

Г. В. Шаповалова,
канд. філол. наук

УДК 007: 304: 070.1

Специфіка реалізації просвітницької функції в сучасних українських друкованих ЗМІ

У статті схарактеризовано особливості втілення просвітницької функції в сучасних загальноукраїнських та закарпатських виданнях.

Ключові слова: друковані засоби масової інформації, функції ЗМІ, просвітницька функція, медіатекст, інтелектуалізація, аудиторія.

Нині видається практично неможливим існування суспільства без засобів масової інформації, переоцінити їх роль у соціальному житті доволі складно. Погоджуємося з думкою М. Володіної про те, що «...інформація стала вирішальним стратегічним чинником в усіх сферах людського життя. Нові інформаційні технології вносять радикальні зміни в існуючу картину світу. На думку дослідників, наша картина світу лише на десять відсотків складається зі знань, що ґрунтуються на власному досвіді. Все інше ми знаємо (або вважаємо, що знаємо) з книг, газет, радіо- і телепередач. Такі засоби масової інформації, як преса, радіомовлення, кіно, телебачення, реклама, Інтернет, є невід'ємним компонентом соціального буття сучасної людини, основним способом її долучення до подій навколишнього світу, посередником у формуванні культури. Визначаючи загальнополітичний і культурний клімат нового «інформаційного суспільства» в цілому, мас-медіа визначають також мовний клімат кожної конкретної країни зокрема» [1].

А отже, з-поміж визначальних функцій засобів масової інформації (інформаційної, ф. формування громадської думки, організаційної ф., ф. впливу) особливої актуальності набуває *просвітницька*. А. Москаленко розглядає її в контексті функції соціалізації, під якою розуміє передачу культурних здобутків, освітню функцію ЗМІ. «Оскільки, – пише науковець, – до завдань преси належить передача культурних зразків, цінностей та норм буття, котрі є гідними та можливими для людини, що загальноприйняті у суспільстві, то ЗМІ таким чином соціалізують людину. ЗМІ повинні виконувати це завдання, не тільки передаючи інформацію про те, що сталося, а так, щоб пояснити, зіставити, поглибити події року, тижня, висвітлити їх причини та показати важливі зв'язки між ними» [2, 174, 175].

Просвітницька (освітня) функція діалектично пов'язана з такими стрижневими функціями медіатексту, як інформаційна функція та функція

впливу на громадську думку (формування громадської думки) і є, на наш погляд, не менш важливою, тому що засоби масової інформації, як слушно пише І. Михайлин, «стають для переважної більшості громадян єдиним каналом поповнення знань, створення ними в своїй свідомості картини світу» [3, 114]. ЗМІ здійснюють просвітницьку функцію не лише на рівні передачі нових знань, нової інформації, а й у площині генерування прогресивних ідей, думок, поглядів. Усе це й зумовлює актуальність дослідження особливостей реалізації окресленої функції в сучасних медіа. Для аналізу використано емпіричний матеріал, вилучений із загальноукраїнських часописів «Експрес», «Коментарі:», а також із закарпатських видань «Новини Закарпаття», «Закарпатська правда», «РІО» 2013 р., що дає можливість розглянути проблему в ширшому контексті, порівняти особливості втілення просвітницької функції різними (з огляду на територію розповсюдження й аудиторну спрямованість) ЗМІ. Зауважимо, вивченню регіональних, зокрема закарпатських, медіа науковці приділяють помітно менше уваги, тож важливість розвідки обумовлена ще й оригінальністю осмислюваного інвентарю фактів.

Просвітницьку роль виконують усі мас-медіа незалежно від їх типу, аудиторної спрямованості, періодичності та інших характеристик, адже знання й інформація – поняття взаємопов'язані, оскільки в основі всякого знання лежить обмін інформацією [1]. Аналізована функція реалізується на всіх рівнях журналістського твору, але найбільш рельєфно й промовисто виявляється у тематичній, мовностилістичній, архітектонічній площинах.

Тематична структура (площина). З огляду на ступінь інтенсивності реалізації просвітницької функції публікації аналізованих нами часописів можна поділити на кілька групи.

