

УДК 004.738.5:316.774

DOI <https://doi.org/10.17721/fovia.philologica/2024/8/11>

Галина ЦАРИК

старший викладач катедри латинської та іноземних мов, Львівський національний медичний університет імені Данила Галицького, вул. Пекарська, 69, м. Львів, Україна, 79010

ORCID: 0000-0003-0994-2910

halynatsarykk@gmail.com

Бібліографічний опис статті: Царик, Г. (2024). Генологія сучасних новітніх медіа: динаміка розвитку та підходи до вивчення. *Folia Philologica*, 8, 91–98, doi: <https://doi.org/10.17721/fovia.philologica/2024/8/11>

ГЕНОЛОГІЯ СУЧАСНИХ НОВІТНІХ МЕДІА: ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ТА ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ

Новітні жанри медіа або мережні жанри¹ характеризуються мультимедійністю, гіпертекстуальністю та інтерактивністю. Цими ознаками вони відрізняються від традиційних ЗМІ. Класичні чи то традиційні жанри долають мультимедійний бар'єр і успішно трансформуються. При цьому з'являються нові жанри, що взаємодіють з традиційними, сприяючи інтелектуалізації життя у мережі. Жанровий аналіз поєднує підходи різних мовознавчих та супутніх студій, що дозволяє виявити гомогенні та гетерогенні риси жанрів в синхронії та діахронії. У контексті актуальних парадигм, в синкретизмі мовознавчої та соціологічної інтерпретації генологія виявляє динаміку розвитку й подібності та відмінності між жанрами. Розвиток кожного жанру – це природний, динамічний, дифузійний процес, який відображає різні сфери життя. Питання аналізу жанрів пов'язане з їхньою мінливістю та контекстуальністю. Жанри не є статичними, і не завжди чітко окреслені; вони можуть еволюціонувати з часом і змінюватися відповідно до змін у комунікативних практиках і в технологічних можливостях. Розуміння мережних жанрів вимагає визнання їхньої динамічної, мінливої природи, що дозволяє адаптацію та інновації. Попри відносну сталість жанрів сучасні генологічні розвідки наголошують на їхній еволюційній природі та зазначають, що зміни в суспільстві, соціальних ситуаціях, контекстах, їхня інтерпретація та реінтерпретація спричиняють модифікацію жанрів та навіть стирання меж між ними. За допомогою сучасних медійних жанрів, що потребують цифрових технологій, інформація генерується в режимі реального часу, персоналізується її надання споживачеві, який таким чином має можливість брати участь у її творенні та впливати на процес колективної медіаторчості. Одним з яскравих прикладів новітнього гібридного жанру став подкаст як спадкоємець блогу. Мета розвідки – критично проаналізувати існуючі класифікації сучасних мережних² жанрів, та обґрунтувати підхід, що дасть можливість згрупувати досліджувані жанри з опорою на низку ключових параметрів.

Ключові слова: медіа, жанр, групи жанрів, мережні жанри, гібридизація.

Halyna TSARYK

Senior Lecturer, Danylo Haltsky Lviv National Medical University, Pekarska str., 69, Lviv, Ukraine, 79010

ORCID: 0000-0003-0994-2910

halynatsarykk@gmail.com

To cite this article: Tsaryk, H. (2024). Genology of Modern New Media: dynamics of development and approaches to study [Genology of Modern New Media: Dynamics of Development and Approaches to Study]. *Folia Philologica*, 8, 91–98, doi: <https://doi.org/10.17721/fovia.philologica/2024/8/11>

GENOLOGY OF MODERN NEW MEDIA: DYNAMICS OF DEVELOPMENT AND APPROACHES TO STUDY

Modern media genres or social media genres are characterized by multimedia, hypertextuality, and interactivity. These features distinguish them from traditional mass media. Classical or traditional genres are overcoming the multimedia barrier. They are successfully transforming. Simultaneously, new genres emerge, interacting with traditional ones and contributing to the intellectualization of online life. Genre analysis combines approaches from various linguistic and

¹ Жанри Інтернет-журналістики, або веб-журналістики, або онлайн-журналістики.

