

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені І.І. МЕЧНИКОВА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛІСТИКИ, РЕКЛАМИ ТА ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ
КАФЕДРА ПЕРІОДИЧНОЇ ПРЕСИ ТА МЕДІАРЕДАГУВАННЯ

ТЕКСТ ЯК ОБ'ЄКТ ТЕОРЕТИЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ

методичні вказівки та завдання для здобувачів першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти спеціальності С7 Журналістика

Одеса
Видавець С. Л. Назарчук
2025

УДК 070:655.535.5-024(072)

Т307

Укладач: *Мусій В. Б.*, доктор філологічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри періодичної преси та медіаредагування Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Рецензенти:

ІВАНОВА Олена Андріївна, доктор наук із соціальних комунікацій, професор, декан факультету журналістики, реклами та видавничої справи Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

КОЛЯДА-БЕРЕЗОВСЬКА Тетяна Федорівна, кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри періодичної преси та медіаредагування Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Рекомендовано до друку

вченою радою факультету журналістики, реклами та видавничої справи

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Протокол № 6 від 30.04.2025 року

Т307

Текст як об'єкт теоретичної рефлексії : метод. вказівки та завдання для здобувачів першого (бакалавр.) рівня вищ. освіти спец. С7 Журналістика / уклад. В. Б. Мусій. Одеса : Видавець С. Л. Назарчук, 2025. 44 с.

Мета видання – ознайомлення слухачів з ключовими положеннями науки про текст, сучасним трактуванням змісту цього поняття, його структурою, головними особливостями, співвідношенням понять «текст» і «твір», сучасними концепціями твору як системи і його ознаками; місцем тексту в системі комунікації, та у його зв'язках з іншими текстами, з сутністю таких понять як «позатекстова реальність» і «міжтекстові зв'язки». Посібник скеровано на допомогу студентам в засвоєнні лекційного курсу, підготовці до практичних занять, а також у виконанні завдань для самостійної роботи.

Цільова аудиторія – здобувачі першого (бакалавр) рівня вищої освіти спеціальності С7 Журналістика.

УДК 070:655.535.5-024(072)

© Одеський національний університет
імені І. І. Мечникова

© В. Б. Мусій, укладання, 2025

ЗМІСТ

Мета та завдання навчальної дисципліни.....	4
Зміст навчальної дисципліни «Текст як об’єкт теоретичної рефлексії»... 5	
Матеріали для підготовки до лекційних та практичних занять.....	7
Плани практичних занять.....	36
Завдання для самостійної роботи	
Питання для поточного контролю.....	40
Список рекомендованої літератури.....	42

Мета та завдання навчальної дисципліни

Дисципліна «Текст як об'єкт теоретичної рефлексії» є вибірковою. Вона призначена для студентів першого (бакалаври) рівня вищої освіти.

Мета навчальної дисципліни - формування у слухачів розуміння природи тексту: його структури, його меж, його різновидів; поглиблення теоретичних знань та уміння створювати власні тексти.

Завдання викладання цієї дисципліни такі:

1. Надати слухачам уявлення про те, що текст – це організована автором послідовність знаків, між якими є абсолютний зв'язок, а знак це носій інформації, у якому є денотат (знак матеріально виражено) і нематеріальний сенс.
2. Навчити слухачів розрізняти тексти художні і нехудожні, з одного боку, і різновиди нехудожніх текстів, з іншого боку.
3. Ознайомити студентів зі законами побудови тексту та навчити їх структурувати власні тексти.
4. Продемонструвати студентам значимість і різновиди контексту для подальшого їхнього власного створення тексту
5. Навчити розмежовувати поняття «текст» та «гіпертекст», текст та його ремейк (сіквел тощо)
6. Сприяти формуванню навичок фахового вміння будувати тексти різної спрямованості.

Таким чином дисципліна у першу чергу орієнтована на надання студентам навичок аналізу вербального тексту для здійснення моніторингу ЗМІ, а також формування у них вміння складати власні тексти.

ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТЕКСТ ЯК ОБ'ЄКТ ТЕОРЕТИЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ»

Тема 1. Текстоцентризм сучасної гуманітаристики (етнотекст, культура як текст, текст як форма комунікації, текст як основна частина набору у друкарстві, художній текст і художній твір тощо). Текст як зв'язкова і повна послідовність знаків. Текст як акт діалогу між автором-читачем та культурним, соціально-історичним контекстом. Постмодерністська теза, що текст не відображає реальність, а створює нову реальність, а будь-яка історія є історія створення та інтерпретації тексту.

Тема 2. Різновиди текстів та основні їхні характеристики (тексти художні і нехудожні; тексти масової комунікації, офіційної сфери, наукові тексти тощо); параметри розмежування різновидів тексту: побудова, підпорядкованість законам, рівні відображення дійсності, спрямованість впливу, функції, зв'язок між комунікацією та життєдіяльністю, естетична функція, відсутність / наявність підтексту, сприйняття реципієнтом тощо). «Текст» і «твір»: параметри розмежування понять. Членованість і зв'язність, когезія і когерентність тексту; концептуальність та модальність як головні ознаки творів.

Тема 3. Підтекст та контекст. Контекст як загальний зміст соціокультурних умов, ментальних станів епохи, превалювання соціальної та індивідуальної психології, що дієвим чином впливає на автора у процесі створення того чи іншого твору та сприяє уточненню смислового значення написаного; контекст творчості і контекст сприйняття. Підтекст як прихований зміст висловлювання, не висловлене прямо слово, на зміст і сенс якого вказують окремі деталі, репліки і діалоги, особливості розташування і написання слів. Умови виділення і розуміння реципієнтом підтексту: розуміння лінгвістично оформленої частини повідомлення, яке вимагає знання мови, якою зроблено це повідомлення; володіння знанням пресу позиції; спрямованість читача на занурення у закладені автором твори смисли, готовність до уважного та аналітичного читання, збіг концептуальної системи читача та автора.

Тема 4. Паратекстуальність як феномен. Текст і поза текстова реальність, делімітаційні знаки кордону між текстом і поза текстовою реальністю; Ж.Женетт про перітекст та епітекст. Паратекст авторграфічний і алографічний. Заголовок тексту і заголовковий комплекс недійного твору. Епіграф і присвята. Метатекст.

Тема 5. Текст – гіпертекст – мегатекст - понадтекстова єдність.

Мегатекст як сукупність, система, що складається з окремих текстів, об'єднаних загальною проблематикою, завдяки чому ця сукупність (система) перетворюється на уяву реципієнта на один великий текст; різножанровість сукупності творів, які можна включити в мегатекст і які розрізняються стилістично, засобами комунікації, риторичними стратегіями, своєю скерованістю, різноманітність авторів окремих складових мегатексту і тематична єдність усіх складових як головна умова об'єднання їх у мегатекст. Одеський текст як мегатекст. Гіпертекст як набір текстів, що містять вузли переходу між ними, які дозволяють обирати читачем відомості, які йому потрібні, а також послідовність читання; відсутність тематичного зв'язку між текстами, що стають складовими гіпертексту. Медіа-видання як поза текстова єдність.

Тема 6. Інтертекст. Інтертекстуальність як міжтекстова взаємодія різних творів. Сутність поняття про запозичення, різновиди запозичень (алюзія, ремінісценція, цитата, парафраза). Ю.Крістева, Р.Барт, Н.П'єге-Гро, В.Просалова про інтертекстуальність. Інтертекстуальність як загальна властивість мистецтва слова, і специфічна ознака словесності доби постмодерну, яка полягає у тому, що наративний текст будується як ланцюжок цитат і ремінісценцій з інших текстів і перетворюється таким чином а) у демонстрацію того, що єдина реальність – це текст, який кожен раз створюється наново; б) гру автора з читачем у розшифрування цитації.

Тема 7. Сіквел, пріквел, ремікс, кросовер, ремейк – як прояви перекодування тексту. Зміст і співвідношення понять «запозичення» і «літературна обробка» («переробка»). Сіквел як продовження твору. Приквел як картина подій, які передували подіям першоджерела. Рімейк як виправлений,

перероблений чи оновлений варіант відомого твору, прояв ігрового ставлення до тексту-першоджерела. Ремікс як перекодування тексту відомого твору шляхом його деформації. Сайдквел (або спін-офф) як відгалуження від сюжетної лінії відомого твору. Кросовер як твір, у якому переплітаються сюжетні лінії двох і більше творів-оригіналів.

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ПІДГОТОВКИ ДО ЛЕКЦІЙНИХ ТА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Тема 1. Текстоцентризм сучасної гуманітаристики

Активізація уваги не лише лінгвістів, а й психологів, соціологів, філософів, істориків, культурологів та філологів до тексту дає підстави судити про текстоцентризм як одну з особливостей сучасної гуманітаристики. Значною мірою на такий сплеск популярності рефлексії щодо тексту впливає суть тези доби постмодерну про те, що реальність складається з текстів, тобто передачі та сприйняття різного роду інформації, що реальність, як пропонує розуміти її В.П. Руднев, – це складна знакова система, яка створена природою, або Богом, а також людьми і якою люди користуються. Ті ж самі предмети, факти для когось і в якихось ситуаціях вважаються текстами (семіотика можливих світів), а для інших людей, або в інших обставинах – як елементи реальності, що текст не віддзеркалює реальність, а створює нову реальність, а будь-яка історія є історією створення та інтерпретації тексту.

Науковець ілюструє свою тезу прикладом: для досвідченого мисливця ліс, сліди тварин у ньому, голоси птахів – це текст, відкрита книга. Коли ж цей мисливець потрапляє у велике місто, з багатоповерхівками, неоновною рекламою, світлофорами, він вже не може сприймати навколишнє як текст – йому невідомі знаки цього тексту. Тобто, треба знати мову реальності для того, щоб читати її зміст і уявляти сенс.

Безумовно, характеризуючи наш час як час текстоцентризму, необхідно пам'ятати, що значення, які надаються поняттю «текст», представниками різних напрямів науки різняться. Основа цих відмінностей лежить у самій етимології

слова текст (від лат. *textum* – зв'язок, з'єднання, тканина, одяг, стиль, стиль; *textus* – структура, зв'язковий виклад; *texo* – поєднувати, писати). Словом «текст» позначають авторський твір чи документ, відтворені на листі чи друкованим засобом; основну частину друкованого набору – без малюнків, креслень, підрядкових приміток тощо; вербальний супровід музичного твору (опери, романсу тощо); нотний текст – музичний матеріал твору у нотному записі; 4) друкарський шрифт, кегль якого дорівнює 20 пунктам (7,52 мл); 5) послідовність знаків (мови або іншої системи знаків), що утворює єдине ціле та складову предмету дослідження особливої науки – лінгвістики тексту.

В науковій літературі пропонується багато визначень тексту. Але самі дослідники визнають, що на сьогодні поняття тексту не має загальноприйнятого визначення. Наведемо декілька. «Текст – *акт спілкування*, зумовлений особливостями адресанта (індивідуума як мовця – носія певних знань, комунікативних навичок), комунікативною метою, інтенціями, завданнями, специфікою умов актуалізації тощо. Узагальнено текст розглядають як *мовну одиницю* з набором відповідних диференційних рис та конкретно – як *мовленнєві вияви, окремі факти мисленнєво-мовленнєвої діяльності людини*»¹. Текст – «складне комунікативне явище, що включає в себе як мовні, так і позамовні елементи (знання про світ, а також думки й цілі учасників комунікативного процесу)»²

Текст, що розуміється гранично широко як послідовність знаків, є об'єктом уваги багатьох дисциплін. Для культурологів текстом є культура, для представників такого напряму науки як семіотика текст - форма комунікації, для психологів - продукт виробництва мови, відчужений від того, хто говорить і який є об'єктом чийогось сприйняття і мислення і характеризується цілісністю, зв'язністю, послідовністю або, навпаки, їх відсутністю. У соціальній сфері текст - основа внутрішньосупільної комунікації, цілеспрямованого на соціум. Виходячи з того, що соціальна реальність є в той же час знаково-символічною

¹ Шаповалова Г.В., Шебештян Я.М. Теоретико-практичні питання текстознавства. Ужгород: Гражда, 2016. С.6.

² Михайленко В.М. Теорія твору й тексту: навч. посіб. Київ: ПАЛИВОДА А.В., 2013. С.40.

реальністю, що фокусується у феномені культури як багатопланова і багатовимірна семіосфера, О.М. Кузь розглядає соціальну реальність як текст і пише: «...квінтесенція людської спільності проявляється у створенні культурних текстів у процесі комунікації, що дозволяє розглядати соціальну реальність у цілому як гіпертекст з ідеологічними конотаціями»³. В останні десятиліття з'явився новий термін «етнотекст», під яким мається на увазі результат самоідентифікації співтовариства, заснований на закріплених у культурній пам'яті колективу цінностях та знаннях про власне минуле, побут, вірування, культуру. Він складається з міфів етносу, фольклору, словесних та матеріальних пам'яток культури.

Тема 2. Різновиди текстів та основні їхні характеристики

Найчастіше текст сприймається як складно організована багаторівнева **система**, що містить у собі інформацію; це система закрита і виражає думку і наміри її укладача (автора). Текст як систему характеризують цілісність, структурність, взаємозалежність та ієрархічність елементів, множинність (варіативність). Тексти розрізняються за своєю спрямованістю (сферою використання).

Види текстів

Тексти нехудожні	Параметри зіставлення	Тексти художні
розрізняються за сферою їх застосування: масова комунікація, наука, офіційна сфера - документи (резолюції, накази, заяви тощо)	основи типології	Розрізняються за жанрово-родовими ознаками
на основі моделі	як будуються	за законами самого твору (жанр, логіка автора, літературна традиція)
законам логічного мислення, у яких	яким законам підпорядковані	законам асоціативно-образного мислення, у

³ Кузь О.М. Соціальна реальність як текст. *Наука. Релігія. Суспільство*. 2008. № 2. С.264.

виражена, зазвичай, об'єктивна суть фактів		яких переважає суб'єктивне бачення
як правило, одномірні та однопланові	наявність (число) рівнів відображення дійсності	багатомірні: крім рівню, оформленого вербально, завжди є підтекстний, інтерпретаційний рівні, друга дійсність. «Друга» дійсність (реальність) – це не зовнішній світ, у якому існує автор твору, а художній світ, тобто світ, створений за художніми законами (віддзеркалена, відтворена дійсність). Тому про твір будь-якого виду мистецтва ведуть розмову як про умовну реальність (первинну – кожен витвір мистецтва; вторинну – такі твори, які вважаються фантастичними).
на інтелектуальну сферу	спрямованість впливу	на емоційну сферу
комунікативно-інформаційна	функція	комунікативно-естетична
є	безпосередній зв'язок між комунікацією та життєдіяльністю	немає
відсутня	естетична функція	обов'язкова
Частіше - відсутній (експліцитність змісту). «Завдання автора, - пише В.В.Різун про журналіста, - прогнозувати можливі підтексти і знімати їх через зміну структури тексту, якщо ці підтексти небажані» ⁴	відсутність/наявність підтексту	частіше наявний (імпліцитність змісту)
настановна на однозначність	як сприймається реципієнтом	настановна на неоднозначність

⁴ Різун В.В. Аспекти теорії тексту. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua>

Головними якостями тексту є **членованість** і **зв'язність**, зв'язність, у свою чергу, проявляється як на внутрішньому рівні (**когерентність**), так і на зовнішньому, формальному (**когезія**). Паралельно з терміном «текст» можна використовувати термін «твір» (у філології, переважно). Ці категорії можна використовувати як синоніми, але краще їх розмежовувати.

Письмовий літературний текст (як і будь-який інший текст, нехудожній) не містить у собі нічого, крім друкарських значків. По суті, він є матеріальною даністю літературного твору, що чуттєво (аудіовізуально) сприймається читачем (слухачем). Твір не тотожний тексту, оскільки він завжди є ментальним утворенням і, отже, містить у собі певні механізми, які виражають думки і почуття автора і породжують у реципієнтів сукупність думок і почуттів. Текст несе у собі «*зміст*», а твір – «*сенс*». Головними характеристиками «твору» є концептуальність та модальність.

Концептуальність обумовлена тим, що вербальний твір висловлює певну ідею, концепт. Є твори без сюжету, без легко відокремленої теми, але немає творів без концепту. **Модальність** у творі є вираженням ставлення автора до того, про що він повідомляє. Це суб'єктивна модальність. Крім того, текст характеризується об'єктивною модальністю (відношенням повідомлення до дійсності). У першому випадку модальність створюється специфічними модальними словами, частками, вигуками (*на щастя, на жаль, на жаль, адже, О! ген, бодай, ото* тощо); у другому випадку модальність створюється перш за все словами, що виражають значення твердження, можливості, побажання, наказу тощо. Модальність виражає характер кваліфікації автором дійсності – як реальну чи ірреальну, можливу, бажану, заборонену тощо. Таким чином, модальність реалізується на лексичному, граматичному та інтонаційному рівнях.

Трактування тексту у журналістикознавстві

Головною рисою журналістських текстів, як і низки інших нехудожніх, функціональних текстів є їхній монтажний, або ансамблевий характер побудови.

Принцип *«ансамблю»* текстів особливо виразно проявляється у науковій та публіцистичній літературі, де тексти мають відкритий для контакту з іншими текстами характер і приймають у собі інші тексти чи безпосередньо межують з іншими текстами (іншими за жанровою природою, а також різними за авторської приналежності). Наприклад, наукова кваліфікаційна робота студента факультету журналістики включає бібліографію (окремий жанр), огляд наукової літератури (окремий жанр), а також тексти різних жанрів (репортаж, інтерв'ю, фейлетон, нарис, видомонтаж), створені автором роботи як підтвердження його журналістського фаху. Причому, кожен із цих жанрів присутній у тексті кваліфікаційної роботи студента само і саме. Гранично відкритий характер мають і тексти творів публіцистичних жанрів, особливо тексти інформаційних повідомлень – новин.

У публіцистичній літературі, пише В.І.Силантьєв, ми знаходимо такі об'єднуючі жанри, як журнали різних типів і призначень і, звичайно, газету – мабуть, найпотужніший і найрізноманітніший у всій історії словесної культури нового часу *«ансамбль»* текстів різної жанрової природи. При цьому для підтвердження цієї своєї тези він посилається на ще одного дослідника жанру *«новин»* Т.В. ван Дейка, який писав: *«Газетники звично, день у день підсумовують незліченну кількість текстів-джерел (повідомлення інших засобів масової інформації – телеграфні повідомлення, інтерв'ю, звіти, матеріали прес-конференцій), що лежать в основі виробництва будь-якого окремого газетного повідомлення».*

Таким чином, сучасні нехудожні літератури виробляють відкритий, нецілісний та текстуально розімкнений тип твору і тим самим виявляють дійсну, безпосередню інтертекстуальність. Саме у просторі сучасних функціональних літератур тексти повною мірою утворюють *«ансамблі»*, у яких кожен звучить самостійно та повноправно.

Для цієї ознаки журналістського тексту В.Михайленко використовує інше визначення – *«монтаж»*. *«У журналістиці, - пише він, - зв'язки між частинами поверхневої структури твору (чи то радіо, телебачення чи друковані ЗМІ)*

значною мірою зумовлені задумом автора і встановлюються за допомогою монтажу. Тому монтаж можна розглядати як засіб організації тексту, сукупність принципів, що допомагають стикувати елементи твору у вигляді чіткої послідовності. Ці правила не є догмою, вони лише допомагають журналістові максимально правильно обрати форму твору відповідно до завдань і очікувань автора»⁵. Монтаж застосовується в процесі відбору фактів, компоюванні частин тексту (вирішенні характеру їхньої компоювки, відборі найбільш яскравих подій-прикладів). Значною мірою це нагадує роботу сценариста, який постійно переставляє кадри, вирішує, яким має бути початок та кінець, якими засобами можна досягнути передачі динаміки. Варіанти монтажу можуть бути різними. Дослідниця Г.Лазутина пише, що вони можуть бути простими (в інформаційному повідомленні). А саме: заголовкова стрічка (хед-лайн) – лід (активний початок) – корпус (остання частина тексту). А можуть бути і найскладнішими, коли текст розбивається на частини – тематичні блоки, кожна з яких може мати власну тему і відповідь на конкретне питання, композицію і відрізнитися власними монтажними ефектами, але в сукупності вони формують таку логічну послідовність викладу подій, яка дозволяє навіть об'ємне сприйняття тексту.

Правила монтажу журналістського тексту:

1. Дотримання чіткості подачі елементів тексту в їхніх власних межах.
2. Врахування, що кожний елемент тексту – це свого роду мікроструктура, яка має бути адекватно сприйнята та адекватно передана.
3. Контроль співвідношення текстових елементів фактологічної структури з оцінною інформацією, дотримуючись пропорції, яку диктує специфіка жанру.
4. Витримання змістової, стилістичної, інтонаційної цілісності прийомів монтажу, які використовуються.

Звертаючись до суто журналістських засад розуміння тексту *Володимир Володимирович Різун* називає чотири головні його характеристики: текст – це

⁵ Михайленко В.М. Теорія твору й тексту. Київ: ПАЛИВОДА А.В., 2013. С. 120 – 121.

продукт знакової діяльності автора; текст – це предмет читацької перцепції; текст – це фрагмент інформаційної системи суспільства; текст – засіб впливу⁶. Серед елементів тексту він називає *рубрики, основний текстовий блок (корпус тексту), вказівку на автора тексту, виноску, рядок, графічне слово, графічне речення, літеру та пунктуаційний знак*. До одиниць тексту відносить такі фрагменти тексту, котрі мають особливу семантику й стандартизоване характерне оформлення: *переліки, цитати, посилання, дати, числа, скорочення, знаки, власні назви, умовні позначення*. Текстовими засобами, або засобами актуалізації семантики тексту, пише В.В. Різун, є *шрифтові (гарнітура, стиль, кегль) й не-шрифтові (розрядка, втяжка, лінійки, колір) виділення, спеціальні архітектонічні засоби* тощо.

Для розуміння сутності тексту, за словами ученого, «необхідно збагнути одну принципову річ: зміст будь-якого тексту принципово не замкнений ні чіткою схемою теоретичної абстракції, ні строгим естетичним каноном, а пов'язаний із відкритою, такою, що розвивається, ситуацією реальної дійсності й існує практично як прикладна ділова ідея. У тексті читач стикається переважно з реальними обставинами предметного світу. Звичайно, це не пряме зіткнення з дійсністю. Воно опосередковане творчістю автора і тих людей, що готують текст до друку. Це є залучання читача до життя через текст, так би мовити, внутрішньотекстовий контакт з реальністю. Момент діалектичного переходу контакту із текстом у контакт із реальною проблемою суспільного життя – рубікон, за яким текст розмикається в життя і сам стає частиною актуальної соціальної практики. Після того, як читач через текст увійде в контакт із реальною проблемою суспільного життя, увесь хід його сприймання повинен змінитися: повідомлення стає предметним, факти постають як реалії життя, наповнені прогностичним значенням, рекомендації перетворюються у відповідальні ділові пропозиції, опис перетворюється на ситуацію, в якій потрібно або навіть необхідно приймати рішення». І додає: «Розглядаючи текст

⁶ Різун В.В. Аспекти теорії тексту. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua>

як частину суспільної інформаційної системи і як відносно самостійну інформаційну підсистему, відносно самодостатню сутність, що є безпосереднім предметом діяльності автора текст не можна аналізувати поза комунікативним актом, бо «живий» смисл інформації в тому, щоб бути повідомленою і сприйнятою. Це означає, що необхідно подивитися на твір ще й з позицій комунікативних, оскільки іншого призначення текстові, цій «інформаційній підсистемі», не можна придумати»⁷.

Серед головних функцій тексту В.В.Різун називає комунікативну (вплив на людину), контакту (встановлення контакту з читачем), організуючу (керування процесом читання), формування поглядів читача, аферентну (надати інформацію), закличну (переконання читача у необхідності діяти).

Яким же чином можна досягнути виконання кожної з цих функцій тексту? Декілька порад, як домогтися адекватного, тотожного розуміння журналістських повідомлень аудиторією і, відповідно, впливу на аудиторію (встановлення контакту, переконання, керування тощо), пропонує *Ігор Леонідович Михайлин*. Він наполягає, що це можливо лише при умові *діалогічного характеру комунікації* «журналіст – реципієнт». Свою тезу науковець мотивує прагненням аудиторії «бути почутою». «У сучасній журналістиці, - пише⁸ І.Л. Михайлин, - діалог зі споживачами новин значно розширився. У радіожурналістиці виникло віднедавна поняття «додзвонювач» - це особа, яка зателефонувала в студію під час прямого ефіру. Найбільш успішні проекти телевізійної журналістики сьогодні – це контактні програми в прямому ефірі, реаліті-шоу, у яких бере участь внутрішня аудиторія, яка імітує або символізує зовнішню аудиторію. Внутрішня аудиторія, внутрішній глядач – це безпосередній учасник телевізійної передачі, частина телевізійної аудиторії, яка спеціально запрошена для контактної участі в ток-шоу». І наводить приклад використання інтерактивності сучасної журналістики письменником, громадським діячем Володимиром Яворівським, який у своїх передачах «20 хвилин з Володимиром Яворівським» почав читати

⁷ Різун В.В. Аспекти теорії тексту. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua>

⁸ Михайлин І.Л. Гіпотеза про текст і мовлення в журналістиці. URL: <https://core.ac.uk> PDF

листи від читачів, які він отримував. Таким чином слухачі почули власні думки, враження, оцінки, а також думки автора передачі про прочитане. Пізніше на основі текстів цих передач письменник створив книгу «Що ж ми за народ такий?». «особливо тенденція до перетворення журналістики з інформування в комунікацію поширилася, - пише І.Л. Михайлин, - в Інтернет-журналістиці. Уже сьогодні онлайн-публікація, як спосіб буття текстів в Інтернет-журналістиці, будується у формі складної моделі, основними складниками якої є авторський матеріал, читацькі коментарі до нього, пояснення автора з приводу коментарів, нові відгуки читачів». Окрему увагу науковець приділив блогосфері як цілком новому явищу в журналістиці, яке надає можливості широким верствам населення вести публічний діалог у віртуальному просторі. «Журналістика, - за словами І.Л.Михайлина, - рятує людство від ідеї абсурдності світу, повертає людині віру в Творця, наділювача значеннями природного й соціального довкілля».

Автори посібника з теоретико-практичних засад текстознавства Г.В. Шаповалова та Я.М. Шебештян пропонують такі схеми аналізу медіатекстів⁹:

Комплексний аналіз медіатексту за структурою

1. Схарактеризувати тематичний компонент (вказати макро- і мікротеми, особливості розгортання і розкриття теми, спільне та відмінне авторського й перцептивного варіантів).
2. Розглянути фактологічний компонент структури (з'ясувати кількісні та якісні особливості фактів стосовно кожної з мікротем, кваліфікувати їх за типом, джерелами та способом вираження; виявити недоліки; встановити особливості авторського і перспективного варіантів).
3. З'ясувати особливості інформаційного компонента (на основі виокремлених мікротем і фактів встановити співвідношення нової та вже відомої читачеві інформації; прокоментувати виявлене співвідношення у

⁹ Шаповалова Г.В., Шебештян Я.М. Теоретико-практичні питання текстознавства. Ужгород: Гражда, 2016. С.86-87.

зв'язку з основними функціями ЗМІ та жанровою належністю медіа тексту; встановити специфіку авторського і перцептивного варіантів).

4. Окреслити логіко-поняттєвий компонент (у межах кожної мікротеми встановити ключові поняття, зв'язок і співвідношення між ними; з'ясувати узгодження ключових понять із реалізацією мікротеми; виявити логічні зв'язки між поняттями, зазначити логічні недоліки; встановити особливості авторського і перцептивного варіантів).
5. Схарактеризувати емоційно-експресивний та психологічний компоненти структури (врахувати емоційне забарвлення розробки кожної з мікротем, емоційно-експресивні засоби; встановити домінанту в емоційно-експресивному компоненті медіа тексту, її зв'язок із розкриттям теми, а також авторську мотивацію щодо емоційно-експресивного плану; виявити особливості авторського і перцептивного варіантів).
6. Проаналізувати архітектонічний та композиційний компоненти структури (виявити елементи архітектоніки; з'ясувати композиційні особливості тексту; встановити зумовленість застосованих архітектонічних складових змістом і жанром твору та завданнями автора; розглянути особливості авторського і перцептивного варіантів).
7. Виявити специфіку комунікативного компонента (з'ясувати набір репрезентованих у тексті основних функцій-варіантів комунікативного впливу (контактна, організаційна, формування поглядів, аферентна, заклична); встановити основні засоби реалізації функцій; виявити особливості авторського і перцептивного варіантів).
8. Узагальнити спостереження, враховуючи критерій ефективності / неефективності, основні вимоги до журналістського тексту, авторські завдання та функції ЗМІ.

Примітки:

Варіанти медіатексту – різновиди медіа тексту у зв'язку з психологічними та іншими індивідуальними особливостями його сприйняття автором / реципієнтом.

Варіант медіатексту авторський – розуміння медіа тексту автором, зумовлене його світоглядом, рівнем мислення, освіченості й володіння мовними ресурсами; протиставлений перцептивному варіанту медіа тексту, відмінний від нього.

Варіант медіатексту перцептивний – розуміння медіа тексту реципієнтом, зумовлене його світоглядом, рівнем мислення, освіченості й володіння мовними ресурсами; протиставлений авторському варіанту медіа тексту, відмінний від нього.

Аналіз жанрової належності тексту

1. Визначити тему аналізованого медіа тексту.
2. З'ясувати спосіб розгортання теми; у випадку, якщо вона розкривається за рахунок кількох / багатьох мікротем, назвати їх та коротко схарактеризувати.
3. Встановити особливості фактологічного (типи фактів, їх кількість) та інформаційного (співвідношення відомого і нового) компонентів розгортання теми / мікротем.
4. Виявити стрижневі поняття, пояснити співвідношення з темою / мікротемами.
5. З'ясувати особливості емоційно-експресивної та психологічної складових журналістського тексту (основні засоби привернення уваги, емоційна домінанта).
6. Визначити наявність у тексті авторський міркувань, узагальнень, спосіб їх аргументації (на рівні фактів, логіки).
7. Окреслити тип мовлення (монолог, діалог чи їх поєднання), спосіб викладу (індуктивний, дедуктивний, традиційний), вид тексту (розповідь, роздум, опис, їх поєднання).
8. Схарактеризувати мовностильові ознаки (звернути увагу на різностильові засоби, контамінацію), стильову домінанту тексту і риси ідіостилю.
9. Оцінити обсяг, архітектоніку й композиційні особливості медіатвору.

10.Зробити висновок про жанрову належність тексту (група, підгрупа, контамінація форм).

Тема 3. Підтекст та контекст

Контекст

В залежності від того, на що спрямована увага реципієнта – на окреме висловлювання або на весь зміст тексту, науковці виокремлюють горизонтальний і вертикальний контекст. *Горизонтальний контекст* – оточення певної мовної одиниці умовами або особливостями вживання певного елемента в мовленні і взагалі закінченим у смисловому відношенні відрізком писемного мовлення, що дає можливість з'ясувати значення слів або фраз, які входять у нього. *Вертикальний контекст* (історико-філологічний) – об'єктивно закладена у творі інформація¹⁰.

Вербальний твір завжди існує у певному оточенні, яке прямо чи опосередковано впливає на нього. Це історичні, соціальні, політичні обставини, які переживаються автором та відбиваються на його творчості; стан культури загалом і на той час, коли твір було написано. Це чинники особистого плану, що стосуються лише цього автору (біографічного, емоційного, творчого характеру) тощо. Усе це – контекст творчості. Однак слід враховувати й обставини, що зумовили особливості сприйняття цього твору читачем, який не обов'язково живе одночасно з автором і, отже, відчуває на собі вплив інших факторів, що впливають на те, як він сприйме твор літератури, тобто **контекст сприйняття**. Таким чином, контекст – це загальний зміст соціокультурних умов, ментальних станів епохи, превалювання соціальної та індивідуальної психології, що дієвим чином впливає на автора у процесі створення того чи іншого твору та сприяє уточненню смислового значення написаного.

Підтекст

¹⁰ Шаповалова Г.В., Шебештян Я.М. Теоретико-практичні питання текстознавства. Ужгород: Гражда, 2016. С.31-32.

Підтекст (англійською мовою – implied meaning ; у німецькій – subtext ; французькою non - dit ; польською - podtekst) є найважливішим сенсообразуючим чинником твору. Він містить у собі сенс, який автором навмисно ні оформлений з допомогою письмових знаків, не виражений словесно. Підтекст створює певний емоційно-експресивний оцінний фон, завдяки якому реципієнт вгадує не виражений листі, але заданий автором сенс. «Підтекст, - наводить визначення С.П. Білокурова, - прихований зміст висловлювання, не висловлене прямо, але з ситуації, окремих деталей. Реплік, діалогів героїв, внутрішній зміст мови. Підтекст не збігається з прямим змістом висловлювання, але з допомогою аналізу ситуації, деталей, реплік у творі його виявити.

Для того, щоб читач виявив і сприйняв підтекст, недостатньо одного лише знання тієї мови, якою оформлений текст. Адже розуміння будь-якого тексту ґрунтується на двох факторах: 1) розуміння лінгвістично оформленої частини повідомлення, яке вимагає знання мови, якою зроблено це повідомлення; 2) знання лінгвістично не оформленої частини повідомлення – **пресуппозиції**. Пресуппозиція включає все, що має бути у свідомості одержувача інформації. Наприклад, слово *відновлення* містить пресуппозицію *загибель, руйнація, деградація чогось* ; слово *фініш* – *викликає розуміння того, що колись щось починалося*.

Для досягнення розуміння підтексту, найбільш адекватного тому змісту, який був закладений у нього автором, тобто для інтерпретації твору, необхідне виконання цілої низки умов.

1. Спрямованість читача на занурення у закладені автором твору смисли, готовність до уважного та аналітичного читання.
2. Знання читачем як мови, у якому створено твір, а й тих прийомів, які використовуються автором (уміння вгадати авторську іронію, наприклад).
3. Рівень знань, культури читача, володіння ним інформацією, яку не повідомляє автор, але про яку читач має загальне уявлення.
4. Збіг концептуальної системи читача та автора.

Концептуальна система – світогляд людини, створена ним картина світу, закріплена у його свідомості системою концептів. У концептуальній системі на світоглядному рівні узагальнюються результати минулого досвіду, спостережень, досліджень роздумів над природою, суспільством, собою та іншими реаліями. Саме концептуальна система автора та адресата детермінує ступінь актуалізації підтексту .

Існує кілька способів формування підтексту: графічне написання назви (ім'я) предмета, героя, графічне оформлення вербального тексту;

Тема 4. Паратекстуальність як феномен.

Текст відокремлений від зовнішнього світу межами (рамками). Знаками кордонів між текстом та позатекстовою реальністю є **делімітаційні елементи тексту**. Серед них є обов'язкові та факультативні. **Обов'язкові** – заголовок, початок, кінець твору, підзаголовки та назви окремих частин твору. **Факультативні** – епіграф, присвята, пролог, епілог. Більша частина названих елементів (заголовок, епіграф, присвята), а також коментарі, примітки та низка інших останніми роками відносять до такого явища, як **паратекстуальність**. Цим терміном позначаються елементи твору, які повністю не належать до тексту твору, але, тим щонайменше, становлять із ним єдине ціле. Про них як про паратекстуальні заговорили після виходу 1987 року роботи відомого французького дослідника **Жерара Женетта** під назвою «Паратексти: пороги інтерпретації». Співвіднесення паратексту з порогами невинуватково. Адже паратекстуальні елементи лежать на «порозі» тексту, є його рамою, яка відокремлює текст від позатекстової реальності, як було зазначено вище. Паратекстові елементи, що лежать на порозі тексту, покликані певним чином підготувати та направити його сприйняття читачем (а отже, і його інтерпретацію). Женет поділяє усі паратекстуальні елементи на дві великі категорії: **перитекст** та **епітекст**. До перитексту Женет відносить такі елементи, як назва і підзаголовки твору, заголовки розділів, передмова, примітки і т.п. - тобто те, що в певному сенсі можна знайти "всередині" тексту. Епітекст більше

співвідноситься з «зовнішнім» простором тексту: інтерв'ю з автором, рекламні оголошення, рецензії критиків тощо. Паратекст, таким чином, складається з перитексту (того, що належить авторові твору) та епітексту (того, що має відношення до даного твору, але написано іншими). Тобто йдеться про авторство паратекстів. Тому французький дослідник виділяє два типи паратексту: **автографічний та алографічний**. Автографічний паратекст – це паратекст, створений безпосередньо автором тексту (твору), на противагу алографічним паратекстам, які створюються іншими людьми (зазвичай, видавцями чи редакторами тексту, тими, хто його аналізує і рекламує).

У своїй книзі Женетт докладно досліджує різні види видавничого перитексту, значення імені автора (або його відсутності) на обкладинці твору, роль, види та функції заголовків, епіграфів, присвят, приміток, значення суперобкладинок, а також публічних та приватних епітекстів. Зупинимося докладніше на найважливіших елементах перитексту (паратексту).

Першим знаком художнього твору є **заголовок**. Саме він бере на себе основне навантаження щодо поділу зовнішнього світу (позатекстової реальності) та тексту. Ім'я тексту - одне з ключових понять, «надсильне» місце, воно містить у собі програму твору та ключ до його розуміння. Заголовки можуть бути нейтральними або текстоутворюючими; у заголовках може міститися присвята, вказівка на жанр твору, місце чи час дії (описи); у якості заголовків можуть використовуватися прецедентні явища - прислів'я та приказки, цитати з інших творів, образи-символи і т.д.; це можуть бути імена героїв даного твору. Вже у заголовку міститься настанова для читача на характер структурного ядра твору. Якщо це доля і характер героя, то, швидше за все, в заголовок буде винесено його ім'я або якась ключова характеристика; якщо ж ситуація чи протиріччя, то це теж буде відображено у заголовку («Гобсек» Оноре де Бальзака, «Сильні та одинокі» Петра Кралюка, «В дорозі» М.Коцюбинського тощо). Заголовок виконує у творі кілька функцій, серед основних такі: номінативна, репрезентативна, графічно-видільна, концептуально-сміслова, естетична, тематична.

Епіграф - черговий ступінь проникнення в текст, що знаходиться над текстом і співвідноситься з ним як цілим. Через епіграф автор відкриває зовнішню межу тексту для інтертекстуальних зв'язків. Епіграф набагато частіше, ніж назва, орієнтує читача на те чи інше прецедентне явище, оскільки, зазвичай (хоча й не обов'язково) це фрагмент тексту іншого автора.

На відміну від епіграфа, **присвята**, як правило (хоча й не обов'язково), не відсилає читача до текстів інших авторів а є вказівкою, яка адресується конкретній особі і більшою мірою пов'язана з якоюсь особистістю, фактами біографії, уподобаннями автора. Вчені виділяють кілька видів присвят:

1. За **характером комунікації**: *меморіальні* (безпосередньо вказується ім'я особи, про яку нагадує/повідомляє автор) та *діалогічні* (що передбачають продовження взаємодії між автором та адресатом).

2. За **характером адресата**, *поліадресатні* (навернені до широкої аудиторії) та *моноадресатні*.

3. За **типом взаємин між автором та адресатом** – *екстравертні*, або *соціально-орієнтовані* та *інтровертні*, або *орієнтовані на особисту сферу*.

Найбільш цікаві випадки, коли автор наділяє посвяту **рецептивною роллю**: за допомогою такого посвяти автор задає один із можливих смислів тлумачення свого твору.

Ст. Назарець пропонує таку типологію присвят¹¹:

- **ситуативні**: створення твору викликано певними подіями, є реакцією на них;
- **асоціативні**: особистість адресата асоціюється автором із якимись явищами природи, подіями;
- **інтроспективні**: якщо твір звернений до самого себе;
- **латентні** (ім'я того, кому присвячується твір, зашифровано, найчастіше це ініціали).

Розуміння побудови тексту у журналістикознавстві

¹¹Назарець В. Типологія жанрово-тематичних їх різновидів присвяти.

Аналіз побудови тексту пов'язаний з дослідженням таких рівнів тексту, як «архітектоніка» та «композиція». Іноді ці терміни використовують як синоніми. Але між ними є принципова різниця. Архітектоніка – це зовнішня побудова тексту, який розділяється на абзаци, частини, глави. Паратекстуальність безпосередньо пов'язана саме з архітектонікою тексту. Що ж стосується композиції, то цим терміном визначається відносини між частинами тексту: пояснення, чому саме стільки частини виокремлено автором; чи є у творі інверсія (порушення хронології викладу інформації про події, коли про те, що відбулося раніше, повідомляється після опису подій, що сталися пізніше) чи виклад є послідовним; як співвідносяться між собою перша та друга частини твору (якісь найбільш показові події з першої частини можуть повторюватися у другій абсолютно – симетрія, або з якимось змінами – асиметрія); якими є відносини між початком тексту та його кінцівкою – вони можуть збігатися (автор починає з повідомлення про щось і повертається до цього повідомлення наприкінці тексту), або розвиток оповіді про події може мати лінійний характер, коли йдеться про зміни у ситуації. Таким чином – архітектоніка це зовнішня побудова тексту, а композиція – відносини між частинами тексту (його внутрішня побудова).

Звернемось до архітектоніки журналістського твору. Він членується на **абзаци**, тобто на одиниці, які складаються з одного або декількох речень, пов'язаних між собою за змістом. В. Михайленко наводить декілька мотивацій поділу тексту на абзаци:

- подається нова інформація, нова мікротема;
- подається важлива інформація в межах тексту;
- необхідне емоційне виділення деталі;
- подальша подача інформації може порушити зміст і логіку викладу (в результаті лінійної несумісності фраз).

«Основним призначенням абзацу є поділ тексту на частини з метою виділення його компонентів. Це полегшує сприйняття повідомлення, оскільки дає можливість реципієнтові зробити паузу під час читання, а також розставляє

акценти. Не розчленований на абзаци текст сприймається важко, що може призвести до втрати інтересу і притуплювання уваги реципієнта»¹².

На сприйняття тексту впливають його паратекстуальні елементи: заголовок, підзаголовок, лід.

На вибір **заголовка** журналістського твору впливають зміст і жанр тексту: цитати є найбільш популярними заголовками інтерв'ю; заголовок у формі запитання більш характерний для аналітичних жанрів; перефразування й інші прояви гри у заголовках – для художньо-публіцистичних жанрів. «Заголовки, - пише дослідник, - дають читачеві змогу прогнозувати зміст тексту і обирати матеріал для читання. Коли заголовок незрозумілий, але привертає увагу, виникає так званий «ефект посиленого очікування». Заголовок, що за змістом не збігається з текстом, викликає «ефект обманутого очікування». Із такими заголовками слід бути обережними: в обманутих чи здивованих читачів може виникнути непередбачена реакція на текст – від захопленого читання до негативної оцінки автора й редакції. В обох випадках заголовки виконують експресивну функцію (за відсутності інформаційної)»¹³. В.М. Михайленко вказує на залежність вимог до заголовку від типу засобу масової інформації, до якого належить текст. У діловій пресі заголовок має точно передавати суть теми, проблеми, про які йдеться. У суспільно-політичній пресі заголовок має презентувати суть тексту, а також привертати увагу до змісту публікації, що посилює роль номінативної і рекламної функцій заголовку. У «жовтій пресі» на перше місце виходить рекламна функція заголовка, адже привернути увагу максимальної кількості людей – це головне його завдання. В.М. Михайленко звертає увагу на різницю між поняттями «заголовок» та «хедлайн». «**Хедлайн**, - пише він, - це один з елементів новинного тексту, вироблений у західній журналістиці. Він існує в органічному взаємозв'язку з такими елементами текстів, як лід і корпус: у хедлайнні викладається суть новини, в ліді вона поглиблюється, а в корпусі доповнюється другорядними деталями»¹⁴.

¹² Михайленко В.М. Теорія твору й тексту: навч. посіб. Київ: ПАЛИВОДА А.В., 2013. С.185.

¹³ Михайленко В.М. Теорія твору й тексту. С.187.

¹⁴ Михайленко В.М. Теорія тексту й твору. С.189.

Наступний елемент паратексту – **підзаголовок**, за допомогою якого уточнюється, розвивається або розшифровується зміст заголовку, додається необхідна читачеві інформація. Це свого роду пояснювальна фраза, яку розташовують безпосередньо після заголовка.

Лід в журналістському тексті - це «перед текст, який розміщений після заголовка й надрукований іншим шрифтом або виділений не шрифтовим засобом»¹⁵. Мета цього елемента паратексту – задати тон статті. Він має бути чітким і зрозумілим. Ліди можуть бути *прямими* (відразу повідомляється, що відбулося), *уповільненими* (автор поступово підводить читача до сутності інформації), *комбінованими* (такий лід за рахунок підвищення інтересу до предмета компенсує застарілість фактів).

Тема 5. Текст – гіпертекст – мегатекст - понадтекстова єдність.

Поняття «інтертекстуальність» передбачає визнання проникності текстових кордонів. «Різні суспільства, різні соціальні групи створюють і передають по доступним їм комунікативним каналам свої тексти та відповідні оцінки стосовно тої чи тої проблеми, події, пропонують власні нормативно-ціннісні системи, - пише П.Д.Фролов. - Тексти переплітаються між собою, «розтікаються». Розуміння одиночного тексту вже неможливо без залучення інших текстів. Текст перестає бути автономним утворенням, він будується з попередніх текстів у процесі постійної переробки і ре інтерпретації. Він розпадається на фрагменти, на окремі комунікативні елементи, зв'язані між собою. Стійкі текстові структури починають рухатися, утворюючи нові зв'язки, нові сфери комунікації. Кожний окремий, одиничний текст стає відкритою системою, доступною безлічі інтерпретацій»¹⁶ У першу чергу цей процес викликає появу таких понять як «гіпертекст», «мегатекст», «міжтекстова цілісність (міжтекстова єдність)».

«Гіпертекстовість, - пише О.А. Іванова, - це нелінійна організація тексту, а також нелінійна форма керування його складовими в єдиній гіпертекстовій

¹⁵ Михайленко В.М. Теорія тексту й твору. С.191.

¹⁶ Фролов П.Д. Гіпертекст як смислоутворююча складова інформаційного простору. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. № 101. С.54.

системі. Властивості та принципи організації твору, побудованого як гіпертекст: нелінійна структура, тобто наявність посилань та зносок; необмежена можливість експлікації структури гіпертексту (у звичайній книзі читач у процесі комунікації дістає структуру з лінійного тексту, а в гіпертексті вона вже побудована автором), незавершеність, як наявність віртуальних структур (гіпертекст – і ієрархія, набір текстів, єдність – і множина одночасно), структурно підтримувана можливість різного сприймання, явище множинної інтенції, що передбачає інтерактивну поведінку читача, тобто допущення гіпертекстом як принципом організації твору можливості рецептивного впливу на його структуру, який поводить активну у процесі читання. Чим багатше є тезаурус читача, тим прозоріше і певніше він зчитує неказане, те, що мається на увазі у тексті, побудованому як інтертекст, або тим змістовнішим буде його подорожування гіпертекстом»¹⁷. І далі, обґрунтовуючи тезу про наявність у гіпертекста «в умовах культури тотальної інформаційності» безможного горизонту зв'язків, дослідниця пише: «Особливо помітними гіпертекстові властивості твору стають у так званій мережевій літературі – тій, що може бути репрезентована лише в електронному просторі, хоч сам принцип гіпертексту підтримується і друкованим (паперовим твором). У гіпертексті знімається будь-яка можливість обмеження інтертекстуальності: усе можна зіставити з усім без обмежень»¹⁸.

Гіпертекст – сукупність чітко організованих / структурованих текстів як культурно-історичних кодів/знаків/інформації з різними способами передачі та сприйняття, представлених у вербальному та невербальному вигляді. У відповідній статті з Інтернет-мережі зміст цього терміну визначається так: «Гіпертекст (англ. Hypertext) – текст для перегляду на комп'ютері, який містить зв'язки з іншими документами («гіперзв'язки» чи «гіперпосилання»); читач має змогу перейти до пов'язаних документів безпосередньо з вихідного (первинного) тексту, активувавши посилання. Найпопулярнішим зразком гіпертексту є World

¹⁷ Іванова О.А. Про читацькі зусилля в медіатизованій культурі. *Читач. Рецепція. Інтерпретація: матеріали наукового круглого столу / за ред. Н.М.Шляхової*. Одеса: Астропринт, 2017. С.24.

¹⁸ Іванова О.А. Про читацькі зусилля...С. 24 – 25.

Wide Web, у якому браузер переміщує користувача з одного документу на інший, щойно той «натисне» на гіперпосилання».

Таким чином, відшуковуючи інформацію, користувач Інтернету потрапляє у гіперпростір (гіперреальність). І мандрує цим простором самотійно, в будь-якому напрямку. Те ж саме можна сказати про людину, яка шукає інформацію у словнику, енциклопедії і переходить від однієї статті до іншої. Але при цьому ці статті можуть бути із різних галузей знань, тематично не пов'язаними одна з одною. От що пише про гіпертекст П.Д. Фролов: «Включення суб'єкта в різні комунікативні сфери, у різні інформаційні потоки призводить до утворення складних, нелінійних, пересічних у просторі і часі структур. У результаті споживачі інформації опиняються немов би на перетині цих потоків. Обираючи ту чи іншу послідовність текстів, споживач слідує своїм інтересам, і основний зміст сприйнятого «збирається» ним подібно мозаїці з безлічі другорядних смислів, зв'язаних воедино лише завдяки єдиному місцеві і часу. У силу того, що прочитане включається в усе нові зв'язки, виступає в усе нових якостях, з нього вичерпується все новий зміст; він як би повертається щораз іншою своєю стороною, у ньому виявляються всі нові властивості, нові смисли, а сам текст виявляється ув'язненим у певний ментальний простір як сукупність значень, образів, символів. Значення вихідного тексту вичерпується, розкривається тільки в контексті цього ментального простору. При цьому суб'єкт, що пізнає, не тільки «переглядає» тексти, не тільки знайомиться з ними, але й активно їх переробляє: порівнює, зіставляє, аналізує, коментує, редагує, пере інтерпретує тощо. Ці форми діяльності суб'єкта породжують нові форми усвідомлення дійсності, нові «фігури свідомості», нові смисли та значення. По суті, читач зі споживача перетворюється у виробника тексту»¹⁹. Але, додамо, у зв'язку з тим, що вибір текстів при цьому був довільним, скоріше за все, якщо той же самий споживач знову вирішить пройти тим же шляхом у друге, склад створеного ним гіпертексту буде значною мірою не тим же самим (він може обирати інші статті, за іншою тематикою, за іншими критеріями пошуку).

¹⁹ Фролов П.Д. Гіпертекст як смислоутворююча складова інформаційного простору. С.55.

Подібне не можна сказати про читача тексту твору або сукупності творів. Навіть якщо читач і перегортує сторінки твору (хоче дізнатися, чим завершиться ситуація і одразу після зав'язки шукає розв'язку, або не хоче читати розгорнуті описи, статистику будь що і минає декілька сторінок), порушуючи послідовність викладу інформації, він залишається у просторі того ж самого твору. Стосовно сукупності творів: якщо реципієнт переходить від однієї книги до іншої, від інформаційної (або аналітичної, художньо-публіцистичної) статті до щоденників або збірки документів (наукових статей), він все рівно залишається у тому тематичному просторі вербальних творів, з яких складається ця сукупність. Тобто, для сукупності творів завжди є щось таке, що їх об'єднує за якимись принципом: їх написав той же самий автор, або всі вони належать одній і тій же сфері знань (наприклад, книги про архітектуру, про події війни; біографічна література або поезія або ж детективний жанр), або місцевості, або людині (наприклад, все те, що так чи інакше пов'язано з видатним поетом). Тому сучасні дослідники дедалі частіше схильні розділяти поняття «гіпертекст» та «мегатекст».

Мегатекст – сукупність, система, що складається з окремих текстів, об'єднаних загальною тематикою і проблематикою, завдяки чому ця сукупність (система) перетворюється в уяві реципієнта на один великий текст. Мегатекст - поняття, яке застосовується до сукупності текстів (різного жанру, художніх та нехудожніх, створених у різні часи і в різних місцях і різними авторами) центрично організованої (обов'язково є ядро, центр, навколо якого збирається чисельна кількість текстів). Таким центром може бути назва міста (Одеський текст – це мегатекст, у склад якого включають все те, що написано про Одесу), ім'я видатної особистості (мегатекст – усі тексти, пов'язані з цією постаттю, що містять інформацію про її біографію, діяльність, місця, де вона перебувала, людей, з якими вона зустрічалася, спогади, щоденники тощо), позначення жанру (всі тексти, з яких ми дізнаємося про фейлетон – історію його формування і розвитку, жанрову природу, авторів, безпосередньо тексти фейлетонів), історичної події (всі тексти про цю подію та її учасників). Таким чином,

мегатекст – це тексти та позатекстові фактори, які з ними пов'язані. Або ж: сукупність текстів, об'єднана змістовно та ситуативно, що характеризується єдиною модальною установкою, досить певними позиціями адресанта та адресата. Це загальний, інваріантний текст. Дослідниця Н.Е. Медніс запропонувала таке визначення мегатексту: складна система інтегрованих текстів, що мають загальну позатекстову орієнтацію, що утворюють незамкнену єдність, позначену смисловою та мовною цілісністю. Головні ознаки мегатексту, на думку цієї дослідниці, такі:

1. Кожен мегатекст має свій образно і тематично позначений центр, що фокусує об'єкт, який у системі «позатекстові реалії-текст» постає як єдиний концепт надтексту. Це може бути локус, взятий в єдності його історичних, географічних, культурних характеристик. Італійський текст. Шекспірівський текст ... Складові мегатекст одиниці включають лише ті явища, які є найбільш показовими (ключовими).

2. На відміну від гіпертексту, який можна «читати», вирушаючи з будь-якої його точки, мегатекст, як будь-який ядерний за своєю структурою утвір, передбачає наявність та знання читачем якогось стабільного кола текстів, найбільш репрезентативних для даного мегатексту.

3. Смилова цілісність, що народжується в місці зустрічі тексту і несподіваної реальності і виступає як цементуючий мегатекст початок.

З цих визначень гіпертексту та мегатексту виходить, що вони різні, оскільки зв'язки між окремими текстами всередині гіпертексту і мегатексту різні. Гіпертекст - це сукупність інформації, яка *сформована мережею гнізд*, в якій читачі вільні прокладати шлях *нелінійним* чином. Як і мегатекст, гіпертекст допускає можливість множинності авторів, розмивання функцій автора та читача, розширення роботи з нечіткими межами та множинність шляхів читання. Але при цьому вибір кола текстів завжди буває довільним, між ними відсутній зв'язок на будь-якому рівні, крім рівню «ініціатива реципієнта». Гіпертекстова, наприклад, за своєю структурою будь-яка (електронна чи паперова) бібліотека, яка є організованим збором різних текстів. Що ж до таких

складних текстових утворень, як цикл, збірник, трилогія (дилогія), Віденський текст, текст Незалежності України тощо, то рівень автономності складових таких текстів значно менше, ніж у справжньому гіпертексті.

І, нарешті, ще одне поняття, безпосередньо пов'язане з розмиканням меж окремого тексту: межтекстова єдність.

Міжтекстова єдність – семантична єдність, що будується на такій властивості тексту, як повтор, що виявляє себе на різних рівнях тексту. