа Флорія Бацевича. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2024. Вип. 48. С. 19–33. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2024.48.19-33>
5. Shevchenko L.I. Dergach D. COOKING SHOW genre in the stylistic paradigm of modern Slavic media. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2023. Vol. 47. P. 32–49. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.47.32-49>
6. Dergach D. Communicative invariants of edutainment : linguostylistics of lifehack genre. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2023. Vol. 46. P. 112–127. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2023.46.112-127>
7. Дергач Д.В. Інваріантна лінгвостилістика жанру медійної рецензії. *Записки з українського мовознавства*. Одеса, 2023. Вип. 30. С. 138–149.
8. Дергач Д.В. Жанрові інновації в сучасних українських масмедіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2022. Вип. 45. С. 27–38. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2022.45.27-38>
9. Dergach D. Language intellectualization in new media : evolution of genre paradigm. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2022. Вип. 44. С. 48–67. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2022.44.48-67>
10. Шевченко Л.І., Сизонов Д.Ю., Дергач Д.В. Дискурсивна лексикографія у просторі західної науки. *Мовознавство*. 2022. № 5. С. 3–14. <https://doi.org/10.33190/0027-2833-326-2022-5-001>
11. Dergach D. Linguocultural motivation of synchronicity / asynchronicity of media communication genres in the Slavic information space. *Закарпатські філологічні студії*. 2021. Вип. 19. Т. 1. С. 78–84. <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2021.19.1.15>
12. Dergach D. Research variations of blog analysis : genre or format? *Записки з українського мовознавства*. 2020. Вип. 27. С. 291–299.

13. Dergach D. Stylistic resource of creolization in modern mass-media. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2017. Vol. 35. P. 35–43. <https://doi.org/10.17721/APULTP.2017.35.35-43>
14. Дергач Д. Жанрово-стильові домінанти аналітичних текстів сучасних українських мас-медіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2017. Вип. 33. С. 76–87.
15. Дергач Д.В. Медійна жанрологія в сучасній науці : лінгвістична постановка питання. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2015. Вип. 31. С. 36–44.
16. Дергач Д.В. Лінгвостилістика нових інформаційних жанрів у сучасних мас-медіа. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2015. Вип. 30. С. 45–53.
17. Dergach D. Scientific interpretation of the information media genres. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2014. Вип. 29. С. 87–98.
18. Дергач Д.В. Медійна жанрологія в дискурсі сучасного філологічного знання. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2014. Вип. 28. С. 26–35.
19. Дергач Д.В. Диференційні критерії категорії жанр у лінгвістичному аналізі. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2013. Вип. 27. С. 32–41.
20. Дергач Д.В. Мас-медійний жанр токшоу : природа, функції, аспектологія дослідницького пошуку. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2013. Вип. 26. С. 41–47.
21. Дергач Д.В. Сучасна наукова інтерпретація поглядів О. Потебні в аспекті аналітичної природи мови ЗМІ. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2011. Вип. 33.
22. Шевченко Л.І., Дергач Д.В. Окресленість лінгвістичної парадигми як принцип сучасного наукового аналізу. *Актуальні проблеми української лінгвістики : теорія і практика*. 2010. Вип. 21. С. 151–158.

*Статті у наукових періодичних виданнях, проіндексованих
у базах даних Web of Science Core Collection та / або Scopus*

23. Shulinova L., Dergach D. Functional variability of the review genre in modern Ukrainian media communication. *Orbis linguarum = Ezikov Svyat*. 2020. Vol. 18. Issue 3. P. 72–87. <https://doi.org/10.37708/ezs.swu.bg.v18i3.7>
24. Dergach D. Linguistic models of mass media genres` stylistic diffusion in the communicative space of Ukraine and Bulgaria. *Bulgarski ezik i literature = Bulgarian language and literature*. 2024. Vol. 66 (2). P. 213–227. <https://doi.org/10.53656/bel2024-2-7D>
25. Dergach D. Functional dynamics of the show in modern media : travel series` stylistic nature. *Orbis linguarum = Ezikov Svyat*. 2025. Vol. 23. Issue 1. P. 61–68. <https://doi.org/10.37708/ezs.swu.bg.v23i1.6>

Одноосібні розділи в колективних монографіях

26. Дергач Д. Медійна жанрологія в дискурсі інтелектуалізму. *Стилістика модерного часу : колективна монографія*. Київ : Ліра-К, 2024. С. 48–66.

