

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра української мови та прикладної лінгвістики

**МОВНІ РЕСУРСИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ
ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ**

Кваліфікаційна робота

на здобуття ОС «бакалавр»

студентки IV курсу

галузі знань 03 «Гуманітарні науки»,

спеціальності 035 «Філологія»,

спеціалізації 035.01 «Українська мова і

література», ОПІ «Українська мова і

література та західноєвропейська мова»

Анастасії ФЕДОРУК

Науковий керівник:

д.філол.н., професор кафедри української

мови та прикладної лінгвістики

Оксана ПІКА

«Допущено до захисту»

Протокол № 11 засідання кафедри

української мови та прикладної лінгвістики

ННІФ від 01.06.2023

Завідувач кафедри _____ **Сергій РІЗНИК**

КИЇВ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ В ЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТІ	6
1.1 Лінгвістичні визначення поняття жанр та їх класифікаційні параметри.....	6
1.2 Інформаційні жанри у структурі масмедійного стилю	12
ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1	20
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ МОВНИХ РЕСУРСІВ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ	23
2.1 Воєнний стан і медіа	23
2.2 Структура тексту та його наповнення	29
2.3 Особливості використання мовних засобів в інформаційних текстах воєнного стану	36
ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2	43
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48

ВСТУП

Актуальність дослідження. Перед українськими ЗМІ зі повномасштабним збройним вторгнення Росії на територію нашої держави виникли нові виклики. В період нового етапу війни українське суспільство потребує точного та швидкого інформування. Під час війни виникає потреба в їх пристосуванні до особливих умов. Як відмічає науковець М. Тимошик, під час зовнішньої агресії моральні засади діяльності національної журналістики «мають фокусуватися довкола таких засадничих концепцій: патріотизм, професіоналізм, толерація традицій національної журналістики; об'єктивність і правдивість; самокритичність; відкритість; аргументованість» [38, с. 53].

Тема, яка була обрана для бакалаврської роботи, є дуже актуальною в контексті сучасних подій. В останні роки Україна переживає складні та напружені часи. У зв'язку з цим зростає значення мовних ресурсів та їх ролі в забезпеченні якості інформаційного простору. Від правдивості, точності та об'єктивності поданої інформації залежить самовизначення ідентифікація та відповідне тлумачення подій громадянами а надто – і їх подальша стратегія дій. Інформаційний простір своєю чергою стає додатковим гравцем у фактологічному, інтерпретаційному, протистоянні суб'єктів.

Варто зазначити, що система жанроутворення та динаміка розвитку одних жанрів і «стагнація інших зумовлені складними процесами, що відбуваються у соціально-економічній структурі суспільства, дістаючи адекватну інтерпретацію в засобах масової інформації» [8, с. 10]

Відомі зарубіжні та вітчизняні фахівці багато працювали над проблемою жанроутворення, що є чи не найважливішою в сучасній журналістиці, а саме: М. Василенко [7,8], І. Глущенко [13], Л. Городенко [15], В. Здоровега [22], І. Михайлин [28, 29], О. Чекмишев [42, 43] та багато інших дослідників.

Актуальність дослідження полягає у висвітленні теоретичних засад мовленнєвого жанру, який у сучасній лінгвістиці стає загальнофілологічним явищем і відіграє важливу роль у мовознавстві. Деяким жанрам мовлення

присвячено чимало лінгвістичних праць, однак їх природа ще цілком не розкрита і вимагає додаткового вивчення. Дослідження мовних ресурсів різних інформаційних жанрів (новини, коментарі, аналітика тощо) в умовах воєнного стану в Україні має важливу значимість для розуміння того, як журналісти та експерти використовують мовленнєві засоби, щоб передавати інформацію про військові дії та їх наслідки. Інформація, яка надходить різними комунікативними каналами, частково може бути стереотипізованою, містити численні політичні орієнтації й ціннісні орієнтири, які закріплюються у свідомості громадян.

Метою дослідження є аналіз мовних ресурсів, які використовують лінгвісти під час військових дій в Україні. Для досягнення поставленої мети визначено такі **завдання**:

- проаналізувати лінгвістичні визначення поняття «жанр» та їхню класифікацію;
- з'ясувати виокремлення інформаційних жанрів у структурі масмедійного стилю та їх особливості;
- простежити специфіку використання мовних ресурсів під час воєнного стану;
- охарактеризувати особливості медійного тексту під час воєнного стану;
- дослідити структуру тексту та її наповнення.

Матеріалом дослідження стали інформаційні ресурси, такі як: документи правового характеру, які регулюють забезпечення інформаційної безпеки в умовах війни, результати досліджень та статистичні дані щодо використання мовленнєвих та інших ресурсів у військових конфліктах. А також опрацьовані мовленнєві ресурси: текстові матеріали (статті, новини, коментарі, аналітика тощо) з мас-медіа та соціальних мереж, рекламні повідомлення, політичні декларації та низки наукових праць дослідників, таких як: М. Бахтін, Ф. Бацевич, С. Гайда, В. Салімовський та ін. Усі ці аспекти сприяли визначенню **об'єкта** дослідження, яким стали

українськомовні тексти інформаційних жанрів (новини, коментарі, аналітика тощо) під час воєнного стану в Україні.

Предметом дослідження є особливості використання мовних ресурсів інформаційних жанрів під час воєнного стану в Україні.

Наукова новизна дослідження полягає у вивченні мовних ресурсів українських мас-медіа та соціальних мереж під час воєнного стану в Україні, що дасть можливість визначити особливості використання мовленнєвих засобів та їх вплив на формування громадської думки в умовах війни.

Практична значущість полягає в тому, що основні положення, рекомендації та висновки, викладені в цій роботі, можуть бути використані: в наукових дослідженнях, роботах пов'язаних з подальшим вивченням особливостей матеріалів про мовні ресурси під час воєнного стану.

Методи дослідження: Для всебічного висвітлення теми застосовано комплексний підхід до вибору методів наукового пошуку. За допомогою описового методу проаналізовано специфіку повідомлень на політичну тему.

У роботі використано такі методи: описовий (систематизація мовних ресурсів інформаційних жанрів), метод контекстуального аналізу (виявлення особливостей мовленнєвої реалізації інформаційних жанрів), елементи таких практичних методів, як спостереження, порівняння і зіставлення, аналіз і синтез.

Дослідження видів інформаційних жанрів у структурі мас-медіа здійснюється за допомогою класифікації і методу типологічного аналізу.

Методологічною основою дослідження є наукові принципи об'єктивності та комплексності. Для виявлення загальних й особливих рис у процесі висвітлення політичних подій та явищ застосовано загальнонаукові методи: емпірико-аналітичний, порівняльний та описовий, використано жанрово-видовий та системно-функціональний підходи.

Структура роботи: дана робота складається зі вступу, 2 розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ В ЛІНГВІСТИЧНОМУ АСПЕКТІ

1.1 Лінгвістичні визначення поняття жанр та їх класифікаційні параметри

Засновником теорії мовленнєвих жанрів є М. Бахтін, який ще в 50-х роках ХХ ст. зазначав на необхідності створення типології мовленнєвих жанрів за сферами людської діяльності. Він визначав мовленнєвий жанр як «відносно стійкі й нормативні форми висловлювання, в яких кожне висловлювання підпорядковується законам цілісної композиції й типам зв'язку між реченнями - висловлюваннями» [1, с. 159]. Під висловлюванням М. Бахтін розумів одиницю мовленнєвого спілкування, межі якої визначаються зміною мовленнєвих суб'єктів, які є першою конституційною особливістю висловлювання. «Ця завершена цілісність висловлювання, що забезпечує можливості відповіді, визначається трьома моментами (або чинниками), які нерозривно пов'язані з органічним цілим висловлення:

1. предметно-сисловою вичерпністю;
2. мовленнєвим задумом або мовною волею мовця;
3. типовими композиційно-жанровими формами завершення.»[1, с. 160]

М. Бахтін наголошує на важливості вивчення мовленнєвих жанрів, оскільки мовці характеризуються не лише обов'язковими формами національної мови (словниковий склад і граматична будова), а й формами висловлювання, тобто мовленнєвими жанрами, які є не менш важливими для взаєморозуміння, як і форми мови. За його словами, «жанр завжди і той, і не той, завжди старий і новий одночасно. Жанр відроджується і оновлюється на кожному етапі розвитку літератури і в кожному індивідуальному творі цього жанру» [1, с. 178]. Це повною мірою стосується не лише літератури, а й жанрів журналістики. Наприклад, події в Україні, що мали виняткове значення для

розвитку цивілізації (катастрофа на Чорнобильській АЕС), викликали новації у розвитку репортажного жанру, який швидко видозмінювався навіть в умовах офіційної цензури та однопартійного суспільства. Аварія також викликала появу великої кількості аналітичних матеріалів, які досить наполегливо ставилися і почасти вирішувалося питання конкретних звинувачень за скоєне не лише науковців та інженерів, а й партійногосподарського активу України. Так само події, що дістали офіційну назву «Помаранчева революція», хоч і мала вже менш глобальний характер, проте в суспільній свідомості відобразилися у формі малої аналітики (коротких статей з елементами інтерв'ю); кореспонденції з яскравими вставками у вигляді класичних інтерв'ю та інтерв'ю-монологів; небаченого поширення набуло бліцопитування, що дозволяло не лише оперативно фіксувати стан громадської думки, а й впливати на неї тощо.

У «Словнику термінів міжкультурної комунікації» за редакцією Ф.С. Бацевича ми знайшли наступне визначення: «Жанр мовленнєвий (фр. *genre* — рід, вид) – поняття, введене в лінгвістичний обіг філологом М. М. Бахтіним у 1953 р.; одна з найважливіших категорій комунікативної лінгвістики поряд з дискурсом (текстом) і мовленнєвим актом (повідомленням). Жанр мовленнєвий – мовленнєве ціле, складний синтез повідомлень (мовленнєвих актів), об'єднаних комунікативною тактикою адресанта, моделлю адресанта і адресата, комунікативною метою, комунікативним смислом, специфічною жанровою тональністю, «закільцьоване» попередніми і наступними мовленнєвими жанрами; це складова дискурсу, типовий спосіб побудови мовного коду, пов'язаний із певними ситуаціями і створений для передачі певного змісту (комунікативного смислу). Група мовленнєвих жанрів формує функціональний стиль мови. Оволодіння певною мовою і культурою неможливе без оволодіння системою мовленнєвого жанру, притаманною цій мові» [4, с. 147].

З цього визначення можна побачити, що дослідник, вважає, що мовленнєвий жанр є «складовою дискурсу, будучи типовим способом

побудови мовленнєвого коду, мовленнєві жанри братимуть участь у формуванні тексту, а як наслідок, і дискурсу» [4, с. 147]. Тому різні типи дискурсу можуть мати набір ознак мовленнєвих жанрів, в той же час одні й ті ж жанри можуть служити складовою різних типів дискурсу. Вивчення дискурсу з точки зору сукупності його складових дозволяє проаналізувати це явище більш детально.

