неоднозначностей у створенні образності у художньому стилі мови та не допускати неточностей та казусів у інших стилях мови.

Неоднозначні слова є потенційно інформативно більш ємкими, ніж однозначні, і це позитивно відображається на використанні їх у художньому стилі мови.

[1]Аничков И.Е. Труды по языкознанию, – Санкт-Петербург, 1997, – С. 66; [2]Солдатова Л.П. До теорії розмежування неоднозначностей // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. – Вип. 9, – К., 2003, С. 46–52; [3]Солдатова Л.П. Використання інформаційно-кореляційного критерію в практиці розмежування неоднозначностей // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. Вип. 10. – Київський національний університет імені Тараса Шевченка, – К., 2004 , С.146– 155; [4]Солдатова Л.П. До питання теорії явищ неоднозначності // Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика. – Вип. 8. – К., 2003, С. 64– 70; [5]Пономарів О. Стилістика сучасної української мови. – Тернопіль, 2000. – С. 39–40. [6] Ковалёв В.П. Экспрессивное использование полисемии, омонимии и паронимии в художественной прозе // РЯШ. – 1980 – № 6 – С. 67– 71; [7]О.Ольжич. Незнаному Воякові. – К., 1994;. [8] Словник української мови в 11 томах. Ред кол. Білодід І.К. та інш., – К., 1970– 1980; [9]Ольжич О. Зазнач. праця. – Далі текст поезій (С. 49– 121) цит. за цим виданням.

М.Л. Штельмах, асп.

ЖАНРОВА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ СТИЛЮ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: СУЧАСНА АСПЕКТОЛОГІЯ

У статті розглянуто особливості системи жанрів стилю масової інформації, а також специфіку функціонування їх в засобах масової інформації в лінгвостилістичному, комунікативному, культорологічному та інших аспектах з урахуванням сучасних тенденцій розвитку мовознавчої науки.

The peculiarities of genre system in the mass media style as well as the specific features of their functioning in the mass media realm in the linguistylistic, communicative, cultural and other aspects with a focus on the modern tendencies in the development of linguistics are analyzed in the article.

Стиль масової інформації є динамічною системою засобів спілкування, яка характеризується функціональною самодостатністю, інформаційно-аксіологічним ракурсом відбору й організації матеріалу, а також розвиненістю системи жанрів, що представлена різнотипними жанровими моделями організації текстів, метою яких є забезпечення публіцистичного дискурсу і комунікативної варіативності у сфері суспільної діяльності.

Проблема жанрової диференціації стилю масової інформації вже попередньо досліджена такими лінгвістами, як В. Вакуров, М. Кохтєв, Г. Солганик, М. Кожина, В. Костомаров, М. Брандес та ін. Проте питання специфіки категоріальних ознак жанрової системи стилю масової інформації в аспекті лінгвостилістичного підходу залишається до кінця не розв'язаним і потребує подальшого вивчення.

Мета даного дослідження – розглянути мовний жанр як динамічну структурну модель в контексті функціонального дискурсу стилю масової інформації. Об'єктом наукового аналізу є система жанрових моделей, а також сукупність відповідних композиційних і вербально-сюжетних прийомів, за допомогою яких множинність текстів актуалізуються в той чи інший жанр.

У свою чергу, предметом дослідження є комунікативні та структурні процеси породження журналістських творів, засоби та прийоми журналістської мовної практики.

Актуальним у даному дослідженні є визначення концептуальних критеріїв жанрової диференціації стилю масової інформації та принципів лінгвостилістичної інтерпретації тексту.

На нашу думку, система жанрових моделей стилю масової інформації – це своєрідний дискурсивний простір, у якому величезну роль відіграють екстралінгвальні фактори, які є "замовниками" лінгвостилістичних модифікацій у текстах сфери масової комунікації. Йдеться про суспільну (авторську) свідомість, культуру, практику соціальних взаємин, спілкування та обмін інформацією, а також вдосконалення і впровадження нових засобів масової інформації і т.п.