27. Dergach D.V. Linguistic adaptation of media content in invariants of film discourse genres. *New horizons of the development of philological science : Collective monograph*. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2022. P. 51–66. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-248-7-3>

Статті у закордонних наукових періодичних виданнях

28. Dergach D. Media genre theory in linguodidactics of University education. *Scientific Journal of Polonia University*. 2022. Vol. 52 (3). P. 41–48. <https://doi.org/10.23856/5205>

29. Dergach D. Genre invariants of modern advertisement. *Scientific Journal of Polonia University*. 2022. Vol. 55 (6). P. 17–24. <https://doi.org/10.23856/5502>

Словники

30. Шевченко Л.І., Дергач Д.В. Німецько-український, українсько-німецький словник = Deutsch-Ukrainisch, Ukrainisch-Deutsch Wörterbuch : понад 100 000 слів і словосполучень. Київ : Арій, 2025. 544 с.

31. Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Шматко І.В. Англо-український, українсько-англійський словник = English-Ukrainian, Ukrainian-English dictionary : понад 100 000 слів і словосполучень. Київ : Арій, 2025. 544 с.

32. Лінгвістична іміджелогія : словник термінів і понять / Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Дядищева-Росовецька Ю.Б., Сизонов Д.Ю., Шулінова Л.В. Київ : Ліра-К, 2023. 216 с.

33. Юрислінгвістика. Словник термінів і понять / Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю., Шматко І.В. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2015. 348 с.

34. Медіалінгвістика. Словник термінів і понять / Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. ; Вид. друге, переробл. і доповн. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2014. 326 с. (з грифом МОН України).

35. Медіалінгвістика. Словник термінів і понять / Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2013. 240 с.

Публікації апробаційного характеру

36. Дергач Д.В. Аспектологія дослідження медійних жанрів у сучасній славістиці. *Науковий потенціал славістики : історичні здобутки та тенденції розвитку*. Київ, 2015. С. 27–29.

37. Дергач Д.В. Дискусійність аналізу художньо-публіцистичних жанрів у сучасній медіалінгвістиці. *Лінгвістика. Лінгвокультурологія : збірник наукових праць*. Дніпро, 2018. Т. 12. Ч. 1. С. 372–382.

38. Дергач Д.В. Інноваційні дослідницькі локуси медійної жанрології. *Філологія доби глобалізації : візії та перспективи*. Київ : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2025. С. 123–124.

39. Дергач Д.В. Інтерпретація жанрів медійної аналітики у слов'янській стилістиці. *Глобалізація / європеїзація і розвиток національних слов'янських культур*. Київ, 2016. С. 37–39.

40. Дергач Д.В. Реклама в Ukr.net : мовні права в умовах ринкової економіки. *Мовні права в сучасному світі* (Збірник наукових праць). Ужгород, 2014. С. 278–283.

41. Дергач Д.В. Постать автора в науці: жанрова ідентифікація. *Славістика – покликання і доля (до 95-річчя з дня народження доктора філологічних наук Тетяни Борисівни Лукінової)*. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2023. С. 41–44.

42. Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. Комплекс навчальних програм дисциплін зі спеціалізації «Медіалінгвістика» (ОКР «бакалавр»). Київ : Логос, 2016. 72 с.

43. Шевченко Л.І., Дергач Д.В., Сизонов Д.Ю. Навчально-методичний комплекс зі спеціалізації «Медіалінгвістика» (для студентів-філологів). Київ : Логос, 2015. 38 с.

44. Shevchenko L.I., Dergach D.V. Invariant criteria for the classification of modern mass media genres. *The European development trends in journalism, PR, media and communication*. Wloclawek, 2023. P. 18–21. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-342-2-4>.

45. Shevchenko L.I., Dergach D.V. Media linguistics VS Literary studies: genreological dialogue of sciences. *Philological sciences and translation studies : European potential*. Wloclawek, 2023. P. 192–196. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-348-4-52>.

46. Shevchenko L.I., Dergach D.V. Medialinguistic paradigm of analysis of modern media genres. *Innovations in philology : whims or the need of the hour*. Częstochowa, 2023. P. 157-160. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-383-5-42>

47. Shevchenko L., Dergach D. Stylistic collaborations in the social media discourse. *Language in Cultures, Cultures in Languages*. Poznan, 2025. P. 24–25.

АНОТАЦІЯ

Дергач Д.В. Медійні жанри в мовній комунікації: природа, функції, стилістичні параметри. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філологічних наук за спеціальністю 10.02.01 – українська мова. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, МОН України, Київ, 2026.

Авторська ідея дисертаційного дослідження спирається на концептуалізовану інтерпретацію актуальних жанрових моделей, типізованих щодо репрезентацій функцій літературної мови, які послідовно формалізуються в медійному тексті визначеної жанрової архітекτονіки та відносно статичної стильової природи.

У дисертаційній праці жанр проаналізовано як вербалізовану форму мовної свідомості, репрезентованої в тексті, що актуалізує модель суспільної комунікації в

її стилістичних інваріантах. Лінгвістично аргументовано динамічну природу, функції, стилістичні параметри, критерії класифікації жанрів сучасних масмедіа, які репрезентують інтегральні процеси розвитку форм мовної взаємодії суспільства в часі та просторі глобалізованої культури.