Науковець М. Бахтін увів поняття «первинних (простих) і вторинних (складних) мовленнєвих жанрів». До перших дослідник відносив «жанри, які склалися в умовах безпосереднього мовленнєвого спілкування, до других – жанри, що склалися в умовах складного й високорозвиненого культурного спілкування (переважно писемного). У процесі свого формування вторинні жанри вбирають у себе й переробляють первинні (прості) жанри» [1, с. 162].

Підхід науковця М. Бахтіна є провідним у визначенні теорії мовленнєвих жанрів, яке згодом поглиблюється й доповнюється відомими лінгвістами. Наприклад, дослідник О. Селіванова характеризує мовленнєвий жанр як «зразок класів комунікативних подій, заснованих на відповідних текстових кліше, що характеризуються певними стандартними установками, комунікативними стратегіями, особливостями інтерактивності, комунікативного середовища» [37, с. 278]. Доцільно зауважити, що розуміння мовленнєвого жанру як комунікативної події варто використовувати при вивченні усного мовлення, але для вивчення жанру як складової дискурсу, за умови, що дискурс розуміється через текст, досліджуючи визначення не здається таким, яке дозволило б розглянути ці поняття в сукупності. У той же час факт, що комунікативні події засновані на текстових кліше, демонструє зв'язок між мовленнєвими жанрами та текстами: текстові кліше слугують підставою мовленнєвих жанрів, які являють собою комунікативні події. Різноманіття формулювань визначення терміна «мовленнєвий жанр» може бути обумовлене сферою дослідження, орієнтацією вченого на усну чи письмову мову.

С. Гайда визначає «жанр як культурно і історично оформлений, суспільно конвенціональний спосіб мовленнєвої комунікації; зразок організації тексту. Цей термін також означає сукупність текстів, в яких певний зразок є актуалізований» [10, с. 104].

На думку науковця Т. С. Боса жанри мовлення є «відносно стійкими формами (моделями) духовної соціокультурної діяльності (що здійснюється в побутових ситуаціях, художньої, наукової, правової та інших сферах) на ступені її об'єктивації за допомогою системи мовленнєвих дій в тексті як одиниці спілкування» [5, с. 11]. Таке розуміння мовленнєвих жанрів через текст (як одиницю спілкування, простір актуалізації, результат реалізації) може значно розширити можливості вивчення мовленнєвих жанрів у письмовій мові, що в свою чергу вплине на вивчення жанрів науково-популярного дискурсу.

Отже, зробивши аналіз наукової літератури, можна стверджувати, що в науково-популярному дискурсі, мовленнєвий жанр можна розглядати як приклад організації тексту, що враховує соціальні і комунікативні особливості, адресантно-адресатної взаємодії, як стійку форму наукової ситуації, як складову дискурсу. Дослідження науковців, які займаються проблемами вивчення науково-популярного дискурсу зорієнтовані на застосування досягнень в галузі жанрології, теорії мовленнєвих жанрів, досліджується жанрове розмаїття текстів науково-популярного дискурсу, акцентується увага на функціях, розглядається структура комунікативної взаємодії, стратегічні моделі індивідуальної мовленнєвої поведінки.

Дослідження вчених показують, що в сучасній лінгвістиці мовленнєвий жанр трактується як соціальна дія, сукупність параметрів комунікативної ситуації, типів мовної дії і вербальне оформлення ситуацій взаємодії. Мовленнєвий жанр представляється як набір певних фреймів, необхідних і достатніх для реалізації комунікативних завдань в усній та письмовій мові, служить зразком організації тексту. Визначення жанру як конвенційної категорії дискурсу підкреслює важливість досліджень у галузі

дискурс-аналізу. У рамках вивчення науково-популярного дискурсу, доречно зосередитися на розумінні мовленнєвого жанру в зв'язку з текстом. Моделі, орієнтовані на дослідження наукового дискурсу можуть бути застосовані і для вивчень в області науково-популярного дискурсу.

Враховуючи те, що жанри є моделями організації тексту та складовою дискурсу, можна зазначити, що комплексне дослідження науково-популярного дискурсу неможливо вивчати без дослідження окремих жанрів, які складають науково-популярний дискурс, та їхніх жанрових структур.

На сучасному етапі розвитку лінгвістичних досліджень жанри розглядають з позицій напряму мовознавчої генології. Термін *genology* було запропоновано у 1938 році канадським дослідником П. ван Тігемом, який наголосив на важливості вивчення жанрів та їх провідній ролі у філологічних теоріях і емпіричних дослідженнях. У вітчизняному мовознавстві наряду з терміном «генологія» використовують також його синонім «жанрознавство» [16].

Концепції жанру розробляються в різних галузях лінгвістики, серед яких варто відзначити наступні:

- 1) теорія мовленнєвих жанрів;
- 2) нова риторика;
- 3) стилістика;
- 4) лінгвістика тексту;
- 5) когнітивна лінгвістика;
- 6) прикладна лінгвістика.

З позиції теорії мовленнєвих жанрів, М. М. Бахтіна, «...мовлення може існувати тільки у формі конкретних висловлювань...» [1, с. 249], отже жанр вважається як відносно стійким типом висловлювання.

Нова риторика визначає жанри як соціокомунікативні феномени. Визначним в цьому напрямку є доробок науковця К. Міллер, яка здійснила переосмислення концепцій жанру в соціальному аспекті [44, с.152].

Дослідниця підкреслює, що жанри є соціальними діями, які є невід'ємними від ситуативних контекстів і спонукальних мотивів.

З погляду функціональної стилістики жанр є засобом реалізації, оформлення стилю. Ця думка простежується в працях науковців Н. Разінкіної та Є. Троянської, які присвячені дослідженням наукового стилю. «Система жанрів є динамічною, лабільною, історично мінливою, – вважають дослідники – але її підпорядкованість головному комунікативному завданню наукового функціонального стилю є незмінною» [16].

Доцільно підкреслити, що у лінгвістиці тексту простежується існування різних підходів до визначення жанру:

1) жанр як одна з парадигм тексту, яка зумовлює його структурно-композиційні та формально-графічні особливості;

2) жанри як види цілісних мовленнєвих висловлювань з певною комунікативною орієнтацією, які можна змоделювати у вигляді деяких загальних текстових конструкцій або інваріантів з певними варіаціями-відхиленнями;

3) синонімічне вживання термінів «жанр» і «тип тексту» [32, с.21].

Дослідження жанрів у когнітивній лінгвістиці не посідає ключового місця; можна говорити лише про застосування певних когнітивних підходів до розгляду жанрів у поєднанні із загальною комунікативною орієнтацією їх вивчення. Характерним для когнітивної лінгвістики є трактування жанрів як типів тексту, яке чітко простежується у роботі Р. Дірвена і М. Верспоор «Когнітивне освоєння мови і лінгвістики».

Жанрознавчі розвідки в сфері прикладної лінгвістики побудовані на основі теорій М. М. Бахтіна та представників північноамериканської неориторики. Важливий внесок у розвиток концепції жанру було зроблено американським мовознавцем Дж. М. Свейлзом, який ввів поняття «дискурсивна спільнота» [2, с. 24]. Дослідник стверджує, що «жанри породжуються дискурсивними спільнотами, які беруть безпосередню участь у створенні жанрових номенклатур. – відмічає Ф. Бацевич – Його послідовник,

В. Бхатія, запропонував власну аналітичну модель, що враховує різні аспекти жанрів і може застосовуватись для вивчення спеціальних дискурсів» [2, с. 24].

Отже, жанрові концепції розробляються в рамках багатьох провідних галузей сучасної лінгвістики. Чисельність досліджень жанрів свідчить про постійну цікавість до цього феномену з боку мовознавців, а також про його багатоаспектність, тому при вивченні жанрів наголошують на тому чи іншому жанровому аспекті відповідно до методологічних пріоритетів певної науки.

1.2 Інформаційні жанри у структурі масмедійного стилю

Інформаційні жанри у сучасних ЗМІ – це система, яка розвивається настільки швидко і непередбачувано, що теоретичні розробки фіксують, у кращому випадку, її позавчорашній день. Спільною рисою цих наукових праць і підручників, у яких викладено основні теоретичні положення, є їхня заангажованість і значний розрив з повсякденною журналістською діяльністю.

Відповідно до традиційної класифікації, інформаційний жанр є однією з трьох основних категорій медійних жанрів (ще дві категорії – аналітична та художньо-публіцистична). Жанри публіцистики, найважливішою рисою яких є новизна факту, що повідомляється. Основна мета тексту інформаційного жанру – своєчасно повідомити читача про факти й події, що відбулися (відбуваються чи відбудуться), не вдаючись до коментарів. До інформаційних жанрів відносять замітку, звіт, інтерв'ю, репортаж, інформаційну кореспонденцію (жанри, головне завдання яких повідомити, відтворити, описати факти, події, явища).

Слід зазначити, що питання культури мови, особливо взаємозв'язку мови і мислення, мови і психофізіологічної структури індивіда-репортера, незважаючи на їхню очевидну важливість, недостатньо вивчалися в журналістських школах.

Окрім високих вимог до мовної характеристики матеріалу, західні експерти також висувають і окремі вимоги до інформаційних жанрів,

притаманні суто регіональним засобам масової інформації. Наприклад, «у французькій журналістиці історично склалося дуже прискіпливе ставлення до розмежування та дотримання жанрів. Це пов'язано тим, що, як свідчать дослідження французьких аналітиків, сучасний французький читач дуже добре розрізняє журналістські жанри і у випадку недотримання звичних принципів розміщення інформації аудиторія не сприйматиме матеріал як професійний» [17].

На думку українського дослідника О. Чекмишева, створення і розвиток системи жанрів відбувається «відповідно до усвідомлення потреби у різних формах подачі інформації для різної аудиторії» [43, с. 39]. Іншими словами, жанри, формуються на потребу різних соціальних верств населення, відповідно до об'єктивних (менталітет даної нації) і суб'єктивних чинників (характер конкретного видання). На думку науковців, штучно підганяти систему жанрів під певні стереотипи – означає не лише штучне спрощення журналістичнознавчої науки, а й певною мірою ускладнює ситуацію, оскільки неправильна і незрозуміла теорія, як і будь-яка штучна настанова, веде до погіршення ситуації у практичній реалізації будь-якого проекту, в тому числі друкованого видання.

Доцільно підкреслити, що представники американської та західних шкіл журналістики, зокрема французької та німецької, надають значну увагу саме інформаційному жанру, що вказує на його стрімкі темпи розвитку у журналістиці цих країн.

Варто відмітити, що дослідники Французької журналістичнознавчої школи вважають, що «однією з головних вимог до репортерів та інтерв'юєрів, є якість викладу журналістських текстів» [19]. На думку французьких експертів, причина цього суто прагматична. Газети повинні максимально ефективно ознайомлювати широку читацьку аудиторію. Для цього використовують різні прийоми: починаючи від способу подання заголовка, врізу, закінчуючи останнім реченням, яке є висновком журналістської статті і яке повинно запам'ятатися на підсвідомому рівні.