² Питання дискусійне щодо утворення прикметника від іменника мережа, наприклад: мережових, мережєвих та мережних.

related studies, enabling the identification of homogeneous and heterogeneous features of genres in both synchronic and diachronic perspectives. Within the framework of current paradigms and the syncretism of linguistic and sociological interpretations, genology reveals the dynamics of development, similarities and differences between genres. The development of each genre is a natural, dynamic, and diffusive process that reflects various spheres of life. The challenge of genre analysis lies in their variability and contextuality. Genres are not static and are not always clearly defined; they can evolve over time and adapt to changes in communicative practices and technological possibilities. Understanding social media genres requires recognizing their dynamic and fluid nature, which allows for both adaptation and innovation. Despite a relative stability, contemporary genre studies emphasize the evolutionary nature of genres and point out that social changes, social contexts, and their interpretations and reinterpretations lead to genre modifications, blurred boundaries, and even the erasure of distinctions. With the help of modern media genres that rely on digital technologies, information is generated in real time, personalized for consumers, who thereby have the opportunity to participate in its creation and influence the process of collective media creativity. Thus, one of the prominent examples of the modern hybrid genre is a podcast as the successor to the blog. This study aims to analyze critically existing classifications of modern social media genres and to justify an approach that enables grouping the studied genres based on a set of key parameters.

Key words: media, genre, genre groups, social media genres.

Генологія як напрям філологічних та соціальних досліджень динамічно розвивається у низці споріднених, але водночас відмінних за методологічною орієнтацією розвідках. У 1938 році канадець П. ван Тігем (P. van Tieghem, 1938) запропонував термін *genology* (генологія) у значенні вивчення жанрів. До цього цей термін вживався лише як назва філософської дисципліни – вчення про єдине. Сучасна дослідниця Т. В. Яхонтова стверджує, що сам термін генологія у сучасних англомовних розвідках вживається рідко, здебільшого – *genre studies* чи *genre analysis* (Яхонтова, 2009: 7). В Україні дослідження у цій царині представлене дисертацією К. С. Серажим “Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масовоінформаційного дискурсу)” (Серажим, 2003), монографіями Ф. С. Бацевича “Лінгвістична генологія: проблеми і перспективи” (Бацевич, 2005) та Т. В. Яхонтової Т. В. “Лінгвістична генологія наукової комунікації” (Яхонтова, 2009). Ф. Бацевич стверджує що йдеться про загальну прагматизацію лінгвістики, що призводить “до пошуку зв’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)” (Бацевич, 2005: 11). Жанр вивчався і досі вивчається у різних царинах: лінгвістичній антропології (Ч. Л. Бріггс і Р. Бауман), новій риторичній (А. Джонс, К. Міллер, А. Фрідман; К. Беркенкоттер, Т. Гакін; Дж. Камбереліс; М.А.К. Голлідей, Дж. Мартін, Е. Вентола) при-

кладній лінгвістиці (Дж. Свейлз, В. Бхатія), когнітивній (Ч. Філлмор, Б. Палтрідж, Т. ван Дейк), комунікології (Р. Л. Леніген) медіалінгвістиці зарубіжній (С. Ломборг, А. Белла, Г. Бургер, Е. Девітт, К. Міллер) та національній (К. Серажим, М. Булах. Д. Баранник, Л. Шевченко, Д. Дергач, Д. Сизонов, Л. Шулінова, та ін.). Нині вивченням існуючих підходів до жанру як класифікаційної концепції займаються і мовознавці, і вчені суміжних царин. Мова досліджується як інструмент, що об’єктивує інформаційний ресурс у контексті формування масової мовної свідомості та поступового подальшого впливу на неї. Постає питання про взаємозв’язок медіалінгвістики з психолінгвістикою (Т. Радзієвська, Ю. Шерковін, О. Сусська та ін.), нейролінгвістикою (Г. Адлер, Т. Ковалевська та ін.) та медіапсихологією (Е. Аронсон, Г. Почепцов, Т. Цюман, К. Кандиба, Н. Череповська, Н. Умеренкова). В. Ф. Хенкс ще у 1987 році відзначив, що жанр характеризує **форма, функція та зміст** (ця формула повторюється у багатьох розвідках) та наголосив, що жанри відкриті до інновацій, маніпулювання та змін (Hanks, 1987: 668)³. Жанр має спільний повторюваний контекст у конкретній риторичній ситуації, що опосередковується попереднім досвідом (Briggs & Bauman, 1992: 147). Попри те, що більшість дослідників дотримуються класичного погляду на жанр, є чимало вчених, котрі пропонують інші підходи до його аналізу. Стаття К. Р. Міллер «Жанр як соціальна дія» була опублікована 40 років тому та з того часу стала основою для багатьох дискусій. Авторка аналізує основні

³ Хенкс про виникнення та трансформації жанрів дискурсу Мая 16 століття як частини виникнення нових, гібридних форм дискурсу за умов швидко змінюваних колоніальних обставин. Тут «стилістичні, тематичні та індексні схеми» (1987, 668).