Кожен функціональний стиль мови нерозривно пов'язаний з типовими формами організації висловлювань, тобто з мовними жанрами. На думку М. Бахтіна, жанрова єдність висловлювання відбиває мовні характеристики стилю. Тому вивчення мовного стилю буде структурно правильним і продуктивним лише з урахуванням його жанрової природи. З цього приводу, М. Бахтін зауважує, що

мовні жанри є “провідними ременями від історії суспільства до історії мови”, оскільки саме вони “чутливо і гнучко відтворюють всі зміни, які відбуваються в суспільному житті”[1]. Як твердить Н. Бабич, на рівні висловлювання зв’язок між стилем і жанром дуже промовистий. Мовознавці-текстологи сходяться на тому, що жанрова й стильова характеристики притаманні кожному висловлюванню одночасно, що компоненти стилю й жанру виступають на всіх рівнях організації тексту. Проблемою може бути лише встановлення того, які з елементів тексту слід вважати ознакою жанру, а які ознакою стилю. “Від вибору жанрового зразка залежить вибір стильового зразка або конвенціонального набору мовних засобів, упорядкованих відповідно до потреб мовленнєвої ситуації”[2].

Конститутивною ознакою висловлювання є наявність адресата, яка й передбачає вибір жанру висловлювання, композиційних прийомів його побудови і добір мовних засобів. “Формування жанрової специфіки відбувається на основі відбору мовних засобів під більшим або меншим впливом адресата і його очікуваної відповіді[3].

М. Бахтін звертає увагу на існування первинних і вторинних мовних жанрів. Появу вторинних (до яких він зараховує і жанри стилю масової інформації) він пояснює умовами вдосконаленого поліфункціонального культурного спілкування (переважно писемного) – художнього, наукового, суспільно-політичного. ”Первинні жанри, які склалися в умовах безпосереднього мовного спілкування, опинившись в розряді складних, трансформуються в них і набувають особливого характеру” [4].

М. Кожина, послідовниця теорій М. Бахтіна, наголошує, що вивчення проблеми становлення, окреслення меж первинних мовних жанрів у структурі вторинних на матеріалі нехудожніх текстів різноманітних сфер спілкування й діяльності є першочерговим завданням. Вона підкреслює принципову стандартизованість, стереотипність як одну з визначальних властивостей жанру. “Твір будь-якого жанру при творенні завжди орієнтується на зразок, на певну його модель, хоча це не заперечує можливості індивідуальних перетворень жанрової форми в конкретних творах”[5]. У широкому розумінні стилю як загальноприйнятої манери мовлення жанр, на думку М. Кожиної, розглядається як одна із форм стилю.

Функціонування жанрів стилю масової інформації відбувається у сфері масового комунікативного процесу за рахунок

поширення інформації за допомогою технічних засобів (преса, телебачення, радіо, Інтернет) на велику й розташовану в різних місцях аудиторію з метою передачі нових знань і організації громадського дискурсу. Тому особливості жанрової домінанти стилю масової інформації продуктивніше розглядати в аспекті функціонально-комунікативного підходу, розробленого вченими у галузі лінгвістики тексту або дискурсу. Комунікативний підхід дозволяє дослідити функціонування семантичних одиниць, граматичних, а головним чином, синтаксичних форм і конструкцій у процесі безпосереднього вербального спілкування. Окрім того, у такому ракурсі синтаксис виступає як організуючий центр граматики, оскільки, на думку, Г. Золотової, "комунікативна функція мовлення реалізується не інакше як через посередництво синтаксичних конструкцій – носіїв змісту виразу".[6]

У сфері масової інформації структура, характер і система комунікативного процесу утворюються на основі форми участі комуніканта у процесі спілкування та форми взаємодії з об'єктом спілкування. Форми комунікативного процесу характеризуються насамперед одно- чи багатовекторністю процесу спілкування і здатністю перерозподіляти роль комуніканта в середовищі комунікатів.