На думку німецьких колег, головною метою новинної журналістики, є «подавати новини максимально прозоро та об'єктивно» [12, с. 22]. Разом з тим, німецькі журналістикознавці відмічають той факт, що «серед незчисленних спробах визначити поняття «новина» трапляються швидше загальносформульовані та старомодні дефініції, ніж сучасні й конкретні [12, с. 23].

Жанри, на думку дослідників преси у Німеччині, «являють собою категоризацію різних варіантів компонування та подачі матеріалу» [12, с. 23]. Різні журналістські школи по-різному називають групу інформаційних жанрів. Усталеними є визначення «об'єктивна журналістика», «новинна журналістика», навіть «нові моделі новин» [12, с. 45].

Виходячи саме з потреб читачів, французькі дослідники визначають наступні жанри журналістики: інформаційне повідомлення, розширене повідомлення, звіт, інтерв'ю, портрет, розслідування. Окремо, як жанр, виділено репортаж.

Особливість сприйняття французьким читачем жанру репортажу полягає в тому, що, на відміну від інших жанрів, які «містять об'єктивний матеріал, головна мета репортажу – донести всі враження від події за допомогою органів відчуття журналіста. Тому цей жанр вважається суб'єктивним, він відображає події, звертаючись до відчуттів» [12, с. 46].

Це визначення – яскравий приклад того, як національний менталітет впливає на жанрове різноманіття в газеті. Класичне для України визначення репортажу, сформульоване майже п'ятдесят років тому, не втратило своєї актуальності та універсальності й формулюється таким чином: «Репортаж у газеті – це яскрава розповідь очевидця з місця події» [28, с. 48]. Визначення належить відомому журналістикознавцю Івану Прокопенку, який «тривалий час працював на факультеті журналістики, розробивши курс інформаційних жанрів, видав унікальну для України книжку «Репортаж в газеті»» [12, с. 46].

Основною групою жанрів, яка продовжує стрімко і динамічно розвиватися, збагачуючись новими формами і методами роботи є група

інформаційних жанрів. Правдивими, або такими, що максимально точно відображають ситуацію, є замітка, репортаж, інтерв'ю, звіт.

Інтенсивному розвитку інформаційних жанрів у пресі допомагає загальне морально-культурне поле. Це пов'язано з тим, що преса є найпростішим і найдоступнішим засобом масової інформації. Звичайно, електронні ЗМІ (особливо телебачення) також певною мірою сприяли цьому процесу. Іншими словами, ефективність телебачення, яка раніше «заважала» пресі, зараз регулює її.

Це відбувається тому, що навіть якщо написана неправда, читач дізнається про те, що факти були перекручені, того ж вечора, коли він побачить телевізійний репортаж. Більше того, журналісти друкованих видань почали шукати нові способи подачі інформації, часом недоступні телекамері. Прямий газетно-журнальний репортаж, який ще двадцять років тому робила переважно одна людина, тепер максимально насичується елементами інтерв'ю, коментарями експертів або інформацією про те, як до теми ставляться в інших частинах світу.

Чим характерна динаміка розвитку інформаційних жанрів нині? Основними ознаками можна назвати наступні:

1. Взаємовплив і взаємоперехід жанрів. Насамперед - репортажу в інтерв'ю і навпаки. Іноді навіть експерти не можуть визначити, чи мають вони справу з репортажем з елементами інтерв'ю чи інтерв'ю з елементами репортажу.

2. Жорстка прив'язка до певного медіа, стилю чи манери подачі цього друкованого ЗМІ.

3. Поява великої кількості гострих політичних репортажів та інтерв'ю як реакція на об'єктивні часові обставини.

4. Стрімкий розвиток нових видів репортажу в українській журналістиці, серед яких – репортаж-передбачення та історичний репортаж, що має характер літературної праці.

У жанрі інтерв'ю можна спостерігати такі характерні риси-новації:

1. Поступовий перехід від звичайного інтерв'ю (запитання – відповідь) до інтерв'ю-співбесіди, де респондент і журналіст спілкуються на рівних, використовуючи той самий поняттєвий апарат.

2. Введення у структуру інтерв'ю елементів репортажу, своєрідного візуального ряду.

3. Осмислення та своєрідна інтерпретація відповідей респондента у вигляді авторського коментарю. Подекуди введення у композицію епіграфів, післямови як вищий момент професіоналізму.

Різні наукові школи визначають найрізноманітніші класифікації системам жанрів та інформаційним жанрам зокрема. Для того щоб оперувати термінами, слід, як мінімум, їх визначити і виділити. Це повною мірою стосується групи інформаційних жанрів. Першим полемічним твердженням є концепція українського дослідника О. Чекмишева, визначає факт як елемент системи інформаційних жанрів. «Українське і пострадянське журналістикознавство тривалий час не визнавало факт окремим жанром. Натомість у європейських школах журналістики, зокрема у Центрі підготовки і вдосконалення журналістів (Париж), інших західних школах журналістики факт уже тривалий час розглядали як окремий жанр», – вважає дослідник [42, с. 86].

Класичний поділ системи інформаційних жанрів такий: замітка, інтерв'ю, репортаж, звіт. Замітка в усіх радянських посібниках ХХ століття – це коротке інформаційне повідомлення, що відповідає на запитання що? де? коли? Розмір замітки не мав перевищувати 15-20 рядків. Коли траплялися замітки більшого обсягу, то вони мали назву розширеної замітки – до 50 рядків кожна.

Замітка – найпростіший жанр оперативного газетного повідомлення. Її основні риси: стислість у подачі новини, лаконічність тексту, що не повинен перевищувати 35-40 рядків, а також точність і зрозумілість для масового читача. Небезпідставно замітку вважають найдавнішим жанром журналістики.

В українській пресі замітка є усталеним і традиційним жанром, він є легко впізнаваним як журналістами, так і читачами. Приводом для написання інформаційної замітки може стати будь-яке явище або важлива подія, що становить суспільний інтерес, на думку журналіста або видавця. Особливістю замітки є те, що вона часто є приводом і поштовхом для іншої, більш розгорнутої статті, яка містить авторські коментарі, конотації та метафоричні ряди.

У сучасних інформаційних замітках дедалі більшої популярності набувають розширені заголовки (не плутати з «лідом»), «в яких в розповідній формі деталізують те, про що йдеться у інформаційній замітці. За даними західних дослідників журналістики, такі розширені заголовки привертають увагу 80-90 % читачів» [19].

Замітка, як жоден інший жанр, є стабільною, не має тенденції до вагомих змін, і повністю відповідає потребам суспільної свідомості. Через відсутність звички експериментувати з форматами подачі матеріалу, класична замітка будується за відомим принципом класичної перевернутої піраміди, де головне інформаційне повідомлення розміщується на початку тексту, бажано в першому реченні.

Українські журналісти, які все частіше застосовують досвід іноземних інформаційних агенцій і залучають експертні думки, в яких коротко проводять паралелі, порівняння з попередніми аналогами, факти та власне ставлення до події.

Таким чином, сучасна замітка – це жанр, що постійно розвивається, і безпосередньо реагує на запити журналістської практики. Інформаційне суспільство вимагає інваріантності жанру в друкованих ЗМІ.

Звіт – це «інформація, написана після прес-конференцій, презентацій, симпозіумів та з'їздів» [5, с.12]. Це також замітка або кореспонденція, в якій послідовно перераховується отримана інформація, та іноді може містити вкраплення прямої мови головних діючих осіб (50 – 300).

Репортаж – «виклад актуального фактичного матеріалу, отриманого з «місця події» [5, с. 87]. Оповідач – є безпосереднім учасником події або спостерігачем. Тут допускається емоційність, вигуки та суб'єктивні відчуття. Зазвичай використовується пряма мова або короткі діалоги (100 та більше).

Інтерв'ю – «жанр, що подає суспільно значущу новину у вигляді відповідей особи на запитання журналіста» [5, с. 47]. Сучасна журналістика все частіше використовує і жанр бесіди. Це вид інтерв'ю, у якому журналіст виходить за рамки коротких запитань і дискутує зі співбесідником, коментує його відповіді і висловлює свою оцінку події [12, с. 54].

Український науковець В. Шкляр, відомий своїми численними публікаціями з жанрології, подає розподіл інформаційних жанрів наступним чином: замітка, репортаж, звіт та інтерв'ю [23]. Політичні замітки характеризуються використанням специфічної лексики. Наприклад, інформаційні повідомлення про політику або політичних діячів витримані в офіційно-діловому стилі та використовують політичну термінологію. Однак, залежно від висвітлюваних подій, може також використовуватися емоційно-зabarвлена лексика.

Перед дослідниками постають, зокрема, проблеми стратифікації медіажанрології, формулювання оптимальних критеріїв класифікаціях та розробки оптимальних моделей аналізу жанрової палітри ЗМІ та ін.

Актуальність проблематики вивчення «природи, функцій та лінгвістичних домінант жанрів сучасних мас-медіа пояснюється ще й відсутністю в національному, ширше – слов'янському мовознавстві комплексних досліджень, присвячених концептуалізації теорії медійної жанрології, вивченню жанрової парадигми ЗМІ саме з погляду лінгвістичної доказовості їх мови, особливої динамічної, дифузної організації мас-медійних жанрів, із особливою увагою до їх трансформацій, що в результаті засвідчує еволюційний ресурс літературної мови, співмірний із форматом і завданнями соціальної / масової комунікації» [25, с. 56].

Специфіка медіалінгвістичного розуміння жанру ґрунтується на низці проблемних завдань, з якими стикаються дослідники:

- 1) окреслити традиційні та інноваційні підходи до наукового опису поняття жанру, скорельовані з фаховими дослідницькими епістемами;
- 2) сформулювати дефінітивне наповнення поняття жанру масової комунікації;
- 3) визначити операційну модель жанрової стратифікації мас-медійного поля саме для медіалінгвістики;
- 4) проаналізувати мовні особливості медіажанрів, мотивовані особливостями масової / соціальної комунікації;
- 5) схарактеризувати лінгвістичні критерії дифузності жанрів і міжжанрових утворень, функціональних для сфери масової інформації;
- 6) окреслити перспективи динаміки мовних ресурсів медіажанрів у контексті глобалізації інформаційно-комунікативного простору.

Подібна постановка проблеми актуалізує тезу Ф. Бацевича про те, що «загальної прагматизації лінгвістики, тенденції до пошуку зав'язків між будовою мовленнєвих утворень і компонентами ситуації спілкування, перш за все, суб'єктами комунікації, відношеннями між ними, їхніми когнітивними, психічними, фізичними, ментальними та іншими характеристиками, інтенціями (намірами)» [2, с.11]. А отже, формується перспективна дослідницька лакуна – медійна жанрологія, що має, оперуючи відомим знанням, зокрема про жанр, враховуючи реалії кожної комунікативної ситуації в сучасних ЗМІ, типізувати мовні репрезентації спілкування в мас-медійному просторі, універсалізувати стилістичний ресурс медіа для інформаційних, аналітичних, маніпулятивних, розважальних та ін. моделей і в результаті окреслити поняття мас-медійного жанру як активної форми репрезентації еволюції літературної мови в її комунікативному вимірі.