генеологічні ідеї та їхній розвиток у північноамериканських риторичних дослідженнях жанру та особливо викремлює соціальну потребу (exigence) як важливий аспект та рушійний елемент соціориторичних ситуацій (Міллер, 1984). Через 30 років (у 2014 році) з появою нових цифрових медіа К. Міллер розширила та доповнила теорію жанру, зробивши її багатомірною концепцією, у якій жанр виступає структурним зв'язком не лише між намірами та вимогами, формою та змістом, але й між дією та структурою, засобом і продуктом, матеріальним і символічним (Міллер, 2014: 67-68). С. Ломборг у статті “Соціальні медіа як комунікативні жанри” стверджує, що проблема аналізу жанрів пов'язана з їхньою мінливістю та контекстуальністю. Жанри не є статичними, і не завжди чітко окреслені; вони можуть еволюціонувати з часом і змінюватися відповідно до змін у комунікативних практиках і технологічних можливостях. Ця характеристика особливо важлива при розгляді швидкого розвитку мережних платформ соціальних медіа, які не рідко ведуть до виникнення нових жанрів і трансформації існуючих, оскільки користувачі адаптують свої комунікативні практики до нових умов. Наприклад, платформи соціальних медіа можуть починатися з одного жанру, але з часом еволюціонувати в новий жанр, під впливом практик користувачів, оновлень програмного забезпечення та змін у соціальних потребах та й динаміка мережного спілкування впливає на розвиток жанру. (Ломборг, 2011: 55–66) Отже, розуміння соціальних медіа як жанрів вимагає визнання їхньої динамічної, мінливої природи, що дозволяє адаптацію й інновації.

Сучасне трактування терміна “жанр” охоплює розмаїття типізованих форм спілкування з різних комунікативних сфер різними каналами комунікації. Отож жанровий аналіз поєднує підходи різних мовознавчих та супутніх студій, що дозволяє виявити гомогенні та гетерогенні риси в синхронії та діахронії. Велике значення має також аналіз наукових традицій та впливу попередніх досліджень на сучасні. Розвиток кожного жанру – це природний, динамічний, дифузійний процес, який відображає різні сфери життя. Серед цих вищезгаданих атрибутів *дифузійний* – визначальний, бо позначає процес, під час якого інновація з плином часу

через певні канали поширюється серед членів соціальної системи [Е. М. Роджерс, 510]⁴. Доктор Еверетт М. Роджерс науковець міждисциплінарного напрямку дослідження, дифузії інновацій – процесу під час якого нова ідея, практика чи об'єкт з плином часу через певні канали поширюється серед членів соціальної системи, ставить запитанням у свої книзі «Дифузія інновацій»⁵: «Що таке інтерактивна комунікаційна технологія?» Він пояснює, що інтерактивність – це здатність учасників процесу комунікації мінятися ролями та здійснювати керування взаємним дискурсом, посилячись на працю Фредеріка Вільямса (Williams F. “Research Methods and the New Media”, 1998). Інтерактив не шкодить самим жанрам, а доповнює, увиразнює, рекламує та монітизує їх (Тимошик, 2022; Потятиник, 2010).

Проблематика медійної генеології розглядається, в основному, фахівцями у галузі журналістики та соціальних комунікацій (М. Тимошик, В. Різун, Г. Почепцов, Б. Потятиник, А. Яковець, І. Срібняк). Вони здебільшого розглядають жанрову систему медіа як сукупність методів і прийомів поширення інформації, а підходи до класифікації жанрів аналізують відповідно до комплексу завдань, які вони виконують; та диференціація медійних жанрів не має чітких меж (Дергач, 2015: 27). Микола Тимошик зазначає, що кількість груп і жанрів може відрізнитися у кожній країні відповідно до національної класифікації в жанрології. В українській журналістиці є три класичні традиційні жанрові групи “з ієрархією підпорядкованих кожній із них конкретних жанрів”: *інформаційна* (замітка, репортаж, інтерв'ю, звіт); *аналітична* (кореспонденція, коментар, стаття, рецензія, огляд, лист-звернення); *художньо-публіцистична* (нарис, замальовка, есей, фейлетон, памфлет) (Тимошик, 2022: 30, 38). Автор не відносить журналістське розслідування до окремого жанру; зазначає, що в самій назві передбачена дія; та виокремлює його як осо-

⁴ Дифузія інновацій (англ. Diffusion of Innovations – поширення нововведень) – процес поширення будь-яких технічних засобів, ідей чи корисної інформації. Відбувається за S-подібною кривою з повільним початком, довгим хвостом, і стрімкою середньою фазою засвоєння.

⁵ Книга стала «класичною» завдяки приблизно семи тисяч послань на неї, а в 2000 р. журнал “Journalism and Mass Communication Quarterly” назвав її значущою книгою 20 століття в галузі журналістики та дослідження комунікацій.