Одновекторна комунікація представлена монологічною формою мовлення, у якій ролі комуніканта та комуніката є постійними. Така форма викладу матеріалу характерна для більшості жанрів стилю масової інформації. Особливою, на нашу думку, є багатовекторне спілкування, представлене діалогічною формою мовлення, за якої відбувається зміна ролей комуніканта й комуніката, що зумовлює протилежну монологічній картину ситуативного мовлення і ареал використання відповідних мовних засобів.

При дослідженні жанрової системи стилю масової інформації слід також звернути увагу на особливості творення журналістських текстів. Журналістський текст є структурно й композиційно цілісним, спрямованим на висвітлення певних фактів, їх подробиць, а також подій і явищ, вираженим різними мовними засобами з обов'язковим урахуванням нормативних стилістичних чинників. Він також призначений для публікації або усного виголошення в засобах масової інформації і є головною функціональною одиницею масового комунікативного процесу.

В аспекті лінгвостилістичного вивчення мовної організації журналістського тексту можна виділити такі класи ознак: *граматичні:* використання присудкових форм на –но, –то, дієслів першої особи множини наказового способу, дієприслівникових та дієприкметникових зворотів, які задовольняють вимозі компактності тексту; односкладних безособових; неозначено-особових; узагальнено-особових речень з метою витворення в тексті моделі відстороненої розповіді; вставних та вставлених конструкцій, які виступають виразниками модальних значень; номінативно-дієслівних *(„зробити спробу" замість „спробувати")*, що використовуються для уникнення вказівки на суб'єкт чи предмет дії, для узагальнення та абсолютизації поняття, події, факту, напр., з юридичної чи офіційно-ділової сфери.; зв'язність на рівні актуального членування, що виражається передусім у послідовному розташуванні теми й реми в структурі тексту; *семантичні*: синонімія з метою різнопланового вираження понять у певному контексті, евфемізми та перифрази, антитези, епітети-оксюморони, ампліфікації, градації; суспільно-політична лексика; трансформація фразеологізмів тощо; *фонетичні*: просодичні засоби творення ритмічної, інтонаційної, ладово-гармонійної організації мовлення, функціонування словесного динамічного наголосу; *структурно-стилістичні:* вживання особових і деяких інших розрядів займенників, а також слів, які виступають у функції заміщення, наявність стилістичних маркерів початку, продовження, закінчення тексту *("Почнемо з того..." "Далі..." "На закінчення..".)* та ін.; *комунікативні,* напр., "модальність" або "диктальність" діалогу зі всіма її модифікаціями тощо.

Кожен журналістський твір має відповідну *архітектоніку*: *заголовок* (відображає основну думку кореспонденції); *зачин* (початкові фрази виступу, що задають тональність подальшого викладу інформації і ставлення до неї реципієнта); *основна частина* (розкриття основних тез і подача аргументів); *закінчення* (підсумкова фраза, у якій автор узагальнює матеріал і робить певні акценти).

Побудова журналістського твору також значною мірою залежить від композиційних прийомів, відомих у журналістиці*:* історичної *або* літературної аналогії*,* подвійного зосередження матеріалу*,* від протилежного*,* пастки*,* уявної розмови*,* монтажу *тощо.*

Повертаючись до проблеми власне жанрової диференціації стилю масової інформації, варто зазначити, що в сучасній журналістиці розрізняють декілька видів засобів масової інформації,

кожен з яких має свої особливості. Такими є: преса, радіо, телебачення, Інтернет. В. Горбачук виділяє ще й фотожурналістику (спосіб одержання за допомогою оптичного апарату зображень об'єктів на світлочутливих матеріалах), адже фотографія, поряд зі словом, є важливим засобом пропаганди й агітації, наочним і переконливим складником інформації. Особливостями фотографії як засобу передачі інформації є документальність, що забезпечує її аргументовану доказовість і переконливість, а також ілюстративність, яка полягає в наявності великої кількості подробиць. Цікаво й те, що фотографія блискавично впливає на свідомість реципієнта, оскільки апелює до невербального образного мислення. Дослідник називає групу жанрів, характерних для цієї галузі: фотомонтаж, фотонарис, фоторепортаж, фотофейлетон, фотообвинувачення, фотоетюд та ін.