ВИСНОВОК ДО РОЗДІЛУ 1

В даному розділі було розглянуто поняття жанру з лінгвістичної точки зору та його визначення. При цьому, було досліджено основні ознаки та функції жанру, а також його класифікацію, що є важливим для розуміння та використання жанрових характеристик у масмедійній сфері. Крім того, було проаналізовано інформаційні жанри у структурі масмедійного стилю, які відіграють важливу роль у формуванні та збереженні інформаційного простору. Було розглянуто основні види інформаційних жанрів, такі як новини, репортажі, коментарі, інтерв'ю та аналітичні матеріали, а також їхню роль у структурі масмедійного стилю.

Розуміння поняття жанру та його використання в масмедіа дозволяє журналістам краще спілкуватися з аудиторією та досягати своїх цілей. Використання різноманітних жанрів дозволяє створювати цікаві та змістовні матеріали, які сприяють залученню та утриманню читачів.

Згідно з проведеними дослідженнями, жанр можна розглядати як вид мовленнєвої діяльності, що має визначені характеристики та функції. Основними ознаками жанру є наявність певної структури та тематики, специфічного мовленнєвого стилю та відповідної інтонації. Функцією жанру є забезпечення спілкування між автором та читачем, передача інформації та вираження авторського погляду на події. Класифікація жанрів є важливим елементом розуміння жанрової системи мови та її використання в масмедійній сфері. У залежності від цілей та завдань, які ставить перед собою автор, існують різні види жанрів, такі як науковий дискурс, літературні твори, публіцистика, науково-популярні твори, наукові статті, рекламні тексти та інші.

У масмедійному стилі особливе місце займають інформаційні жанри, оскільки вони можуть передавати актуальну інформацію та коментарі на різні теми. Основні види інформаційних жанрів, такі як новини, репортажі, коментарі, інтерв'ю та аналітичні матеріали, мають свої специфічні риси та

функції. Наприклад, новини, характеризуються стислістю та швидкістю передачі інформації, тоді як аналітичні матеріали можуть бути більш поглибленими та детальними.

Поняття жанру не є новим у лінгвістиці і сягає корінням ще античних вчених. Аристотель визначав жанр як клас текстів, і це визначення залишається актуальним і сьогодні. Наразі цей термін застосовують до будь-якого виду дискурсу будь-якого типу (усного чи письмового).

У дев'яностих роках минулого століття лінгвістична теорія жанру отримала друге дихання, а на початку другого тисячоліття відбулися потужні теоретичні та практичні напрацювання в цій галузі. Зміна погляду на мову від системоцентричної до антропоцентричної, розвиток нових напрямів мовознавства та суміжних дисциплін (прагматики, лінгвокультурології, етнографія комунікації, соціолінгвістики), а також практична потреба в ефективнішому викладанні мов призвели до того, що на початку дев'яностих років ХХ ст. у мовознавстві все частіше почали застосовувати поняття комунікативних жанрів у комунікативному та соціальному контекстах.

На думку К. Хайленда, сучасний інтерес до вивчення жанрів характеризується, по-перше, бажанням зрозуміти зв'язок між мовою та умовами її використання (як вона використовується в конкретних комунікативних ситуаціях). По-друге, прагненням використати ці знання для вдосконалення викладання мови.

Сьогодні поняття мовленнєвий жанр широко використовується в дослідженнях, присвячених лінгвістиці тексту, прагмалінгвістиці, соціолінгвістиці, стилістиці, психолінгвістиці, лінгвокультурології. Через таку різноманітність можливих сфер застосування існують різні підходи до його визначення.

Мовленнєвий жанр був започаткований М. Бахтіним і розвинений О. Сиротиніною, Г. Солгаником, М. Федосюком, Т. Шмельовою та ін. Віртуальні мовленнєві жанри функціонують в Інтернеті і призначені для електронної комунікації у формах, подібних до традиційного спілкування.

Наукові здобутки, присвячені типології мовленнєвих жанрів, мають нові форми й підходи, що пов'язано з інтеграційними й глобалізаційними процесами в суспільстві.

Отже, висвітлення поняття жанру та інформаційних жанрів у структурі масмедійного стилю є важливим для розуміння та використання жанрових характеристик у масмедійній сфері. Краще розуміння жанрів допоможе журналістам створювати більш змістовні та цікаві матеріали, що будуть здатні залучати та утримувати увагу аудиторії.

РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ МОВНИХ РЕСУРСІВ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ

2.1 Воєнний стан і медіа

Воєнний стан – це «особливий правовий режим, що вводиться у разі загрози чи збройного нападу на Україну або окремі її місцевості, небезпеки державній незалежності України, її територіальній цілісності та передбачає надання відповідним органам державної влади, військовому командуванню, військовим адміністраціям та органам місцевого самоврядування повноважень, необхідних для відвернення загрози, відсічі збройної агресії та забезпечення національної безпеки, усунення загрози небезпеки державній незалежності України, а також тимчасове, зумовлене загрозою, обмеження конституційних прав і свобод людини і громадянина та прав і законних інтересів юридичних осіб із зазначенням строку дії цих обмежень» [21].

Воєнний стан в Україні був введений після російського військового вторгнення 24 лютого 2022 року. Закон передбачає, що військове командування та військова адміністрація «здійснюють у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, регулювання діяльності електронних комунікаційних мереж та/або послуг, поліграфічних підприємств, видавництв, телерадіоорганізацій, телерадіоцентрів та інших підприємств, установ, організацій і закладів культури та засобів масової інформації, а також використання місцевих радіостанцій, телевізійних центрів і друкарень для військових потреб і проведення роз'яснювальної роботи серед військ і населення; забороняти роботу приймально-передавальних радіостанцій особистого і колективного користування та передачу інформації через комп'ютерні мережі», а також «у разі порушення вимог або невиконання заходів правового режиму воєнного стану вилучати у підприємств, установ і організацій усіх форм власності, окремих громадян електронне комунікаційне

обладнання, телевізійну, відео- і аудіоапаратуру, комп'ютери, а також у разі потреби інші технічні засоби зв'язку» [21].

Тож після початку повномасштабної військової агресії з боку Російської Федерації ведення журналістами інформаційної діяльності має певні обмеження. Насамперед вони стосуються поширення інформації про сили та засоби оборони країни. Наказ головнокомандувача Збройних сил України від 03.03.2002 №73 «Про організацію взаємодії між Збройними силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану» визначає перелік інформації, яка обмежується до оприлюднення [34]. Так, додаток 2 до цього наказу містить Перелік інформації, розголошення якої може призвести до обізнаності противника про дії Збройних сил України, інших складових сил оборони, негативно вплинути на хід виконання завдань за призначенням під час дії правового режиму воєнного стану. Зокрема, до такої інформації належать: «найменування військових частин (підрозділів) та інших військових об'єктів у районах виконання бойових (спеціальних завдань, географічні координати місць їхнього розташування, чисельність особового складу військових частин (підрозділів); кількість озброєння та бойової техніки, матеріально-технічних засобів, їхній стан та місця зберігання; описи, зображення та умовні позначки, які ідентифікують або можуть ідентифікувати об'єкти; інформація щодо операцій (бойових дій), які проводяться або плануються; інформація щодо системи охорони та оборони військових об'єктів та засобів захисту особового складу, озброєння та військової техніки, які використовуються (крім тих, які видимі або очевидно виражені); порядок залучення сил та засобів до виконання бойових (спеціальних) завдань; інформація про збір розвідувальних даних (способи, методи, сили та засоби, що залучаються); інформація про переміщення та розгортання своїх військ (найменування, кількість, місця, райони, маршрути руху); інформація про військові частини (підрозділи), форми, методи, тактику їхніх дій та способи застосування за призначенням; інформація про проведення унікальних

операцій із зазначенням прийомів та способів, що використовувались; інформація про ефективність сил і засобів радіоелектронної боротьби противника; інформація про відкладені або скасовані операції; інформація про зниклий або збитий літак, літальний апарат, зникле судно та пошуково-рятувальні операції, які плануються або проводяться; інформація про планування та проведення заходів гарантування безпеки застосування військ (дезінформація, імітація, демонстративні дії, маскування, протидія технічним розвідкам та захист інформації); відомості про проведені інформаційно-психологічні операції, ті, що проводяться, а також плануються; інформація, яка має на меті пропаганду або виправдання широко-масштабної збройної агресії Російської Федерації проти України» [34].

Наказ не поширюється на висвітлення питань, що не стосуються Збройних Сил України та оборони організацій країни. Щодо інших питань, то наразі відсутні рішення Кабінету Міністрів України, які б регулювали або накладали обмеження на інформаційну діяльність. Однак журналістам та ЗМІ необхідно пам'ятати, що, навіть якщо законодавство прямо не забороняє висвітлювати певні теми, це може мати шкідливі наслідки. Зокрема, «руйнування та пошкодження інфраструктури українських міст надає московським окупантам можливість корегувати вогонь, знищувати вцілілі будівлі та засоби забезпечення тощо. Питання забезпечення населення продуктами харчування, водою та електроенергією також може призвести до атаки ворога по шляхах постачання продовольства, місцях зберігання продуктів, вразливих точках електромережі тощо» [20].

У контексті військового стану в Україні, медіа включають такі засоби:

Телебачення: Телевізійні канали є одним з основних джерел інформації під час військового стану. Вони надають новини, репортажі, інтерв'ю з військовими експертами, політиками та жителями зони конфлікту. Телебачення відіграє важливу роль у передачі образу війни та впливає на сприйняття громадськістю подій, що відбуваються.

Радіо: Радіостанції мають значний вплив на інформування громадськості під час військового стану. Вони передають новини, коментарі, розмовні програми та спеціальні репортажі про військові дії. Радіо може бути особливо важливим засобом зв'язку у віддалених районах, де доступ до інших медіа обмежений.

Преса: Газети та журнали надають детальну інформацію про військові події, аналітику та коментарі військових експертів. Вони грають важливу роль у передачі глибшого розуміння військової ситуації, політичних аспектів та впливу конфлікту на суспільство.

Соціальні мережі та інтернет: Соціальні мережі та веб-портали стають все більш популярними джерелами інформації під час військового стану. Соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, Instagram та YouTube, дозволяють користувачам обмінюватися новинами, фотографіями та відеоматеріалами, що стосуються військових подій. Вони дозволяють швидко поширювати інформацію, а також дозволяють громадськості активно обговорювати та висловлювати свої погляди на війну.