Перша (найбільш численна) група охоплює власне інформаційні тексти найширшої темати-



ки – суспільно-політичної, економічної, культурологічної, медичної, спортивної тощо: «ОВІРи» вже в минулому. Паспорти видає тепер Державна міграційна служба, вона ж реєструє громадян» (Е. – 2013. – № 17. – 14–21 лют. – С. 15); «На «Берлінале-2013» презентували кінопроект про Кротона» (ЗП. – 2013. – № 7. – 23 лют. – 1 берез. – С. 12); «Водійські права старого зразка з 1 січні 2014 року будуть недійсні» (ЗП. – 2013. – № 7. – 23 лют. – 1 берез. – С. 2); «У травні до Угорщини можна буде їздити на велосипедах» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 3); «Рідкісні малюнки Піранезі зустрілися на виставці вперше за більш як 200 років» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 10); «В Ужгороді «на ура» пройшов концерт «Budapest Klezmer Band» (ЗП. – 2013. – № 8. – 2–8 берез. – С. 6); «Найменша в Україні книжка знаходиться в Ужгороді» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 7).

З-поміж медіаторів названої групи особливо актуальними й пізнавальними є публікації, котрі стосуються здоров'я людини й розміщені під рубриками «Здоров'я» («РІО»), «Будьмо здорові!» («Новини Закарпаття»), «Закарпатка радить» («Закарпатська правда»). Це медіатексти про різноманітні захворювання, їх профілактику й особливості лікування, про здоровий спосіб життя, раціональне харчування та ін., що мають відчутну просвітницьку орієнтацію: «Ковзани: і весело, і для здоров'я корисно» (ЗП. – 2013. – № 7. – 23 лют. – 1 берез. – С. 13); «Хворих побільшало, але епідемії ще нема. В області вирує ГРВІ, проте «свинячий» грип відступив» (ЗП. – 2013. – № 7. – 23 лют. – 1 берез. – С. 3); «Що потрібно знати перед тим, як здавати аналізи» (РІО. – 2013. – № 8. – 23 лют. – С. 17); «З туберкульозом віднині боротимуться і... священники. Епідемія в Україні триває, тож стартував місячник боротьби з цією недугою» (ЗП. – 2013. – № 8. – 2–8 берез. – С. 13); «Надмірне піклування батьків може розвинути депресію чада» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 24); «Підбір окулярів – серйозна справа!» (РІО. – 2013. – № 8. – лют. – С. 17).

Поглиблюють знання, розширюють світогляд реципієнтів журналістські тексти про цікавих людей, особистостей із неординарними поглядами, переконаннями, захопленнями. Здебільшого такі журналістські твори приурочені до ювілеїв чи інших знакових подій у житті осіб: «Живе у Виноградіві «Людина-планета». Саме сьогодні відомому закарпатському колекціонеру виповнилося 75 років» – публікація про відомого колекціонера, нумізмата і філателіста Йосипа Гаснюка, людини, котра потрапила у Книгу рекордів України-2012 за досягнення в колекціонуванні в номінації «Космос» й ім'ям якої названа щойно відкрита зірка в сузір'ї Ліри нашої галактики; у колекції Й. Гаснюка – автографи перших осіб світу, «від-

битки рук» 520 космонавтів, побажання відомих людей (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 20); «Містер «Х» Малесталь Андреев» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 6); «Мирослав Дочинець став лауреатом премії «Ярославів Вал» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 20). Матеріали такого тематичного спрямування нерідко втілюються у формі інтерв'ю, що сприяє глибшому розкриттю особистості інтерв'юваного, його світоглядної системи, поглядів і переконань тощо: «Треба вміти себе знищити, а потім відродитися...» – інтерв'ю з художником, очільником Закарпатської організації Національної спілки художників України Борисом Кузьмою з нагоди 55-річчя (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 21); «Іван Машков: Якби не Щербицький, за намагання побудувати наш драмтеатр якнайкраще я б поплатився не тільки посадою...» – інтерв'ю до 75-літнього ювілею із колишнім заступником мера, першим секретарем міськкому партії, а нині почесним громадянином міста Іваном Машковим (ЗП. – 2013. – № 8. – 2–8 берез. – С. 12).

До названої групи зараховуємо також пізнавальні медіатексти про країни, екзотичні місця, невідомі куточки Закарпаття, України й світу загалом: «Куток Чехії всередині закарпатського містечка» – розповідь про Масарикову колонію в Хусті за допомогою інтерв'ю з головним архітектором міста Василем Оросом та вчителем-істориком Наталією Неметовою (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 19); «Мужієво безрудникове та захоплююче. Що маємо – не бережемо...» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 19). Публікації аналогічної тематики друкують переважно в загальноукраїнських засобах масової інформації. Можливість здійснити віртуальні подорожі журналісти закарпатських видань надають своїм читачам порівняно рідко. Натомість такі медіатори не втрачають актуальності тривалий час, розширюють, на наш погляд, аудиторію часописів і покращують їх якісний рівень.

Не менш інформативні й прогнози погоди, публікації про метеокліматичні умови тощо («Потепління скасовується! Готуймо валянки. У 2014 році обіцяють «малий льодовиковий період» (Е. – 2013. – № 17. – 14–21 лют. – С. 1, 2); «Весна почнеться вже... у суботу! Синоптики прогнозують, що потеплішає раніше першого березня» (ЗП. – 2013. – № 7. – 23 лют. – 1 берез. – С. 1); «Сонце – у максимумі?» (Е. – 2013. – № 48. – 2–9 трав. – С. 9)) тощо.

Кожне з аналізованих нами видань має спортивну сторінку, котра в часописах має ідентичну традиційну назву – «Спорт», на якій розміщено інформаційні тексти, що стосуються спорту й поглиблюють знання реципієнта про цю сферу діяльності людини: «30 балів за дебют. Вперше Ужгород став місцем проведення Кубка України» (ЗП. – 2013. –



№ 8. – 2–8 берез. – С. 14); «Чарівна ключка. Займатися флорболом можна вже з шести років» (Е. – 2013. – № 17. – 14–21 лют. – С. 19).

До *другої* групи зараховуємо журналістські твори, спрямовані не на новизну, а на інтерпретацію, аналіз уже відомих подій, ситуацій, явищ дійсності (публікації аналітичного характеру). Такі медіатексти присвячені передусім найбільш актуальним, складним і проблемним питанням політики, економіки, медицини, релігії, екології, освіти тощо. Складовою змістової структури подібних журналістських творів є коментарі, пояснення, критичні зауваження авторитетних експертів, спеціалістів відповідних галузей, компетентних офіційних осіб тощо стосовно предмета журналістського осмислення. Саме в цьому й полягає пізнавальна цінність аналітичних текстів, адже вони сприяють формуванню у реципієнта цілісної, повної та адекватної картини світу: «Чому діти стають зайвими» (К.: – 2013. – № 18. – 10 трав. – С. 6); «Свої люди в чужому місті. Розвиток постіндустріальної економіки зумовив нове розшарування українського суспільства за професійною ознакою, але заодно сприяв появі нової спільноти» (К.: – 2013. – № 18. – 10 трав. – С. 6–7); «Три життя сільських традицій. Часто можна почути, що українська культура родом із села. Питання в тому, чи залишилася вона там жити» (К.: – 2013. – № 18. – 10 трав. – С. 8–9); «Англійська чи мандаринська? Науковці налічують 6 тисяч мов на планеті, але третина з них, за їхніми прогнозами зникне вже до кінця століття» (Е. – 2013. – № 17. – 14–21 лют. – С. 15); «Перлина Карпат»: забути не можна врятувати. Звернення трудового колективу до обласної ради з проханням не «кидати» санаторій наразі безрезультатне» (ЗП. – 2013. – № 7. – 23 лют. – 1 берез. – С. 5); «Гори-гори ясно... На Закарпатті за майже два цьогорічні місяці згоріло вже 20 автомобілів» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 7); «Як відшкодувати гроші за пошкоджену на ямі машину» (РІО. – 2013. – № 8. – лют. – С. 5); «Блокуй – не блокуй...» (РІО. – 2013. – № 8. – лют. – С. 4); «УжНУ – 68 років чи 400? Історію найстарішого вишу краю можна вести від колегії Другетів» (ЗП. – 2013. – № 6. – 16 лют. – С. 6); «Хламідоз – грізна хвороба-перевертень» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 18).

Аналітичні публікації можуть супроводжуватися медіатекстами, що виконують допоміжну функцію і спрямовані на з'ясування першопричин, ключових аспектів, стрижневих понять порушеної у статті проблеми. Такий підхід забезпечує більш глибоке вникнення читача в складне питання, усвідомлення пов'язаних із ним труднощів, дає розуміння причин його появи тощо. У виданні «Коментарі:», до прикладу, подібні матеріали регулярно розміщують під рубрикою «Discovery:». Скажімо, поряд зі статтею «Коли мине захоплення

вождизмом» розташовано інформаційний текст «Що таке популізм» (Р. «Discovery:»), в якому з'ясована етимологія запозиченого слова, коротко викладена історія явища, подане сучасне розуміння терміна. Медіатвір «На краю сегрегаційної прирви» (К.: – 2013. – № 18. – 10 трав. – С. 4) доповнений публікацією «Соціальні ліфти в українських реаліях» (Р. «Discovery:») із роз'ясненнями понять «соціальна мобільність», «соціальний спуск», «соціальне піднесення», «соціальний ліфт» у зв'язку зі специфікою українських реалій.

Третю групу утворюють тексти, що друкуються під рубриками «Консультація» («Юридична консультація»), «Думка експерта» тощо. Вони мають яскраво виражений утилітарний характер і є порадами експертів щодо непростих, суперечливих соціальних проблем, із якими стикаються громадяни. Це передусім консультації юристів, економістів, землевпорядників та інших фахів. До прикладу, в часописі «Коментарі:» подібні матеріали розміщують під рубрикою «Клуб експертів», у «Закарпатській правді» – «Гаряча лінія»: «Курс на олюднення» (К.: – 2013. – № 18. – 10 трав. – С. 19); «Як оформити право власності на земельну ділянку?» (ЗП. – 2013. – № 6. – 6 лют. – С. 12); «В одні руки – до двох гектарів» (ЗП. – 2013. – № 7. – 23 лют. – 1 берез. – С. 6); «Чи має право держвиконавець отримувати дані про майно з Державного реєстру прав?» – відповів провідний спеціаліст відділу державної реєстрації речових прав на нерухоме майно реєстраційної служби ГУЮ в Закарпатській області Т. І. Немеш (ЗП. – 2013. – № 8. – 2–8 берез. – С. 11).

Четверту групу становлять публікації з найвищим порівняно з іншими ступенем новизни, що пропонують реципієнту нові знання, містять повідомлення про відкриття й досягнення в царині фізики, астрономії, мікробіології, медицини, математики, освіти, теології, мистецтвознавства, спорту й інших сфер буття. Це медіатвори науково-популярного характеру, котрі вирізняються спрямованістю на пізнання світу і є вищим виявом інтелектуальної комунікації в медіа. В аналізованих ЗМІ більшість текстів цієї групи є невеликими за обсягом інформаційними повідомленнями: «Японці навчилися перетворювати вікна на дзеркала» (К.: – 2013. – № 11. – 22 берез. – С. 26); «Челябінський метеорит загрожує гонкою озброєнь» (К.: – 2013. – № 7. – 22 лют. – С. 27); «Самовідновлювальні дроти» (Е. – 2013. – № 17. – 14–21 лют. – С. 10); «Бінокль вас упізнає» (Е. – 2013. – № 17. – 14–21 лют. – С. 10); «Титанова» дівчина» (Е. – 2013. – № 11. – 31 січ. – 7 лют. – С. 2); «Флешка? Жорсткий диск? ДНК!» (Е. – 2013. – № 11. – 31 січ. – 7 лют. – С. 12). Натомість бракує аналітичних публікацій, котрі б не тільки інформували, а й глибоко розкривали зміст відкриттів, окреслювали значення інновацій та винаходів для



людства, давали їм оцінку. Порівняно із загальноукраїнськими часописами в закарпатській пресі подібних медіаторів замало: «Першу в світі біонічну людину створили в Британії» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 16); «Вчені відкрили механізм самозцілення людської шкіри» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 3); «Швейцарська «Мона Ліза» написана самим Леонардо да Вінчі» (НЗ. – 2013. – № 21, 22. – 23 лют. – С. 24) тощо. На місце і роль науково-популярних текстів у регіональних ЗМІ промовисто вказує і той факт, що розміщені вони нерідко на останніх сторінках часописів поряд із публікаціями розважального змісту: до прикладу, в «Закарпатській правді» – на с. «Десерт», у газеті «РІО» – на с. «Дозвілля».

Мовностилістичний рівень. Реалізація просвітницької функції в медіа неможлива поза мовою, оскільки остання є інструментом пізнання, осмислення людиною дійсності й передачі інформації, знання іншим. Найбільш наочно це простежується на мовностилістичному рівні журналістських творів. Маємо на увазі передусім закономірне функціонування у таких публікаціях великої кількості лексем іншомовного походження, особливо загальномовних *неологізмів*, що поглиблюють і доповнюють знання реципієнта, його уявлення про дійсність: «Клієнти-роззяви «кляють» і на **фішинг**. Скільки б банкіри не переконували громадян не ділитися відомостями про карту, ті все одно готові розкривати таємницю (...)» (К.: – 2013. – № 5. – 8 лют. – С. 10); «Зловмисники не забувають і про скіммінгові **пристрої**. Але якщо раніше вони використовували так звані накладки на клавіатуру АТМ, тепер встановлюють камери, що дозволяють підглянути під час вводу пін-коду картки» (К.: – 2013. – № 5. – 8 лют. – С. 10); «У **флорбол** – хокей із м'ячем – у нас грають недавно» (Е. – 2013. – №17. – 14–21 лют. – С. 19); «Асенов потрапив у цей **пул** недавно (...)» (К.: – 2013. – № 5. – 8 лют. – С. 12). Підвищують інтелектуальний рівень аудиторії варваризми на зразок «(...) при такому підході політична влада своє ставлення до суспільства аргументує голосом народу, тобто послуговується принципом римського права **vox populi**» (К.: – 2013. – № 18. – 10 трав. – С. 3).

Прикметою аналізованим нами текстів є наявність у них спеціальної лексики, представленої здебільшого *термінами* (переважно іншомовного походження) різних галузей знань: «Зберегти конфіденційність не допоможуть ні номінальні керуючі рахунків, ні **трасти**. Оскільки в Швейцарії їхня діяльність є професійною і ліцензованою, їх виразно видно як найнятих **бенефіціаром**, і вони будуть зобов'язані надавати інформацію про клієнта» (К.: – 2013. – № 5. – 8 лют. – С. 11); «Сторони також відзначили імплементацію Меморандуму про взаєморозуміння в енергетичній співпраці і ще раз підтвердили, що Україна як транзитна держа-

ва є надійним партнером ЄС» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 4); «Рухова активність під час катання на ковзанах допомагає нашому тілу знизити рівень «шкідливого» гормону – **кортизолу** і пробудити зі сну корисні **ендорфіни**. Ці гормони працюють як нейтралізатори болю у нашому організмі» (ЗП. – 2013. – № 7. – 23 лют. – 1 берез. – С. 13); «(...) куріння призводить до підвищеного зв'язування **гемоглобіну** з чадним газом, що унеможлиблює надходження кисню до органів і тканин. Щоб покращити процес, **імунна система** збільшує кількість і розміри **еритроцитів**, рівень **гемоглобіну**. Тому високий рівень **гемоглобіну** та **еритроцитів** у курців не є показником здоров'я. Це організм просить допомоги» (РІО. – 2013. – № 8. – 23 лют. – С. 17); «За словами генерального **директора ОКТМО «Фтизіатрія»** Василя Скрипа, за минулий рік в області значно покращилися показники охоплення населення як **флюорографічним** обстеженням, так і **туберкулінодіагностикою**» (ЗП. – 2013. – № 8. – 2–8 берез. – С. 13); «Із семи **соціальних ліфтів (...)** в сучасній Україні повноцінно працюють лише три канали **вертикальної мобільності**» (2013. – № 18. – 10 трав. – С. 4). З огляду на широку аудиторну спрямованість медіатекстів і той факт, що вони повинні відповідати таким вимогам, як доступність, зрозумілість, семантична прозорість, найчастіше автори витлумачують терміноодиночі. Але іноді маловідомі аудиторії слова і терміносполуки подаються без пояснень. З одного боку, це відштовхує реципієнта, а з іншого – спонукає вдумливого читача до самостійного пошуку інформації, з'ясування значення невідомих слів, а відповідно, й самоосвіти.

Засобом реалізації просвітницької функції в медіатексті є використання *власних назв*, зокрема найменувань різних українських та міжнародних установ, організацій, культурно-освітніх закладів (у т. ч. скорочені): «(...) Президент України виступає за зближення з **Євросоюзом**, тоді як український народ хоче до **Митного союзу з Росією та Білорусією**» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 4); «У січні 2012 року співробітники СБУ затримали одного з правоохоронців «на гарячому» (...)» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 2); «На час виявлення пожежі вогонь уже пройшов так звану початкову стадію горіння й повністю охопив житлову кімнату (...), повідомляє **Управління Держтехногенбезпеки в Закарпатській області**» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 2); «Автомобіль доставлено на штраф майданчик, повідомляє **УДАІ УМВС України в Закарпатській області**» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 3); «4 липня минулого року 259 депутатів від **Партії регіонів, Комуністичної та Народної партій** проголосували за новий закон» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 5); «Ці лабораторії зараз включені в **Державну службу лікарських засобів**» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 5).



рез. – С. 5); «За прогнозами ВООЗ, до 2020 року у світі з'явиться ще 200 млн нових хворих на туберкульоз» (ЗП. – 2013. – № 8. – 2–8 берез. – С. 13); «У свою чергу президент Єврокомісії Жозе Мануель Боррозо наголосив (...)» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 4); «Начальник ГУ Державної міграційної служби України в Закарпатській області відзначив також, що нині Закарпатська область найкраще забезпечена ДІС (...)» (РІО. – 2013. – № 9. – 2 берез. – С. 3).

Інтелектуалізація аудиторії здійснюється і за допомогою образних засобів мови, зокрема *перифраз* («Перша столиця Карпатської України заслуговує на те, аби бути привабливою в усіх аспектах» (ЗП. – 2013. – № 8. – 2–8 берез. – С. 12); «А потрете, Фірташ розраховує вирости в очах простої публіки до розмірів неймовірного багатія... і «хазяїна першої телекнопки» (...)» (К.: – 2013. – № 5. – 8 лют. – С. 2); «Та й все Закарпаття знає, що королева епатажу, як її називають деякі ЗМІ, народилася у Мукачеві (...)» (РІО. – 2013. – № 7. – 16 лют. – С. 17); *фразеологізмів* («До речі, лідером «газової» групи у ВР в останній час прагне стати Сергій Тігішко. Мабуть, пам'ятаючи про те, що святе місце порожнім не буває» (К.: – 2013. – № 5. – 8 лют. – С. 2); «А ось молодша генерація ветеранів партгосактиву (...) зараз на вершині українського політичного Олімпу. Ці політики пенсійного віку займають ключове місце в прийнятті державних рішень (...)» (К.: – 2013. – № 18. – 10 трав. – С. 5)), *оказіоналізмів* («Коли мине захоплення вождізмом» (К.: 2013. – № 18. – 10 трав. – С. 2); «Сучасна Україна – теж псевдоморфо́за, але, мабуть, в позитивному сенсі» (К.: – 2013. – № 18. – 10 трав. – С. 3) тощо.

Архітектонічна структура медіатексту також бере участь у реалізації просвітницької функції. Система рубрик, заголовків і підзаголовків, виконуючи передусім інформативну функцію, макси-

мально стисло вказує на основну тему публікації. Навіть побіжне ознайомлення із заголовками дає читачеві можливість зрозуміти суть публікації, зорієнтуватися щодо її змісту й отримати нову інформацію.

Таким чином, просвітницька функція мас-медіа набуває особливої актуальності в сучасному суспільстві. Вона нерозривно пов'язана з такими визначальними функціями медіатексту, як інформаційна функція і функція впливу на громадську думку (формування громадської думки) та реалізується засобом масової інформації незалежно від його типу, аудиторної спрямованості, періодичності та інших характеристик. Найбільш виразно інтелектуалізація аудиторії здійснюється на тематичному, мовностилістичному й архітектонічному рівнях. Порівняльний аналіз особливостей утілення просвітницької функції загальноукраїнськими та регіональними засобами масової інформації засвідчує, що загальноукраїнські видання здійснюють її більш послідовно й ефективно.

1. Володина М. Н. Язык СМИ – основное средство воздействия на массовое сознание / М. Н. Володина // Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : учеб. пособ. / [отв. ред. М. Н. Володина]. – М. : Изд-во МГУ, 2003 [Электронный ресурс]. – URL: <http://evartist.narod.ru/text12/01.htm>.

2. Москаленко А. Теорія журналістики : підручник / А. Москаленко. – К. : Експрес-об'ява, 1998.

3. Михайлин І. Л. Основи журналістики : підручник / І. Л. Михайлин. – К. : ЦУЛ, 2002. – 284 с.

5. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования : учеб. пособ. / [отв. ред. Володина М. Н.]. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – URL: <http://evartist.narod.ru/text12/01.htm>.

Скорочення назв часописів

ЗП – газ. «Закарпатська правда».

Е. – газ. «Експрес».

К: – газ. «Коментарі».

НЗ – газ. «Новини Закарпаття».

Подано до редакції 17. 09. 2013 р.

Shapovalova Halyna. The peculiarity of realization of enlightenment function in the Ukrainian modern print media.

The article deals with the peculiarities of implementation of enlightenment function in the modern Ukrainian and Transcarpathian editions.

Keywords: print media, media functions, enlightenment functions, media text, intellectualization, audience.

Шаповалова Г. В. Специфика реализации просветительской функции в современных украинских печатных СМИ.

В статье охарактеризировано особенности воплощения просветительской функции в современных общекарпатских изданиях.

Ключевые слова: печатные средства массовой информации, функции СМИ, просветительская функция, медиатекст, интеллектуализация, аудитория.