Передусім, зауважимо, що друковані засоби масової інформації, поступаючись радіо та телебаченню в оперативності, переважають в аналітичному висвітленні матеріалу, композиційному оформленні, широкому арсеналі мовних засобів, зв'язності і цілісності текстів, точності слововживань, стилістичній калакагатії. Окрім того, для друкованих засобів масової інформації характерною є періодичність видань (публікація через певні, встановлені проміжки часу, з постійною для кожного року кількістю номерів, які не повторюються за змістом). Серед друкованих періодичних засобів масової інформації виділяють три основні види: газета, журнал, альманах. Їх класифікують за змістом, віковою категорією користувачів, форматом і обсягом, періодичністю, територіальною ознакою тощо.

Якщо говорити про інші засоби масової інформації, такі як радіо та телебачення, то тут треба зауважити, що характерним для них є сприймання реципієнтом інформації або лише на слух, через звуковий образ (радіомовлення) або через екранний образ (синтез кольору, звуків, музики, шумів, монтажу) (телебачення).

З цим пов'язана і своя специфіка функціонування жанрів у цьому комунікативному просторі. Перш за все, як зауважує В.Горбачук, короткі інформації найчастіше групуються за темами і читаються ведучим-журналістом (якщо це авторська програма) або диктором; в інтерв'ю часто беруть участь кореспондент, ведучий-журналіст й інтерв'юер; радіо- і телерепортаж найчастіше веде журналіст з місця подій. Оскільки репортаж йде в прямому ефірі, то

для нього характерна жива, розмовна мова без підготовленого наперед тексту.

Своєрідним жанром, на відміну від газети, на радіо може бути *фейлетон*, якщо його передають з відповідним артистичним читанням у супроводі музичних вставок. Специфічним лише для радіомовлення, слід вважати жанр *радіокомпозиції* (музично-драматичні, хронікально-історичні і т.п.).

Для телевізійного простору особливою формою викладу матеріалу є *телепрограма* (створений за законами телебачення план передач студії за певний період), а також *тележурнал* (вид передачі, скомпонованої з матеріалів, представлених у вигляді різних жанрів (репортаж, бесіда, нарис, огляд, замітка), згрупованих і поданих глядачеві за принципом журнальної рубрикації) та *теленовини* (найоперативніша форма телевізійного простору). Варто звернути увагу на думку В. Буряка про те, що "тележурнал як монтований блок інформації, що не об'єднується загальною концепцією автора, поступається телепрограмі (монтаж жанрових форм, об'єднаних загальною авторською концепцією), де дифузні процеси активніше "розмивають" рамки внутрішньожанрової закільцьованості сюжетів)"[7]. Популярними для сфери тележурналістики є жанри *телерепортажу*, *телеінтерв'ю*, *телебесіди*, *телекоментаря*, *теленарису*, *телерецензії* тощо.

З появою в кінці XX ст. глобальної комп'ютерної сітки "Інтернет" сформувалася специфічна галузь журналістики, основні жанри якої – дайджести новин та оглядів. Користувач може отримати поточні матеріали преси – інтерв'ю, репортажі, хроніку, статистику, різноманітну інформацію з усіх сфер суспільного життя в електронному варіанті. Це, так би мовити, удосконалений варіант газети. У викладі і сприйнятті матеріалу значну роль відіграє візуальне оформлення тексту.

Розглянувши аспектологію функціонування жанрів у різних видах засобів масової інформації, доречно перейти до їх детальної характеристики.

За критерієм рівня суб'єктивізації у "мисленні реального факту або публіцистичному мисленні"(публіцистичний, аналітичний момент у висвітленні факту на рівні "відображеного мислення" В.Буряк вважає стильовою, а не домінантною ознакою, яка визначає характер моделі)[8] у сучасній журналістиці виділяють три групи жанрів: *інформаційні* (замітка, інформаційна кореспонденція,

інформаційний звіт, інформаційне інтерв'ю, бліц-опитування, питання-відповідь, репортаж, некролог і т. п.); *аналітичні* (аналітичний звіт, аналітична кореспонденція, аналітичне інтерв'ю, аналітичне опитування, бесіда, коментар, соціологічне резюме, анкета, моніторинг, рейтинг, рецензія, стаття, журналістське розслідування, огляд, огляд преси, прогноз, версія, експеримент, лист, рекомендація (порада), аналітичний прес-реліз тощо); *художньо-публіцистичні* (нарис, фейлетон, памфлет, пародія, сатиричний коментарій, історія з життя, легенда, епіграф, анекдот, жарт, гра та ін.).