Інтернет-портали та новинні сайти також грають важливу роль у поширенні інформації про військову ситуацію. Вони надають актуальні новини, аналітику, експертні огляди та репортажі про воєнні дії. Завдяки широкому доступу до Інтернету, користувачі можуть отримати інформацію з різних джерел та перевірити її достовірність.

Роль медіа у поширенні інформації про військову ситуацію полягає в тому, що вони забезпечують громадськість доступом до актуальних даних, фактів та новин, пов'язаних з воєнним конфліктом. Медіа стають посередниками між військовими подіями та населенням, допомагаючи громадськості отримувати необхідну інформацію для зрозуміння ситуації та прийняття рішень.

Важливо зазначити, що різні типи медіа мають свої особливості та переваги у поширенні інформації. Телебачення та радіо можуть бути особливо ефективними у віддалених районах, де доступ до Інтернету може бути

обмеженим. Соціальні мережі та веб-портали, натомість, надають швидкий та широкий доступ до інформації для користувачів з усього світу. Це дозволяє не лише миттєво сповіщати про воєнні події, але й створювати платформу для обговорення, обміну думками та підтримки між громадськістю.

Однак, важливо враховувати, що роль медіа у поширенні інформації про військовий стан також може мати певні виклики та відповідальність. Наприклад, недостовірні або необ'єктивні інформації можуть призвести до сплутування та паніки серед населення. Медіа повинні мати етичний підхід до передачі інформації та дотримуватися професійних стандартів журналістики.

Крім того, медіа впливають не лише на поширення інформації, але й на сприйняття військового стану громадськістю. Вони можуть впливати на формування громадської думки, переконань, стереотипів та емоцій. Наприклад, позитивне або негативне висвітлення війни може вплинути на підтримку або протест населення щодо військових дій.

Завершуючи, роль медіа в контексті військового стану в Україні полягає в поширенні інформації, формуванні громадської думки та сприйнятті подій, пов'язаних з військовим конфліктом. Телебачення, радіо, преса, соціальні мережі та інтернет грають важливу роль у цьому процесі, надаючи доступ до актуальних новин та дозволяючи громадськості активно брати участь у дискусіях та обговореннях.

Під час військового стану в Україні медіа виконують різноманітні функції, які спрямовані на забезпечення ефективного інформування громадськості, формування громадської думки, підтримку морально-психологічного стану населення та пропаганду певних ідей. Деякі з основних завдань, які ставляться перед медіа в цих періодах, включають:

Поширення інформації: Медіа відіграють ключову роль у поширенні актуальної інформації про воєнні події, оперативному повідомленні про ситуацію на передовій, звітуванні про втрати та перемоги, розповсюдженні офіційних заяв та документів, а також у наданні важливих порад щодо безпеки та поведінки громадян.

Формування громадської думки: Медіа впливають на уявлення, думки та погляди громадськості щодо військового стану. Вони висвітлюють різні сторони конфлікту, розповідають про життя в зоні бойових дій, показують героїзм військових та постраждалих людей. Це допомагає формувати національну єдність, підтримувати моральний дух і піднесеність населення, а також сприяти підтримці військових операцій та прийняттю необхідних рішень.

Підтримка морально-психологічного стану населення: Медіа відіграють важливу роль у забезпеченні морально-психологічної підтримки населення, особливо в районах, що безпосередньо постраждали від війни. Вони висвітлюють історії героїзму, виражають подяку та визнання військовим та волонтерам, розповідають про успіхи та досягнення українських силових підрозділів. Це допомагає підтримувати високий моральний дух та налаштованість на перемогу серед військових та цивільного населення.

Пропаганда: У військовому стані медіа можуть бути задіяні в пропагандистській діяльності для підтримки військових операцій та донесення певних політичних повідомлень. Вони можуть використовувати різні методи і засоби, такі як реклама, інтерв'ю з керівництвом, коментарі фахівців, щоб підкреслити важливість війни та мобілізувати громадськість на підтримку урядових заходів. Об'єктивність та критичне мислення: Однак, незважаючи на інформаційну функцію, медіа повинні прагнути до об'єктивності та незалежності у висвітленні подій військового стану. Вони повинні підтримувати критичне мислення, ретельно перевіряти інформацію та уникати поширення недостовірних чи маніпулятивних даних. Це допоможе зберегти довіру громадськості до медіа та забезпечити їхню роль як надійних джерел інформації.

Отже, медіа відіграють ключову роль у висвітленні військового стану в Україні та мають великий вплив на сприйняття подій громадськістю. Їхній вплив може бути як позитивним, так і негативним, тому важливо дотримуватися етичних стандартів та забезпечувати об'єктивну та достовірну

інформацію. Тільки так медіа можуть виконувати свою місію поширення інформації та сприяння формуванню свідомої громадськості. Вони виконують ряд функцій, таких як поширення інформації, формування громадської думки, підтримка морально-психологічного стану населення, пропаганда та інше. Однак, важливо, щоб медіа були об'єктивними та правдивими в своїй роботі, зберігаючи баланс між підтримкою військової діяльності та дотриманням основних принципів журналістики.

2.2 Структура тексту та його наповнення

У сучасному інформаційному суспільстві вміння ефективно структурувати текст та заповнювати його змістом стає все більш важливим. Незалежно від того, чи ми пишемо наукову статтю, бізнес-пропозицію або літературний твір, наша здатність до передачі інформації залежить від правильної структури тексту та вміння наповнити його змістом.

Текст є головним елементом документа, що містить сукупність речень, послідовно об'єднаних змістом і побудованих за правилами певної мовної системи. Текст є засобом відтворення зв'язного мовлення, тобто речень, пов'язаних між собою однією темою, головною думкою та структурою.

Структура тексту – це поняття, формулювання якого знаходиться у розвитку. Структура є природною властивістю текстів, тому будь-яка теорія, що намагається адекватно його описати, повинна відображати його структурність.

Поняття «структура тексту» перебуває у центрі уваги текстологів. Адже від ефективності вивчення текстової структури залежить вирішення низки проблем аналізу тексту, таких як засоби комунікації, розуміння тексту й текстотворення.

Основними характеристиками структури, як відомо, є цілісність і зв'язність. Поняття «зв'язності», яка є основною ознакою структури, було розроблено в галузі математичних наук. Ця ознака дає змогу

окреслити смислове поле тексту, а отже, може бути застосована до текстового аналізу.

Зв'язність (когезія) – це категорія логічного плану, яка регулюється в синтагматичному розрізі та дотримується логічних правил. Ця категорія чітко простежується в письмових чи підготовлених текстах. В усному мовленні логічна зв'язність дозволяє створити текст, оптимальний для усного сприйняття. При цьому зв'язність тексту може бути оформлена двома видами засобів: зовнішніми і внутрішніми. До зовнішніх засобів когезії належать формальні показники (граматичні та лексичні засоби), тоді як серед внутрішніх переважають семантичні засоби зв'язності. Внутрішній зв'язок ґрунтується на спільності предмета опису, і є тим «стрижнем», що проходить через весь текст, так би мовити, «стягуючи» всі частини в єдине ціле.

Текст є графічно-знаковою формою, який сприймається як єдине ціле, та характеризується межами сприймання: текст стає не-текстом, коли графічне та знакове оформлення виходить за межу допустимого сприймання певного предмета як тексту. Цілісність не співвідноситься безпосередньо з лінгвістичними категоріями й одиницями і має психолінгвістичну природу. Це вертикальна категорія, яка зв'язує текст в єдине ціле і створює передумови для його формування як розумового утворення. Цілісність також є внутрішньою формою змісту тексту, тобто засобом, за допомогою якого структурується його значення і інформації.

Отже, структура тексту – це зв'язний тип організації смислового змісту тексту на рівні його повної цілісності.

Існує декілька типів структур, залежно від того, який тип структури використовує автор, щоб допомогти читачеві краще зрозуміти текст. «На думку М. Д. Феллера, – як зазначає М. Тимошик – ефективність тексту визначається ефективністю його структури. Ефективність структури проявляється в тому, що читач розуміє і сприймає повідомлення відповідно до задуму автора» [38, с. 43]. В інших випадках це можливість максимально швидко знайти необхідну читачеві інформацію. Ефективність тексту залежить

від тих умов, в яких відбувається процес спілкування: психофізичних станів автора і читача, їхніх мотиваційно-цільових сфер, а також умов спілкування. Звичайно, самостійної ефективності тексту, не існує. Ефективність його структури є складовою соціальної ефективності, яка взаємопов'язана з іншими і підпорядкована його інформаційній цінності та значущості. Свідченням ефективності структури тексту є його архітектонічна досконалість, яка існує у графічно-знаковій тканині.

Типологічна структура. Типологічна структура не охоплює всіх індивідуальних впливів, які можна знайти у тексті, вона складається з суспільно необхідних і соціально обумовлених елементів, які через свою практичну придатність можуть стимулювати мислення, емоційну і волюву активність читача у сфері соціального застосування. Тому всі зусилля автора, свідомо чи несвідомо, спрямовані на реалізацію типологічної структури тексту. Із цього загального призначення тексту як важливої життєвої основи, на якій читачі приймають важливі рішення, випливає питання ефективності тексту і тих засобів, атрибутів, параметрів, критеріїв і чинників, які гарантують цю ефективність.

Фактологічна структура. Основою фактологічної структури є логікопоняттєві й асоціативні зв'язки між фактами. Елементом структури є факт. Фактологічна система тексту є відносною, оскільки те, що автор вважає фактом, для читача може й не бути таким. Членування змісту тексту на факти залежить як від об'єктивних факторів (видільна роль рубрики, заголовка; архітектонічні елементи тексту, що допомагають виділити факт; мовні засоби, які виділяють факт, і т. д.), так і суб'єктивних: читач вважає фактом щось, що його цікавить, хоч воно у тексті і не виділене чітко як факт.

Тематична авторська структура. Тематична структура є протилежністю атематичній структурі, в якій відсутні будь-які тематичні зв'язки. Загалом, атематизм не є типовим для звичайного мовлення. Він може бути результатом побічних, немовленневих впливів на мовця або результатом невдалого

редагування тексту, наприклад, пов'язаного зі скороченнями авторського твору.

Тематична перцептивна структура. Ця структура залежить насамперед від особливостей перцепції тексту. Тому вона дуже індивідуалізована. Ця структура завжди є варіантом тематичної авторської структури. Чим неодноріднішою є тематична авторська структура, тим різноманітнішою буде тематична перцептивна структура. Таким чином, аналізований текст може мати кілька таких перцептивних структур, що, безумовно, є негативним явищем, оскільки це свідчить про неоднозначність змісту тексту.

Композиційна структура. Композиція аналізованого тексту можна розглядати в межах кожної теми. Це змістова структура конкретної теми. Наприклад, тема тексту може бути структурована таким чином: констатуюча частина; деталізуюча частина. Оскільки тексти багатозначні, у більшості випадків, ця структура зазвичай лише частково відображає зміст тексту. У такому випадку текст фактично матиме кілька різних композиційних структур, що, безумовно, небажано. На рівні перцепції композиція тексту у межах певної теми сприймається тоді, коли тема буде виділена реципієнтом.