бливий або метод журналістської діяльності для оприлюднення в ЗМІ резонансних матеріалів, здебільшого – статті, але може бути ціла низка аналітичних матеріалів.

Василь Лизанчук класифікував традиційні групи жанрів та жанри радіожурналістики: *інформаційна* (радіоповідомлення, радіозвіт, радіорепортаж, радіоінтерв'ю, радіовиступ, радіоогляд преси); *аналітична* (радіокореспонденція, радіокоментар, радіоогляд, радіобесіда); *художньо-публіцистична* (радіонарис, радіофейлетон, радіофільм, радіокомпозиція, оригінальна радіоп'єса). В. Лизанчук стверджує: “Особливості жанру визначаються не тим, що інколи в ньому є, а тим без чого він немислимий і що становить його сутність, закон, за яким він створюється” (Лизанчук, 2006: 222).

Також залишається дискусійним питанням виокремлення гібридних жанрів. Низка дослідників поділяє думку, що вимисел, який править у літературі, неприпустимий у журналістиці (Тимошик, 2022: 35). М. Тимошик стверджує, що гібридизація штучно нав'язана журналістиці літературознавцями, її не існує в друкованих медіа, а в мережних виданнях тексти обростають низкою інтерактивних форм: гіперпосиланнями, посиланнями, зображеннями, відеорядами, діаграмими, статистикою, біографією автора: “Але це не гібридизація жанрів. Замітка була й залишається будь-де заміткою, а інтерв'ю – інтерв'ю” (Тимошик, 2022: 37). Отже, на думку М. Тимошика, всі ці інтерактивні форми у мережних виданнях свідчать про комбіноване представлення теми, а не про гібридизацію самих жанрів. Таку категоричність не поділяє З. Вайшенберг, який стверджує, що медіа намагаються задовільнити очікування споживачів шляхом використання гібридних жанрів, які “дозволяють поєднання новинного та розповідального жанрів (Вайшенберг, 2004: 19, 71). В. Лизанчук ще у 2006 році пише, що “взаємодія і взаємозв'язки жанрів у системі виявляються двояко: по-перше, будь-який жанр “відтілюється”, виділяється іншими жанрами, буття одного жанру опосередковано впливає на функціонування сусідніх жанрів; по-друге, жанри зазнають безпосереднього взаємовпливу, навіть до взаємопроникнення. Як елемент системи, який залежить від функціонування всієї системи, будь-який жанр у той же час є відносно самостійним (Лизанчук, 2006:

29, 228-229). Науковець стверджує, що з розвитком радіожурналістики жанри набувають нових ознак, відбувається їх інтеграція, взаємопроникнення та взаємозбагачення. Цей процес також впливає на рухливість та розмитість жанрових меж (Лизанчук, 2006: 224). І В. Лизанчук (2006) і М. Тимошик (2022) поділяють погляд, що у стрімкому потоці світових інформаційних процесів основна функція журналістського матеріалу – плекати своє рідне слово, культуру, традиції, духовність; давати відсіч чужому засиллю, розвінчувати ПСО; відповідати об'єктивним закономірностям суспільного розвитку; створити у споживача інформації національний світогляд; сприяти повноцінній самореалізації особи, її прав і свобод. Надзвичайно актуально Микола Тимошик розчищає “авгієві стайні”: науковець критикує українських вчених, журналістів, які достеменно знають “тонкощі журналістської кухні” та далі залишаються хронічно залежними від позиції “старшого брата” (Тимошик, 2022: 20). Та особлива подяка і шана автору за висвітлення моделі національної жанрології видатного націоналога, публіциста Ольгарда-Іполита Бочковського у підручнику “Основи журналізму” написаного на чужині ще у 1937⁶ Професор Бочковський поділив усі матеріали друкованих періодичних видань на дві групи: інформаційні та опієнотворчі. Погоджуємося, що вагому роль відіграє опінія (аналітика), яка дає відповіді на запитання ЯК? і ЧОМУ?, які формують суспільну свідомість, а не інформаційні – ЩО?, ДЕ?, КОЛИ? (Тимошик, 2022: 28-29).

Рухливість і гнучкість жанрів пояснюється складністю та динамічністю тих подій і явищ, які відбуваються в соціумі, де панує бажання знати все і негайно сформувати опінію. Б. Потятиник пояснює, що нове інтегроване інформаційне середовище увібрало в себе пошту, бібліотеку, періодичні видання, телебачення, радіо, телефон і навіть музей чи картинну галерею, ... віртуальний університет і електронну комерцію. (Потятиник, 2010: 16). Додаймо здатність ШІ генерувати всю цю інформацію в аудіо-, відео-, текстовому та графічному форматах. Користуватися такою “брамою сприйняття”⁷ можна по-різному. З одного боку, медіа допомагають

⁶ Виданий 1946 мізерним накладом у німецькому Регенбурзі.