Дослідники зазначають, що у зв'язку з таким диференціальним поділом жанрів, визначився й рівень суб'єктивізації кожної жанрової групи. Від несуб'єктивізованого реального факту в інформаційній групі жанрів до мінімальної суб'єктивізації в інформаційних жанрах. Аналітичній групі притаманна середня суб'єктивізація факту. Художньо-публіцистична група в кожному жанровому підвиді має свою систему суб'єктивізації. "Якщо проблемний нарис, проблемне есе, проблемний фейлетон виходять на рівень суб'єктивізації факту, наближений до середнього, то портретний нарис, портретний фейлетон, портретне есе – до максимального рівня суб'єктивізації"[9].

Важливо зазначити, що чинником суб'єктивізації виступає авторська мова як жанрово-стильовий і структурний стрижень, завдяки якому ряд текстів об'єднуються в одну жанрову групу. Окрім того, в межах кожної жанрової групи стилю масової інформації система мовностилістичних засобів побудови тексту визначається характером зображення, його прагматичними і комунікативними функціями в тексті, а також змістовою та інформативною навантаженістю**.**

Л. Шевченко пропонує за ознакою типу висловлювання ділити жанри стилю масової інформації на варіанти – усні й писемні, напр., "різнотипні писемні аналітичні, інформаційні та власне публіцистичні жанри; усні типи і жанри мовлення, насамперед в електронних засобах масової інформації – радіо, телебаченні, рекламі"[10]. На нашу думку, це дуже доречно, з огляду на те, що тексти окремих жанрів в усному і писемному варіанті суттєво відрізняються, оскільки творення їх зумовлене різними комунікативними ситуаціями.

Схарактеризуємо деякі жанри з кожної групи детальніше.

Замітка – оперативний і розповсюджений жанр газетної, радіо- або телевізійної інформації, в якому у стислій і виразній формі своєчасно і оперативно повідомляється про конкретні факти, події, явища дійсності. Замітка дає уявлення про те, що відбулося, коли і де сталася подія (без її докладного коментування) або з ким і що трапилося. Літературна форма замітки визначається творчою манерою автора-журналіста. Стилістика жанру замітки передбачає, перш за все, стислість і конкретність розповіді, використання порівнянь, епітетів, метафор без багатослів'я й стилістичних надмірностей в контексті інформаційного повідомлення. У критичних замітках дозволяється вживання й сатиричних елементів.

Замітки можуть подаватися у добірках, як-от*:* "Хроніка"*,* "Новини"*,* "Повідомлення телефоном"*,* "З телетайпної стрічки"*,* "Новини Інтернет" *тощо.*

Замітка буває хронікальною (складається з 1-2 речень) або поширеною. Розмір поширеної замітки коливається від 5 до 70-80 газетних рядків, але при цьому в ній наводяться тільки факти, без їх аналізу і подробиць. Таким чином, основними вимогами цього жанру є актуальність, новизна, правдивість, оперативність, оригінальність.

Одним із популярних інформаційних та аналітичних жанрів є *інтерв'ю*. Це призначена для преси, радіо або телебачення бесіда журналіста з певною особою, думки або коментарі якої з окремих актуальних питань суспільного життя викликають громадське зацікавлення і є дискурсивними. Проте у порівнянні зі звичайною бесідою, що передбачає кругообіг думок і ситуацій, інтерв'ю це не обмін інформацією, а отримання її однією особою від іншої шляхом опитування. Тому незважаючи на те, що спрямованість комунікативного акту при цьому така сама, як за умов бесіди, ролі учасників інтерв'ю – неоднакові: той, кого запитують, виступає як об'єкт дослідження, а журналіст – як суб'єкт.

Деякі дослідники вважають, що жанр інтерв'ю з огляду на його "подвійну суб'єктивність" (позиція журналіста і його співбесідника) передбачає не висвітлення фактів, а з'ясування думок, позицій, оцінок і т.д. Тому й зараховують його лише до аналітичної групи жанрів. На наш погляд, це звужує жанрові можливості діалогічного мовлення у сфері масової інформації, адже в сучасній журналістиці, інтерв'ю це не тільки жанр, а й метод вилучення фактичної інформації безпосередньо за допомогою багатовекторного комунікативного прийому запитань-відповідей, анкетування тощо.

Серед найпоширеніших різновидів інтерв'ю слід назвати *інтерв'ю-монолог* та *інтерв'ю-діалог*. У процесі становлення перебуває такий різновид інтерв'ю, як *інтерв'ю з самим собою*.

Найпростішим є *інтерв'ю-монолог*, коли на запитання кореспондента подається дуже розгорнута відповідь. Такий матеріал за своєю структурою і характером наближається до статті, кореспонденції. Завдання інтерв'юера – передати розповідь зі збереженням особливостей мовлення співбесідника. Сюди належать також короткі й оперативні заяви та повідомлення представників офіційних органів, установ тощо.

Інтерв'ю-діалог – це виклад усієї бесіди у формі запитань та відповідей. При цьому, наступне запитання пов'язане з контекстом попередньої відповіді. Це, в свою чергу, формує сюжетний ланцюжок, мета якого розкрити тему розмови або порушити проблему, яка журналістові-комуніканту здається актуальною. Особливістю інтерв'ю-діалогу є те, що запитання, зазвичай лаконічні й чіткі, а відповіді – ґрунтовні і розгорнуті. Існує й такий варіант інтерв'ю, коли бесіду ведуть обидва або кілька учасників, і кожен з них висловлює свою думку з приводу порушених проблем. Для таких бесід, як правило, характерна невимушеність і розмовний варіант спілкування.

Цікавим є вид *інтерв'ю з самим собою*. Це уявна розмова автора з собою як співбесідником у вигляді відповідей на запитання, ним же поставлених, або роздуми про життя чи професійні інтереси. Таке інтерв'ю нагадує жанр сповіді або поради, для якого притаманні синтаксичні конструкції зі вставними словами і реченнями, дієслівними формами наказового способу другої і третьої особи множини і т.п.

Різновидами інтерв'ю є також *бліц-опитування*, *питання-відповідь*, *бесіди за "круглим столом"*, *анкетні запитання*, *прес-конференції*. та ін.

Серед лінгвостилістичних особливостей жанру інтерв'ю слід назвати такі: використання еліптичних конструкцій; усічених форм двох або трьох слів, які утворюють одну звукову форму; особових займенників першої і другої особи однини й множини; перевага простих речень у структурному плані над складними; використання явищ транспозиції або функціонального зміщення; різні структурні і функціонально-семантичні типи реплік-відповідей, які притаманні

лише діалогічному мовленню; вживання модальних слів, невербальних засобів спілкування (міміка, жести) тощо.

Цікавою з мовного погляду є група художньо-публіцистичних жанрів, оскільки в ній реалізуються засади художнього мислення і мовлення крізь призму авторської творчої фантазії, світоглядних концептів і уявлень, втілених у метафорично-алегоричному мовному руслі.

Одним із найпопулярніших жанрів публіцистики є *фейлетон*. Це невелика газетна або журнальна стаття в писемному або усному викладі (радіомовлення, телебачення), в якій злободенні події подані в гумористичному або сатиричному плані.

Оскільки жанр фейлетону передбачає висвітлення фактів і подій суспільного життя з негативною конотацією засобами комічного у гостро критичній манері, це зумовлює наявність великої кількості алегорій, порівнянь, оксюморонів, метафор, гіпербол, каламбурів, стилістичних і риторичних фігур, модальних слів і конструкцій, фразеологізмів, дотепних діалогів тощо. З ідейно-тематичного погляду для фейлетону характерними є актуальність проблематики, чітка суспільно-політична спрямованість автора, документальність, жвавий виклад матеріалу тощо.

Композиційно жанр фейлетону передбачає “двовершинність”: “перша вершина”– опис факту, який мав негативне місце у суспільстві з метою викликати обурення читача, слухача або глядача; “друга вершина”– висвітлення цього факту у комічно-викривальному контексті з метою розсмішити реципієнта. На думку В. Горбачука, ефект викриття може спрацювати за умови, якщо факт буде парадоксальним, або міститиме певну суперечність у таких психологічних вимірах, як: амбіції героя і його можливості, посада та поведінка, засоби і мета, задум та результат діяльності тощо.

“Фейлетон – це синтез трьох начал: публіцистичного (конкретний факт, який до того ж актуальний, оперативний), сатиричного (курйозний факт, подія), художнього (сатиричний образ, завдяки якому фейлетон і відрізняється від сатиричної замітки)”[11].

Таким чином, система жанрових форм стилю масової інформації спрямована на відбиття реального й відображеного свідомістю факту. “Генезис інтелектуальної модульності української свідомості реального факту (публіцистичне мислення) XXI століття свідчить про поступовий розвиток і вдосконалення жанрів стилю

масової інформації як особливого інструментарію в інтерпретації факту (інформації)”[12].

Формування системи жанрів стилю масової інформації відбувається під впливом розвитку суспільної свідомості, культури, сфери соціальних взаємин, спілкування та обміну інформацією, а також вдосконаленням і впровадженням нових засобів масової інформації тощо. Домінантними при цьому є зрушення в лінгвостилістичному оформленні текстів. Кожен жанр характеризується своєю стилістикою тексту, арсеналом лінгвальних і паралінгвальних засобів (міміка, жести). Екстралінгвальними чинниками виступають авторська концепція творчості та підходів до викладу, висвітлення матеріалу, концепти авторської свідомості, його світоглядна і громадянська позиція.

Найпростіший інформаційний рівень, який був притаманним першим виданням (перевага хронікальних жанрів), поступово протягом століття переходить в інформаційно-аналітичне мислення як систему інформаційно-суспільної свідомої орієнтації, що знайшло своє відображення й на рівні формування відповідних жанрових форм стилю масової інформації.

Розроблення форм і методів інформаційної виражально-зображальної концептуальності, яка від свідомості інформаційного констатування переходить до рівня аналізу й синтезу, а подекуди – і до філософсько-соціальних узагальнень, свідчить про подальшу інтелектуалізацію мислення, про вироблення чітких систем (моделей) сприйняття та осмислення інформації, що й має стати об’єктом сучасного лінгвостилістичного дослідження.

[1]Бахтин М. Проблема речевых жанров // Бахтин М. Литературно-критические статьи. – М., 1986. – С. 428-472; [2] Бабич Н. Практична стилістика і культура української мови. – Львів, 2003. – С. 5-24; [3]Бахтин М. Указ. раб. – С. 467; [4]Там само. – С. 430; [5]Кожина М. Стиль и жанр: их вариативность, историческая изменчивость и соотношение // Stylistika: Styl I gatunek.VIII. – Ople, 1999. – С. 15; [6]Золотова Г. Коммуникативные аспекты русского синтаксиса. Очерк. М., 1982. – С. 14; [7]Буряк В. Еволюція термінологічного інструментарію сучасної теорії публіцистики: інтелектуальна модель інформаційного відображення // Наукові записки Інституту журналістики. т.3. – К., 2001. – С. 55; [8]Там само. – С. 53; [9]Там само. – С. 55; [10]Шевченко Л. Динаміка розвитку стилів української літературної мови: інтелектуалізація як функція // Монографія “Інтелектуальна еволюція української літературної мови: теорія аналізу”. – К., 2001. – С. 304; [11]Горбачук В. Основи журналістики: Навч. посібник / Слов’ян. державн. педагог. інстит. К.,2002. – С. 55; [12]Буряк В. Зазнач. праця. – С. 59.