Архітектонічна авторська структура. Оскільки архітектоніка покликана виражати композицію твору, то архітектонічна структура повинна своїми елементами відбивати композиційні елементи. Два елементи архітектоніки тексту – рубрика і заголовок – можуть виконати інформаційно-пошукову і темовидільну функцію. Це рубрика і заголовок.

Логіко-поняттева авторська структура. Ця структура протиставляється алогічній структурі, яка може бути результатом різних порушень нормальних мовленнєвих актів або результатом незграбного редакторського втручання.

Логіко-поняттева перцептивна структура. Здатність реципієнта розуміти логічні зв'язки між фразами залежить від низки факторів, зокрема від мовних здібностей автора та тематичної структури тексту. Чим більш неоднорідним і лінгвістично складним є текст, тим більша ймовірність того, що читач не

зможе легко зрозуміти логічні зв'язки між ствердженнями, що вплине на його/її загальне розуміння сенсу тексту.

Емоційно-експресивна структура тексту. Емоції, які автори вкладають у свої тексти, можуть бути різними. Однак емоції, виражені в попередньому реченні, не повинні суперечити чи заважати з емоціями в наступному реченні. Крім того, емоції та фрази, що стосуються предмета розповіді, не повинні суперечити емоційному соціальному досвідові щодо даного предмета. Автор перебуває в контакті з емоціями читача, від яких залежить подальше розуміння тексту. Загалом емоційні стани людини можна поділити на позитивні (+), негативні (-) та відносно нейтральні (0).

Інформаційна авторська структура. Існують тексти, покликані виконувати суто організуючу та агітаційну функцію. Інформаційні тексти – це тексти, які доносять нові повідомлення для реципієнта. Щоправда, не можна сказати, що є тексти геть позбавлені інформації, можна говорити лише про відносно неінформативні тексти. Згідно з цією точкою зору, семантична структура тексту – це відношення між «даним» і «новим». «Дане», «відоме» у тексті не є зайвим, воно лише має бути доцільно використаним за своїм обсягом. «Дане» необхідне лише тією мірою, якою воно готує до сприйняття «нового», тобто інформації. Якщо «даного», «відомого» забагато, то воно набуває такої властивості, як ентропія, тобто невизначеності, незрозумілості, для чого автор розповідає про вже відомі речі. Надмірна ентропія тексту веде до втрати інтересу читача, він може припинити читати текст або послабити увагу для пошуку інформації, або відчувати невдоволення від прочитаного.

Інформаційна перцептивна структура. Ця структура часто може не збігатися з авторською, оскільки передбачити, що читачеві відомо, а що ні – важко. Необхідно дотримуватися правила золотієї середини: щоб «дане» отримувача було більше за «дане» адресанта, без чого неможливе розуміння, і щоб «дане» отримувача було меншим «даного» адресанта, без чого інформація часто стає непотрібною. Текст має бути організованим так, щоб «дане»

готувало читача до сприймання інформації. Якщо ж інформація може бути сприйнята і без уже відомого, то його треба уникнути.

Комунікативна авторська структура. Основна мета тексту – це вплив на людину. Вся його структура має бути пристосована до виконання цієї основної функції. Проблема організації семантичної структури тексту була б знята, якби умови комунікації автора з читачем були завжди однакові. Насправді ж процеси творення й сприйняття кожного тексту є різними, і це відбивається на його структурі.

Психологічна авторська й перцептивна структури. Те, що говорить автор, буде не завжди адекватно сприйняте адресатом. Особливості породження та сприймання тексту зумовлені психологією співрозмовників. Існують також об'єктивні умови, які ускладнюють процес сприйняття тексту. Відсутність безпосереднього спілкування обмежує автора та адресата у способах вираження та отримання змісту тексту. Крім діалогічного спілкування, існує також «віяльне», за якої дані про реакцію аудиторії на текст можна отримати лише опосередковано і з часом. Об'єктом впливу в такому типі комунікації є свідомість людей, розділених часом і простором, що вимагає особливої літературної обробки тексту. Увага до психологічної структури текстів була визнана ще з давніх часів. Так, професіональних мовців давно цікавило, як подолати психологічні бар'єри, пов'язані з небажанням слухачів сприймати та розуміти висловлювання або нездатністю вловити авторську думку через довгу канву повідомлення. Поширеною помилкою багатьох авторів є нерозуміння того факту, що автор, який знає про предмет мовлення більше, ніж говорить, може не зрозуміти, що для співбесідника в його тексті щось може бути неповним або незв'язаним. Автори повинні чітко розмежовувати структури «для себе» і «для читача». Якщо у тексті є змістові «прогалини», що ускладнюють розуміння, то обов'язково треба логічно відновити це «провалля» змісту.

Основні складові структури тексту:

1. Заголовок. Заголовок є першим елементом тексту, який привертає увагу читача. Він повинен бути коротким, змістовним і виразно відобразити центральну тему тексту.
2. Вступ. Вступ служить для зацікавлення читача та передачі основних інформаційних елементів тексту. В ньому можуть бути наведені факти, статистика, цитати або історичні відомості, що стосуються теми тексту.
3. Основна частина. Основна частина тексту розкриває основні ідеї та аргументи. Вона повинна бути структурованою та логічною. Кожен пункт або абзац може містити вступ, основну інформацію та приклади або доведення.
4. Висновок. Висновок містить підсумок головних ідей тексту і може містити власну думку або рекомендації щодо подальших дій. Він повинен бути лаконічним і виразно відобразити сутність тексту.

Структура тексту та його наповнення важливі для передачі інформації та досягнення мети тексту. Ефективне використання заголовків, вступу, основної частини та висновку допомагає створити послідовний та логічний текст. Заповнення тексту змістом за допомогою фактів, статистики, прикладів, цитат, аргументів, контраргументів, логічних зв'язків, риторичних прийомів створює багатогранність і переконливість тексту. Крім того, важливо забезпечити структурованість тексту за допомогою заголовків, підрозділів і логічних зв'язків, щоб допомогти читачам легше орієнтуватися та засвоїти інформацію.

У процесі написання тексту також важливо враховувати аудиторію. Розуміння потреб та очікувань вашої аудиторії допоможе вам вибрати відповідну структуру та заповнення тексту. Наприклад, наукова стаття вимагатиме більш формальної та детальної структури, включаючи літературний огляд, методологію, результати та висновки, тоді як рекламний матеріал може використовувати більше ілюстрацій та просту мову для привернення уваги читача.

Необхідно також забезпечити послідовність та логічний розвиток ідей у тексті. Кожна частина тексту повинна органічно переходити в наступну,

утворюючи зв'язок та продовжуючи головну тему. Це допоможе уникнути незрозумілості та зберегти увагу читача. Редагування і перегляд тексту також важливі. Потрібно використовувати правильну граматику, стиль письма та переконатись, що текст є зрозумілим та лаконічним. виправлення помилок і поліпшення синтаксичних конструкцій допоможуть зробити текст більш професійним.

2.3 Особливості використання мовних засобів в інформаційних текстах воєнного стану

В останні роки Україна стала свідком численних конфліктів на своїй території, включаючи повномасштабну війну. У таких умовах інформаційний простір набуває великої важливості, адже саме від нього залежить уявлення громадськості про події, які відбуваються. Починаючи з 24 лютого 2022 року, Російська Федерація розпочала напад на Україну з повномасштабною війною на всій території країни. Це значно змінило характер ведення війни та інформаційного поля щодо неї.

Враховуючи ці події, особливості використання мовних засобів в інформаційних текстах стали ще більш вагомими, оскільки тепер інформація про війну стала ще більш чутливою та важливою для безпеки і життя людей. Виникла потреба у забезпеченні точності та об'єктивності інформації, що публікується у засобах масової інформації та на інших платформах.

Крім того, з'явилася необхідність у зміні стилю та тону інформаційних текстів. Вони стали більш серйозними та обґрунтованими, а критерії етики й мовленнєвої культури стали більш жорсткими. Зокрема, автори інформаційних матеріалів повинні уникати використання емоційних словесних зворотів, які можуть перекручувати сутність подій та призводити до генерування хибної інформації. У контексті воєнного стану в Україні мова виступає як засіб формування образу ворога, мобілізації суспільства та підтримки військових дій. Однією з основних особливостей використання

мовних засобів в інформаційних текстах під час воєнного стану є їх емоційність. За допомогою мовних засобів автори інформаційних текстів намагаються викликати емоції у читачів, зокрема страх, обурення, гнів або співчуття. Це робиться з метою залучити увагу громадськості до важливих подій та змусити їх взяти участь у воєнних діях. Важливо також звернути увагу на структуру тексту. Інформаційні тексти воєнного стану повинні бути лаконічними, чіткими та логічно організованими. Вони мають включати вступ, де коротко висвітлюється контекст конфлікту, основну частину, де подаються факти та подробиці подій, і висновок, де підсумовується інформація та можуть містити заклик до дії або підтримки.

Ще однією особливістю є використання мовних засобів, спрямованих на формування образу ворога. Це може включати в себе використання негативних епітетів, метафор, алегорій та інших засобів, що допомагають створити імпресію про ворога як про негідного, поганого, агресивного тощо. Окрім того, в інформаційних текстах під час воєнного стану часто використовуються спеціальні терміни та термінологія, що стосуються військових дій та збройних сил. Це можуть бути терміни, пов'язані зі зброєю, тактикою, стратегією, технікою тощо. Використання такої термінології в інформаційних текстах під час воєнного стану може бути складним для розуміння для людей, які не мають військового досвіду або не знають спеціальних термінів. Тому автори таких текстів повинні враховувати свою аудиторію та намагатися пояснювати складні терміни для звичайних читачів. Крім того, в інформаційних текстах під час воєнного стану можуть використовуватися різноманітні міфи та легенди про події, що мають підвищити моральну підтримку серед населення. Такі історії можуть бути вигаданими або побудованими на фактах, що перекручуються з метою створення більш героїчного образу подій та військових. Це може бути корисним для мобілізації населення та збільшення підтримки військових дій, але також може призвести до недовіри до інформації та підвищити шанси на поширення фейкових новин. Також однією особливістю є звернення до історії

та культурних цінностей України. Автори інформаційних текстів воєнного стану використовують історичні аналогії, щоб проілюструвати поточну ситуацію та залучити громадську підтримку. Крім того, вони звертаються до культурних цінностей України, таких як мова, національна символіка, пісні та танці, що збільшує національну самосвідомість та патріотизм серед громадян.

Загалом, використання мовних засобів в інформаційних текстах під час воєнного стану в Україні має велике значення для формування уявлень громадськості про військові дії та стан справ в країні. Автори таких текстів повинні зважати на емоційний тон, використовувати доступну термінологію та уникати поширення фейкових новин. Тільки так інформаційний простір може забезпечити правдиву картину подій та дати можливість громадськості зрозуміти, що відбувається насправді. Важливо пам'ятати про відповідальність за інформацію, яку ми поширюємо, тому що воєнний стан може призвести до виникнення сильних емоційних реакцій в суспільстві, що може призвести до необдуманих дій.

Зокрема, важливо використовувати відповідний мовний рівень, який буде доступним для широкої аудиторії. Автори інформаційних текстів повинні уникати складної термінології та важких конструкцій, щоб їх текст був зрозумілим для людей з різним рівнем освіти та знань. Крім того, важливо уникати використання сенсаційної та провокаційної інформації. Така інформація може призвести до паніки серед населення та підвищити ризик виникнення необдуманих дій. Інформаційні повідомлення повинні бути максимально об'єктивними та не викликати зайвих емоцій.

Важливо також звернути увагу на структуру тексту та його логічність. Інформаційний текст має бути лаконічним, зрозумілим та логічно впорядкованим. Крім того, важливо враховувати аудиторію, яка буде читати цей текст, та використовувати такий стиль мовлення, який їм зрозумілий. Такі тексти публікуються у різних джерелах інформації, включаючи традиційні засоби масової інформації, веб-сайти, соціальні мережі тощо.

Однією з основних проблем при написанні інформаційних текстів про війну є бажання авторів привернути увагу аудиторії за допомогою сенсаційних заголовків та емоційних висловлювань. Такий підхід може призвести до перекручення фактів та відхилень від об'єктивності.

У цілому, можна зазначити, що використання мовних засобів в інформаційних текстах під час воєнного конфлікту є складною та відповідальною задачею. Від правильного підходу до цієї задачі залежить не тільки якість інформації, але й безпека та добробут людей, які беруть участь у війні та проживають у зоні її впливу.

Зважаючи на актуальність теми, можна навести приклади особливостей використання мовних засобів в інформаційних текстах, які були знайдені в українських ЗМІ під час війни на сході України та під час повномасштабної війни в 2022 році. Одним з прикладів може бути використання термінів «бойовики» та «терористи», які використовувалися в інформаційних матеріалах ЗМІ на початку конфлікту на сході України. Однак, пізніше з'ясувалося, що деякі групи воюючих не мають чіткої прив'язки до терористичних організацій та мають відмінні мотивації. У зв'язку з цим, використання терміну «бойовики» було замінено на більш точний термін «збройні формування». Іншим прикладом може бути використання поняття «гібридна війна» у інформаційних текстах. Цей термін використовується для опису сучасних форм війни, які включають інформаційні та кібернетичні атаки на державу. У контексті війни в Україні, цей термін допомагає уникнути помилкового сприйняття конфлікту як тільки війни між військовими формуваннями, а також показує більш широкий спектр використовуваних методів.

Слова «мир» та «війна» є ключовими в термінології, яка використовується в контексті конфліктів та війн. Під час воєнного стану в Україні ці слова отримують додаткові значення та відтінки. Наприклад, слово «мир» може мати різні значення в залежності від того, як воно використовується. У звичайному мовленні воно означає «відсутність

конфлікту» або «дружні стосунки». Однак, під час воєнного стану в Україні це слово може отримувати більш глибоке значення, що вказує на бажання знайти політичне рішення та завершити конфлікт з мінімальними втратами або як загальна мета всіх дій, спрямованих на перемогу воєнного конфлікту, а також як ідеал, за яким потрібно прагнути у майбутньому. У такому контексті, слово «мир» може викликати позитивні емоції та надії на краще майбутнє. Також, слово «мир» може вживатись у контексті оголошення перемир'я або підписання мирного договору. У такому випадку, воно несе інформацію про завершення бойових дій та повернення до нормального життя.

Слово «війна» також має додаткові значення та відтінки під час воєнного стану в Україні. У звичайному мовленні воно означає озброєний конфлікт між державами. Однак, під час воєнного стану в Україні це слово може вказувати на незаконну агресію та окупацію території держави. Крім того, слово «війна» також може стати інструментом пропаганди, що дає можливість керівництву країни контролювати відношення громадськості до конфлікту та отримувати підтримку від населення. Слово «війна» може використовуватись для опису наслідків воєнного конфлікту, таких як загибель людей, руйнування міст і інфраструктури, переслідування мирних жителів тощо. У таких випадках воно може вживатись з метою закликати до припинення насильства і зміни військової політики. У такому контексті, слово «війна» може викликати негативні емоції у людей, так як війна пов'язана зі страхом, стражданням та загибеллю людей. Однак, для деяких людей, особливо тих, хто займається військовими справами, це слово може мати певне позитивне звучання, пов'язане зі службою та обов'язком захищати свою країну. Також, у таких контекстах можуть вживатись слова, які пов'язані з поняттям «війни», наприклад «військова агресія», «військові дії» тощо.

Отже, використання слів «мир» та «війна» у текстах, пов'язаних з воєнним станом в Україні, залежить від контексту і мети, яку ставить автор тексту. Крім того, у воєнний період з'являється багато нових термінів і технічних термінів, які пов'язані з військовою технікою, такою як *танки*,

гармати, ракети, дрони, та інше. Використання цих термінів у текстах під час війни є надзвичайно важливим, оскільки вони точно відображають суть подій і забезпечують правильне розуміння ситуації. Проте, їх зрозуміння може бути складним для людей, які не мають військової освіти або досвіду. Тому журналісти повинні бути уважні та враховувати аудиторію, коли вони використовують ці терміни у своїх статтях.

Варто зазначити, що цитування резонансних висловів (мемів) повномасштабної війни не тільки ознайомлює про хід протистояння, а й надає інформаціям іронічного забарвлення. Наприклад: *Повітряні сили ЗСУ на півдні «демілітаризували» два ворожі гелікоптери*. На сайті ТСН у повідомленні «*Що таке демілітаризація?*» від 09.03.2022 зокрема сказано: «*Нагадаємо, коли 24 лютого Росія напала на Україну, розв'язавши криваву війну, президент Росії назвав це «спецоперацією» на Донбасі, метою якої є демілітаризація та денацифікація України*» [33]. Сьогодні слово *демілітаризувати* використовується у повідомленнях про ліквідацію військових сил країни-окупанта, набувши ознак синоніма до знищити. Засобом синонімічного заміщення при інформуванні про втрати ворога виступають образні вислови, наприклад: «*Українські захисники показали, як «здійняли в небо» черговий ворожий склад з боєприпасами; Великий БУМ: воїни... ефектно знищили рашистський склад боєприпасів*» [33].

Наведемо приклади використання ситуативних висловів про хід воєнного протистояння, семантика яких позначається експресивністю, наприклад: *ЗСУ і російські військові ведуть на Херсонщині «війну переправ»;* *Генштаб РФ знімає основні регулярні частини російської армії і виводить їх ще до того, коли ми закриваємо «вогневий мішок»;* *для РФ дуже важливо створити «кокон небезпеки» навколо Білорусі, щоб Україна саме тут тримала додаткові резерви; російські загарбники все ближче до так званого «жесту доброї волі» у Херсонській області»* [39]

Для досягнення успіху в написанні текстах воєнного стану в Україні, авторам потрібно мати на увазі деякі особливості використання мовних

засобів, які є типовими для цього жанру. До таких особливостей можна віднести:

Стислість та чіткість: У воєнний час інформація повинна бути якомога стислішою та чіткішою, щоб не створювати зайвих ускладнень для тих, хто її отримує. Авторам текстів слід уникати зайвих прикрас та складних конструкцій, а замість цього використовувати просту та зрозумілу мову.

Нейтральність: У воєнний час тексти повинні бути нейтральними та не містити жодної форми політичної або ідеологічної більшості. Авторам слід зосереджуватися на передачі достовірної інформації та уникати власних суджень та оцінок.

Використання термінів та скорочень: У військових текстах використовуються багато спеціальних термінів та скорочень, які можуть бути незрозумілими для широкої аудиторії. Авторам слід пояснювати значення цих термінів та скорочень, щоб забезпечити належне розуміння інформації.

Використання прямих цитат та власних слів: У військових текстах важливо використовувати прямі цитати, коли це можливо, оскільки це надає додаткової автентичності та переконливості інформації. Авторам варто уважно вибирати цитати та використовувати їх у контексті, щоб зрозуміло передати думки та почуття осіб, які беруть участь у воєнних подіях.

Збалансованість та об'єктивність: У написанні текстів воєнного стану авторам важливо прагнути до збалансованості та об'єктивності. Вони повинні уникати однобічних поглядів та політичного впливу, а замість цього надавати повну та об'єктивну картину подій, зокрема, надаючи можливість різним сторонам висловлюватися та представляти свої позиції.

Використання візуальних засобів: У воєнних текстах важливо використовувати візуальні засоби, такі як фотографії, відео, схеми та графіки. Це допомагає підкреслити та наочно передати важливі деталі, статистику, карту бойових дій або іншу важливу інформацію.

Загалом, написання текстів воєнного стану вимагає від авторів вміння передати інформацію з об'єктивністю, точністю та вірогідністю, одночасно

підтримуючи емоційну залученість та мобілізацію громадськості. Використовуючи вищезазначені рекомендації та враховуючи особливості даного жанру, автори зможуть створити ефективні та інформативні тексти, які вплинуть на свідомість та дії людей під час воєнного стану.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Отже, в другому розділі нашої роботи було встановлено, що структура тексту та його наповнення взаємопов'язані і вимагають уважного планування та вміння передавати інформацію з ефективністю та ясністю. Ці принципи допоможуть створити текст, який буде зрозумілим, переконливим та цікавим для читачів. Необхідно постійно вдосконалювати свої навички структурування тексту та його наповнення, збагачувати свій словниковий запас і використовувати різноманітні прийоми для залучення уваги та ефективної комунікації ідей. Крім того, не забувати про важливість редагування та корекції тексту. Після написання першої версії тексту бажано провести ретельний аналіз, переглянути структуру, переконатися, що ідеї послідовні і логічні, а також виправити будь-які граматичні та стилістичні

помилки. Редагування допоможе покращити якість тексту та забезпечить його готовність до публікації або подання.

Було з'ясовано, що використання правильної структури тексту та його належне наповнення є важливими аспектами комунікації в письмовій формі. Це допомагає зрозуміло та ефективно передати інформацію, зацікавити та переконати читачів. Потрібно практикувати ці навички, розвивати своє письмове мистецтво і досягати успіху в структуруванні текстів та їх наповненні.

Досліджено особливості використання мовних засобів, які є типовими для інформаційного жанру: стислість та чіткість, нейтральність, використання термінів та скорочень, вживання прямих цитат та власних слів, збалансованість та об'єктивність, застосування візуальних засобів.