Аргументовано мовознавчу об'єктно-предметну сутність і методологічну базу медійної жанрології в дискурсивній проєкції на неолінгвістичну парадигму. Визначено, що, її перспектива як актуальної дослідницької епістемі полягає в реалізації синкретичності аналізу мови в динаміці суспільної комунікації та її функцій у медіа, в появі інваріантних форм і способів вербальної масової інтеракції, в умотивованому оновленні її стилістики та жанрової системи.

Визначено перспективним розширення мовознавчої предметності дослідницького поля медійної жанрології в аспекті інваріантного осмислення активних жанрових процесів у сучасному медійному середовищі. Саме тому сформульовано та розвинуто тезу, що подальші дослідження мають актуалізувати нові моделі лінгвістичного аналізу трансформації жанрової системи масмедіа в умовах динаміки інформаційного суспільства та цифрової комунікації.

Ключові слова: жанр, медійний жанр, жанровий інваріант, лінгвістична жанрологія, медійна жанрологія, медіалінгвістика, комунікація, дискурс, медійний дискурс, текст, стилістичний аналіз тексту, комунікативна лінгвістика, комунікативний смисл, функція мови, еволюція мови.

SUMMARY

Dmytro V. Dergach. Media genres in language communication: nature, functions, stylistic parameters. Manuscript.

Thesis for the Doctoral Degree in Philology, Specialty 10.02.01 – Ukrainian language. – Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2026.

The author's central idea rests on a conceptualized interpretation of current genre models typified by their representation of the functions of literary language, which are consistently formalized in media texts with a defined genre architectonics and a relatively stable stylistic nature.

In the dissertation, genre is analyzed as a verbalized form of language consciousness represented in the text, which actualizes a model of social communication in its stylistic invariants. The dynamic nature, functions, and stylistic parameters of genres in contemporary mass media are linguistically substantiated as representing integral processes in the development of forms of verbal interaction in society across time and space of a globalized culture.

For the first time in linguistics, media genres are analyzed with regard to their functional nature and stylistic resources not in a linear projection onto generalized features, but in the context of active processes systematically unfolding in modern mass media and influencing the polystylistic nature of media genres, which verbally retransmit meanings and values relevant to society.

The thesis that linguistic means adapt to new conditions of communication – thus determining the renewal of the genre paradigm of the media sphere – is substantiated and elaborated in the analysis. As a result, established genre models undergo transformation: their structural and stylistic parameters expand, and hybrid genre formations and interstyle genres emerge, combining features of informational, analytical, manipulative, entertainment, and cognitively oriented texts determined by the functions of the literary language. Accordingly, particular attention is paid to the controversial issues of classifying mass media genres. It is shown that the absence of unified classification system is explained by the historical variability of genre forms in media communication, as well as by the influence of technological, social, cultural, and other extralinguistically marked factors. In addition to traditional informational, interpretative, and evaluative functions, media genres increasingly realize functions of influence, persuasion, and the modeling of social perceptions and values. Consequently, a functional and stylistic criterion for classification and scholarly interpretation of the genre system of the contemporary media field is foregrounded.

The idea of medialinguistic analysis of the genre paradigm of contemporary mass communication is conceptualized in a developed and lexicographically represented system of media genology's terms, which has not previously been the subject of specialized linguistic studies. The terminological framework is defined according to principles of semantic correlation and explanatory capacity in accounting for the interaction of invariant components of communication and their influence on genre nature and media text identification. Many terms reflecting the intellectualization of the genre system of contemporary media are, for the first time, given definitional interpretation from the standpoint of linguostylistics and media genre theory.

It is established that one of the leading trends in the development of contemporary media genology is the intellectualization of the media genre system, manifested in the growing role of analytical, interpretative, and image-building components within the genre structure of media texts. The linguistic substantiation of this trend is grounded in the expansion of the semantic and stylistic potential of language means, the activation of logical structures of exposition, and the use of expert evaluations, statistical data, and more complex forms of information interpretation. As a result, traditional informational genres increasingly integrate elements of analysis, indicating the growing complexity of communicative models in contemporary mass media.

A perspective direction is identified as the expansion of the linguistic scope of the research field of media genology in terms of invariant interpretation of active genre processes in the contemporary media evolution. Accordingly, further research should actualize new models of linguistic analysis of the transformation of the genre system of mass media under the conditions of the dynamics of the information society and digital communication.

Key words: genre, media genre, genre invariant, linguistic genology, media genology, medialinguistics, communication, discourse, media discourse, text, stylistic analysis of text, communicative linguistics, communicative meaning, language function, language evolution.