⁷ Метафора Олдоса Гакслі (Aldous Huxley “The Door of Perception”, 1954).

розібратися, що відбувається “в глобальному селі”⁸, а з іншого – може виникнути загроза гіперпосилань до “есеїстики дуже різного Ґатунку”. Навігація проста – користуйтеся науковими соціальними мережами, щоб не заблукати у нефаховости, рейтингах, алгоритмах⁹ – “спостереженнях всіх за всіма” (Роджерс, 2009: 386). Власне, мережа надає більше можливостей для збору інформації завдяки відсутності просторових та часових обмежень, мультимедійности, надоперативности й інтерактивности. Промовисто змінюються форма, зміст та функція мережних жанрів, оскільки “сучасна журналістика зрослася з численними мережевими сервісами” (Потятиник, 2010: 30). Жанрова палітра новітніх медіа, крім класичних публіцистичних жанрів, включає такі форми:

- художньої публіцистики та фольклору, як-от “громадянська поезія”, політична частівка, байка, “казка”, гумористичні та абсурдні жанри, памфлет, епіграма, анекдот тощо (Серажим, 2003);

- новинні аналітично-публіцистичні телевізійні жанри, як-от прес-конференція – різновид інтерв’ю, дискусія – напружене публічне обговорення спірного питання; розмовні видовища (ток-шоу), ігрові видовища (ігрові шоу), сценічні видовища (сценічні/ театральні шоу), які співіснують разом з традиційними: коментарем, бесідою, оглядом та кореспонденцією [Яковець, 2009 с.105] та характеризуються креолізацією – поєднанням аудіо-, відео- та іншими графічними елементами (Шевченко, 2013: 169);

- новинні мережевні мультимедійні жанри такі як “м’які новини” (soft news), “жорсткі (щільні, без зайвої орнаменталізації) новини” (hard news), “гарячі новини” (hot news) (Вайшенберг, 2004: 19, 31; Шевченко, 2013: 167)

- критична замітка у формі “гарячої новини” або “рухомого” рядка, новинної стрічки, які трактують як мікрожанри (Потятиник, 2010: 21–52; Шевченко, 2013: 167);

- мультимедійна аналітична стаття, розповідь велика за обсягом, яка синтезувала ознаки різних жанрів (“longread”);

- мультимедійне художньо-публіцистичне оповідання (“storytelling”);

- вебтрансляції з місця інформаційної події в реальному часі (streaming, scripts), які характерні для спортивної та військової медіакомунікації та набувають особливої популярності;

- твіттер-репортаж як найсучасніший нежанр виник на перетині блогосфери та традиційних аналітичних жанрів;

- блог, подкаст (Потятиник, 2010:52, Ньюзум, 2022: 326)

- реклама (рекламні банери, рекламні електронні листи, контекстна реклама, соціальна реклама)

- авторський допис, коментар (Потятиник, 2010: 21; Вайшенберг, 2004: 59).

Відтак одним з яскравих прикладів новітнього гібридного жанру став подкаст як спадкоємець блогу. Злиття видавничих домів з медіакомпаніями (конвергенція медіахолдинґів) та заснування транснаціональних медійних корпорацій створюють єдину цифрову платформу, де подекуди аудиторія подкастів (мережева аудиторія є локальною і глобальною водночас, більш нішева ніж традиційних ЗМІ) більша ніж у виданнях (газетах та журналах), в яких вони залучені для популяризації і реклами та відповідно – для зростання прибутку¹⁰. (Аудиторія подкасту «Today in Focus» більша ніж у самого видання The Guardian). Отже, блоги як щоденники або авторські колонки, які існували у традиційній періодиці і далі продовжують своє існування, здебільшого трансформувались у подкасти як жанри аудіожурналістики та відеожурналістики.

У статті “Подкастинг як гібридна культурна форма між старими та новими медіа” італійський професор Тіціано Боніні (Університет Сієни) робить висновок, що подкастинг як нова гібридна культурна форма не лише успадкував елементи радіо, але й як і радіо запозичує та надихається літературою, театром, перформативним мистецтвом, нарративною журналістикою, цитуючи М. Стауба: «особливо її «радикальною» версією, яка уособлена так званою «новою журналістикою» – жанрово змішаним поєднанням етнографії, художньої літератури та журналістики, яка займається розслідуванням» (Боніні, 2022). Автор коментує, що при цьому

¹⁰ Аудиторія подкасту «Today in Focus» більша ніж у самого видання The Guardian. <https://www.smartpassiveincome.com/blog/10-reasons-why-podcasting-is-the-1-content-platform>

⁸ “все-тут-і-негайно” Маршала Маклюгена з його знаменитої праці “War and Peace in the Global Vslage”?

⁹ Інженери нині розробляють програмне забезпечення, яке може визначити емоції людей на підставі рухів очей і м’язів обличчя. Біометричний сенсор. Ювал Ной Харарі “21 урок для 21 століття”, 2023 <http://www.wsj.com/articles/startups-see-your-face-unmask-your-emotions, 2017>

подкастинг залучає аудиторію через Instagram, онлайн-меми та соціальні мережі. Жанрова гібридизація є однією з найпомітніших характеристик медійного дискурсу. Це своєрідна призма, яка врешті-решт дозволяє краще зрозуміти природу медійного дискурсу (Mammadov Lewandowska–Tomaszczyk, 2022: 3).

Подкаст як медійний жанр став невід’ємною складовою конвергентних медіахолдингів, який увібрав у себе характеристики усіх традиційних груп жанрів журналістики: *інформаційної* (повідомлення, звіт, репортаж, інтерв’ю, виступ, огляд преси); *аналітичної* (кореспонденція, коментар, огляд, бесіда) та *художньо-публіцистичної* (нарис, фейлетон, фільм, композиція, оригінальна п’еса) та розслідування як різновид журналістської діяльності для оприлюднення в резонансних аналітичних матеріалів або метод як специфічний збір матеріалу про правопорушення, недбальства, – щось приховане від суспільства і немає офіційних доказів (Тимошик, 2022: 32-33).¹¹ Подкаст як новітній жанр багатий на жанрові різновиди: монологічні подкасти (“швидкий постріл” (quick burst) – п’ятихвилинні подкасти, оповіді, аудіоблоги, аудіокниги, відеоблоги, відеолекції, розслідування, екскурсії музеями) діалогічні подкасти (подкаст-інтерв’ю, розмовні подкасти та розслідування, відеоблоги), групові (подкасти круглого столу, театральні подкасти,

¹¹ Резонансне розслідування на 5 серій, яке закінчилось відкриттям кримінального провадження, співавтор подкасту “Простими словами”, психолога І. Полудьонного про іншого психолога, чи то “психотерапевта” чи то “психіатра”, “спів-автора подкасту про ментальне здоров’я “Подкаст терапія” (2022 набрав майже 41 млн переглядів і подано 20000 його книжок) Спартак Субботу.

ігрові стріми, воєнні випуски/ стріми військових), гібридні подкасти. Популярність різновидів визначають підписники, слухачі, глядачі. Мережна аудиторія інтенсивніше відбирає інформацію ніж аудиторія традиційних ЗМІ; налаштована на власну медіаторність та інтерактивність, продукування зворотнього зв’язку та забезпечує дискусію на тему “часто в неенциклопедичній формі” (<https://www.britannica.com/>). Рухливість та гнучкість жанрів пояснюється складністю і динамічністю тих подій та явищ, які відображають новітні медіа.

Висновки. Із врахуванням наукових здобутків мовознавства та з оперттям на суміжні галузі гуманітарного знання постають підстави зробити наступні висновки:

а) попри відносну сталість сучасні генологічні дослідження наголошують на еволюційній природі жанру;

б) дослідники зазначають, що зміни в суспільстві, соціальних ситуаціях, контекстах, їх інтерпретація та реінтерпретація призводять до модифікації жанрів, розмитості, навіть стирання меж;

в) жанрам властивий динамізм і гібридизація; простежується тенденція до інтеграції жанрів, наприклад блог як аматорська журналістика інтегрував в подкаст, який в свою чергу може бути і аматорським і фаховим.

Розвиток генології забезпечує теоретичні засади для журналістської праці, що полягає у творенні інформаційно виразніших, зрозуміліших аудиторії текстів, що, закономірно, суттєво посилює ефективність впливу сучасних ЗМІ на формування громадської думки та її інтелектуалізації.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Бацевич Ф. Вступ до лінгвістичної генології. Київ : Академія, 2006. 248 с.
2. Вайшенберг З. Новинна журналістика / ред. В. Ф. Іванова. Київ: Акад. укр. преси, 2004. 261 с.
3. Дергач Д. Медійна жанрологія в дискурсі сучасного філологічного знання. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2015. № 28. С. 26–35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl_2014_28_5 (дата звернення: 14.08.2024).
4. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики: підручник. Київ : Знання, 2006. 628 с.
5. Ньюзом Е. Гучніше! Як створювати подкасти. Харків : Віват, 2022. 336 с.
6. Паливода А. В. Словник: новітні медіа та комунікаційні технології: комплекс навчальних програм для спеціальностей «Журналістика», «Видавнична справа та редагування», «Реклама та зв’язки з громадськістю» / ред. В. Е. Шевченко. Київ : Паливода А. В., 2012. 412 с.
7. Потятиник Б. Інтернет-журналістика : навч. посіб. Львів : ПАІС, 2010. 246 с.
8. Роджерс Е. Дифузія інновацій. Київ: Вид. центр “Киево-Могила. акад.”, 2009. 591 с.
9. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальний феномен сучасного комунікативного простору (методологічний, прагматико-семантичний і жанрово-лінгвістичний аспекти: на матеріалі політичного різновиду українського масовоінформаційного дискурсу) : дисертація д-ра філол. наук. Київ, 2003.

10. Тимошик М. Жанри журналістики як науково-практична проблема: до провокації фахової полеміки теоретиків і практиків ЗМІ. *Український інформаційний простір*. 2022. Т. 2, № 10. С. 14–42. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269647> (дата звернення: 14.08.2024).
11. Харарі Ю. 21 урок для 21 століття. Київ : Букшэф, 2023. 416 с.
12. Царик Г. Подкаст як жанр сучасного медійного дискурсу. *Південний архів (філологічні науки)*. 2023. Т. 95. С. 66–72. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2023-95-8> (дата звернення: 12.08.2024).
13. Шевченко Л., Сизонов Д. Теорія медіалінгвістики / ред. Л. І. Шевченко. Київ : ВПЦ «Київ. ун-т», 2021. 214 с.
14. Яхонтова Т. В. Лінгвістична генеологія наукової комунікації. Львів: Вид. центр ЛНУ ім. Ів. Франка, 2009. 420 с.
15. Bonini T. Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media. *The Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*. 2022. P. 16–22. URL: https://www.researchgate.net/publication/358978959_Podcasting_as_a_hybrid_cultural_form_between_old_and_new_media_PRE-PRINT (дата звернення: 10.08.2024).
16. Briggs B., Bauman R. Genre, intertextuality and social power. *Journal of Linguistic Anthropology*. 1992. Vol. 2, no. 2. P. 131–172. URL: https://www.academia.edu/11292501/Genre_Intertextuality_and_Social_Power (дата звернення: 13.08.2024).
17. Hanks W. F. Discourse Genres in a Theory of Practice. *American Ethnologist*. 1987. Vol. 4, №14. P. 668–692. URL: <https://www.jstor.org/stable/645320> (дата звернення: 11.08.2024).
18. Lomborg S. Social media as communicative genres. *MedieKultur: Journal of media and communication research*. 2011. Vol. 27, №51. P. 55–71. URL: <https://tidsskrift.dk/mediekultur/article/view/4012/5034> (дата звернення: 10.08.2024).
19. Mammadov A., Lewandowska-Tomaszczyk B. *Analysing Media Discourse: Traditional and New*. Cambridge Scholars Publishing, 2022. 220 p.
20. Miller C. Genre as Social Action. *Quarterly Journal of Speech*. 1984. No. 70. P. 151–176. DOI: <https://doi.org/10.1080/00335638409383686> (дата звернення: 12.08.2024).

REFERENCES:

1. Batsevych, F.S. (2006). Vstup do lnhvistychnoi henolohii [Introduction to Linguistic Geneology]. Kyiv : Akademiia [in Ukrainian].
2. Vaishenberh, Z. (2004). Novynna zhurnalistyka [New Journalism]. (Ed. V.F. Ivanov). Kyiv : Akademiia Ukrainskoi presy [in Ukrainian].
3. Derhach, D. (2015). Mediina zhanrolohiia v dyskursi suchasnoho filolohichnoho znannia [Media Genology in the Discourse of Contemporary Philological Knowledge]. *Aktualni problemy ukrainskoi lnhvistyky: teoriia i praktyka – Current Issues in Ukrainian Linguistics: Theory and Practice*, 28, 26–35. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apyl_2014_28_5 [in Ukrainian].
4. Lyzanchuk, V.V. (2006). Osnovy radiozhurnalistyky [Fundamentals of Radio Journalism: Textbook]. Kyiv : Znannia [in Ukrainian].
5. Niuzum, E. (2022). Huchnishe! Yak stvoriuvaty podkasty [Louder! How to Create Podcasts]. Kharkiv : Vivat [in Ukrainian].
6. Palyvoda, A.V. (2012). Slovnyk: novitni media ta komunikatsiini tekhnolohii: kompleks navchalnykh prohram dlia spetsialnostei «Zhurnalistyka», «Vydavnycha sprava ta redahuvannia», «Reklama ta zviazky z hromadskistiu» [Dictionary: New Media and Communication Technologies: A Comprehensive Curriculum for the Specializations 'Journalism,' 'Publishing and Editing,' 'Advertising and Public Relations']. (Ed. V.E. Shevchenko). Kyiv : Palyvoda A. V. [in Ukrainian].
7. Potiatynyk, B. (2010). Internet-zhurnalistyka [Internet Journalism]. Lviv: PAIS [in Ukrainian].
8. Rodzhers, E. (2009). *Dyfuziia innovatsii [Diffusion of Innovations]*. Kyiv: Vydavnychi tsentr “Kyievo-Mohylianska akademiia” [in Ukrainian].
9. Serazhym, K. (2003). Dyskurs yak sotsiolnhvalnyi fenomen suchasnoho komunikatyvnoho prostoru (metodolohichni, prahmatyko-semantychni i zhanrovo-lnhvistychni aspekty: na materiali politychnoho riznovydu ukrainskoho masovoinformatsiinoho dyskursu) [Discourse as a Sociolinguistic Phenomenon of the Contemporary Communicative Space (Methodological, Pragmatic-Semantic, and Genre-Linguistic Aspects: Based on the Material of the Political Variety of Ukrainian Mass Media Discourse)]. *Dysertatsiia d-ra filol. nauk, KNU im. Tarasa Shevchenka* [in Ukrainian].
10. Tymoshyk, M. (2022). Zhanry zhurnalistyky yak naukovo-praktychna problema: do provokatsii fakhovoi polemiky teoretikiv i praktikiv ZMI. [Journalism genres as a scientific and practical problem: on professional polemics provocation of media theoreticians and practitioners]. *Ukrainskyi informatsiinyi prostir – Ukrainian information space*, 2(10), 14–42. DOI: <https://doi.org/10.31866/2616-7948.10.2022.269647> [in Ukrainian].

11. Kharari, Yu. (2023). *21 urok dlia 21 stolittia [21 Lesson for the 21st Century]*. Kyiv : Bukshef [in Ukrainian].
12. Tsaryk, H. (2023). Podkast yak zhanr suchasnoho mediinoho dyskursu. [Podcast as a genre of media discourse]. *Pivdennyi arkhiv (filolohichni nauky) – Southern Archive (philological sciences)*, 95, 66–72. DOI: <https://doi.org/10.32999/ksu2663-2691/2023-95-8> [in Ukrainian].
13. Shevchenko, L., & Syzonov, D. (2021). Teoriia medialinhvistyky [Theory of Medialinguistics]. L. I. Shevchenko (Ed.). Kyiv : VPTs «Kyivskiy universytet» [in Ukrainian].
14. Yakhontova, T. V. (2009). Lihvistychna heneolohiia naukovoï komunikatsii [Linguistic genealogy of the scientific communication]. Lviv : Vydavnychiy tsentr LNU imeni Ivana Franka [in Ukrainian].
15. Bonini, T. (2022). Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media. *The Routledge Companion to Radio and Podcast Studies*, 16-22. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/358978959_Podcasting_as_a_hybrid_cultural_form_between_old_and_new_media_PRE-PRINT
16. Briggs, B., & Bauman, R. (1992). Genre, intertextuality and social power. *Journal of Linguistic Anthropology*, 2(2), 131–172. Retrieved from: https://www.academia.edu/11292501/Genre_Intertextuality_and_Social_Power.
17. Hanks, W. F. (1987). Discourse Genres in a Theory of Practice. *American Ethnologist*, 4(14), 668–692. Retrieved from: <https://www.jstor.org/stable/645320>
18. Lomborg, S. (2011). Social media as communicative genres. *MedieKultur: Journal of media and communication research*, 27(51), 55–71. Retrieved from: <https://tidsskrift.dk/mediekultur/article/view/4012/5034>.
19. Mammadov, A., & Lewandowska-Tomaszczyk, B. (2022). *Analysing Media Discourse: Traditional and New*. Cambridge Scholars Publishing.
20. Miller, C. (1984). Genre as Social Action. *Quarterly Journal of Speech*, 70, 151–176. DOI: <https://doi.org/10.1080/00335638409383686>.
21. Miller, C. (2015). Genre as Social Action (1984), Revisited 30 Years Later (2014). *Letras & Letras*, 31(3), 56–72. DOI: <https://doi.org/10.14393/LL63-v31n3a2015-5>.