ВИСНОВКИ

В роботі було проведене детальне дослідження мовних ресурсів інформаційних жанрів під час воєнного стану в Україні. Здійснено аналіз текстових матеріалів, пов'язаних зі збройним конфліктом на території України, зокрема з періоду введення воєнного стану. Під час дослідження були виявлені основні характеристики мовних ресурсів, які використовуються у інформаційних жанрах під час воєнного стану. Було встановлено, що ці мовні ресурси мають високу ступінь емоційності, відображають напружену ситуацію із залученням мілітаризованого контексту. Вони використовуються для мобілізації громадської думки, формування національної єдності та активної підтримки українських силових структур.

Окрім того, було виявлено, що мовні ресурси інформаційних жанрів під час воєнного стану в Україні часто використовуються для розповсюдження пропаганди та маніпуляцій з метою впливу на громадську думку. Вони можуть створювати певну іміджеву картину ситуації, зокрема, залучаючи емоційно забарвлену мову, елементи психологічного впливу та ефекту шоку.

Аналізуючи зібрані дані, було підкреслено важливість критичного мислення та медіаосвіти для громадян під час воєнного стану. Грамотне розрізнення інформації, розуміння маніпулятивних технік та систематична перевірка фактів є ключовими компетенціями, які допоможуть уникнути поширення недостовірної і маніпулятивної інформації. Особлива увага повинна бути приділена розвитку медійної грамотності серед молодого покоління, які часто є активними користувачами соціальних мереж та онлайн-джерел новин.

Дослідження також виявило важливість налагодження ефективної комунікації між урядовими структурами та населенням під час воєнного стану. Інформаційні ресурси повинні бути доступними, зрозумілими та надійними, щоб забезпечити ефективну передачу важливих повідомлень та інструкцій громадянам. Крім того, важливо враховувати культурні та мовні особливості

різних груп населення, щоб забезпечити ефективне сприйняття та розуміння інформації.

У подальших дослідженнях можна розглянути вплив мовних ресурсів інформаційних жанрів на формування громадської думки та психологічний стан населення під час воєнного стану. Також можна провести порівняльний аналіз мовних ресурсів, використовуваних у різних країнах під час воєнних конфліктів, для виявлення загальних тенденцій та особливостей.

Загалом, робота підкреслює важливість дослідження мовних ресурсів інформаційних жанрів під час воєнного стану в Україні, оскільки вони відображають складну інформаційну та комунікативну динаміку під час кризових ситуацій.

Розуміння мовних ресурсів інформаційних жанрів під час воєнного стану є важливим кроком у забезпеченні якісної інформаційної взаємодії, підвищенні медійної грамотності та забезпеченні стійкого інформаційного середовища. Досягнення цих цілей може сприяти зміцненню демократичних цінностей, національної безпеки та забезпеченню стабільності в суспільстві.

Враховуючи розвиток технологій та зростання ролі медіа у сучасному світі, важливо не лише досліджувати мовні ресурси, але й розробляти ефективні стратегії медіа-комунікації, спрямовані на підвищення якості та достовірності інформації. Налагодження партнерського співробітництва між урядовими структурами, ЗМІ та громадськістю є ключовим для забезпечення взаємодії, спрямованої на довіру та взаєморозуміння.

Україна, як країна, що стикнулася з воєнним станом та інформаційною війною, може виступати прикладом для інших країн у галузі дослідження та управління мовними ресурсами під час кризових ситуацій. Досвід України може бути корисним для розробки стратегій комунікації та сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері інформаційної безпеки. Крім того, рекомендується продовжити дослідження впливу мовних ресурсів на психологічний стан та добробут населення під час воєнного стану. Розуміння

емоційного впливу мови та способів зменшення негативних наслідків може сприяти покращенню психологічної підтримки та реабілітації постраждалих.

Загалом, дана бакалаврська робота висвітлює значимість дослідження мовних ресурсів інформаційних жанрів під час воєнного стану в Україні. Розуміння їх ролі та впливу на суспільство допомагає зрозуміти динаміку інформаційного простору під час кризових ситуацій та сприяє розвитку ефективних стратегій комунікації, спрямованих на забезпечення достовірної та етичної інформації. Ці дослідження мають важливе значення для подальшого розвитку медійної грамотності, зміцнення національної безпеки та забезпечення стійкого інформаційного середовища в Україні та інших країнах, які стикаються з подібними викликами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бахтин М.М. Собр. соч. в 7 т. Т.5: Работы 1940-1960 г. Москва: Русские словари, 1996. 731 с.
2. Бацевич Ф. С. Вступ до лінгвістичної генології: навчальний посібник Київ: Видавничий центр «Академія», 2006. 248 с.
3. Бацевич Ф. С. Нариси з комунікативної лінгвістики. Львів: Видав. центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. 278 с.
4. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. М-во освіти і науки України, Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. Київ: Довіра, 2007. 205 с.
5. Боса Т. С. Теоретичні засади дослідження мовленнєвого жанру. *Science and Education a New Dimension. Philology*. VI(42). Issue: 149, 2018. С.11-14. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/518444.pdf>. (дата звернення: 15. 11. 2022).
6. Вайшенберг З. Новинна журналістика. Київ: Академія української преси; Центр вільної преси, 2004. 260 с.
7. Василенко М. К. Історичний репортаж, парадокси жанру, методика підготовки і написання. *Наукові записки Інституту журналістики*. Т. 2 (79). 2021. С. 52-61.
8. Василенко М. К. Особливості підготовки репортерів для жанру репортаж-розслідування. *Актуальні питання масової комунікації*. 2002. Вип. 3. Ч. 1. С. 10 -12.
9. Виговська Н. Журналістські жанри в мультимедійному світі (на прикладі запорізьких ЗМІ). *Світ соціальних комунікацій*. 2013. Т.10. С. 60-62.
10. Гайда С. Проблемы жанра. Функциональная стилистика: теория стилей и их языковая организация. Пермь : Наука, 1986. С. 104–110.
11. Гарматій О. В. Інформаційні жанри як пріоритетні у практиці інформантств. *Поліграфія і видавнича справа*. 2015. № 1. С. 141–148.
12. Гід журналіста: Збірка навчальних матеріалів, складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ. Київ, 1999. 96 с.

- 13.Глущенко І. С. Інформаційні жанри: добірка журналістських матеріалів. Суми: СумДУ, 2020. 29 с.
- 14.Гол Дж. Онлайндова журналістика. Київ: К.І.С., 2005. 344с.
- 15.Городенко Л. М. Тенденції розвитку інформаційних жанрів в українському Інтернеті. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. IV (12), Issue: 76, 2016. р. 46-49
- 16.Давидович С. С. Дослідження жанрів у сучасній лінгвістиці. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/21195/1/Давидович%20С.%20С..pdf>. (дата звернення: 21.11.2022).
- 17.Жанри і жанроутворення. Ступінь наукової розробки проблеми. StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/7616846/>. (дата звернення: 12.12.2022).
- 18.Журналістський фах: газетно-журнальне виробництво: навчальний посібник / за ред. В. В. Різуна. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. 287 с.
- 19.Загальна жанрологія і журналістика. URL: <http://politics.ellib.org.ua/pages-9023.html>. (дата звернення: 26.12.2022).
- 20.Закон України «Про інформацію». Збірник України: інформація і свобода слова. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>. (дата звернення: 01.01.2023).
- 21.Закон України про введення воєнного стану в Україні. Офіційний веб-портал парламенту України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/64/2022#Text>. (дата звернення: 01.01.2023).
- 22.Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості: Підручник. 2-вид. Львів: ПАІС, 2004. 268с.
- 23.Інформаційні жанри. Особливості розвитку. *Vuzlit*. URL: https://vuzlit.com/697823/informatsiyni_zhanri_osoblivosti_rozvitku. (дата звернення: 10.11.2022).
- 24.Каппон Р. Настанови журналістам Ассошіейтед Пресс. Київ: Видавничий дім Києво-Могилянської академії, 2005. 106 с.

25. Кузнецова, О. Д. Інформаційні жанри і методи преси: навч. посіб. Львів: Львівська політехніка, 2019. 164 с.
26. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика. Львів: Паіс, 2003. 176 с.
27. Матусевич Л. М. Статус категорії «мовленнєвий жанр» у сучасній лінгвістиці. *Молодий вчений*. 2017. № 4.3. С. 155-158. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_4.3_40. (дата звернення: 01.11.2022).
28. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
29. Михайлин І. Нарис з історіографії історії української журналістики: Методологічні уроки Івана Франка. // *Українська періодика: історія і сучасність: доп. та повід. Сьомої Всеукр. наук.-теорет. конф.* Львів, 17-18 травня 2002 р. С. 30-36.
30. Москаленко А. Вступ до журналістики. Київ: Школяр, 1997. 298 с.
31. Москаленко А. З., Лизанчук В. В., Качкан В. А., Василенко Н. К. Методичні вказівки до вивчення теми «Інформаційні жанри радянської газети». Київ: КДУ, 1990. 92 с.
32. Назаренко Г. І. Інформаційні жанри журналістики. Ч. 1. Київ: НАУ, 2010. 32 с.
33. Новини. Черкаси. URL: <https://news.cherkassy.ua/post3094275>. (дата звернення: 13.02.2023).
34. Про організацію взаємодії між Збройними Силами України, іншими складовими сил оборони та представниками засобів масової інформації на час дії правового режиму воєнного стану. Наказ від 3 березня 2022 року № 73. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MUS36785?an=2>. (дата звернення: 21.12.2022).
35. Різун В. В. Системи масової комунікації. Підручник. Київ: Просвіта, 2008. 260 с.
36. Різун В., Трачук Т. Нарис з історії та теорії українського журналістикознавства. Київ: Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2005. 232 с.

- 37.Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава: Довкілля-К, 2011. 844 с.
- 38.Тимошик М. Стандарти журналістики: поняття, генеза, зміст, практика. *Український інформаційний простір*. 2022. № 1 (9). С. 30–56. URL: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(9\).2022.257058](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(9).2022.257058). (дата звернення: 15.11.2022).
- 39.Укрінформ. Травень 2023. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3536104-zsu-za-tizden-poskodili-vsi-kontrolovani-rf-mosti-aki-vedut-do-hersonu-isw.html>. (дата звернення:20.05.2023).
- 40.Фукс-Хайнритц В. Биографический метод. *Биографический метод: история, методология, практика*. Москва: Ин-т социологии РАН, 1994. С. 11-41.
- 41.Цимбаленко Є., Соколова К. Трансформація журналістських жанрів (на прикладі інтернет-медіа). *Інформаційне суспільство*. 2013. Вип. 13. С. 80-83.
- 42.Чекмишев О. В. Основи професійної комунікації. Теорія і практика новинної журналістики. Київ: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004.129 с.
- 43.Чекмишев О. В. Резонансні теми у дзеркалі моніторингу ЗМІ. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2001. Т. 2. С.38-45.
- 44.Miller С. R. Genre as social action. *Genre and the New Rhetoric*. / Ed. by A. Freedman, P. Medway. London: Taylor and Francis, 1994.С. 151-164.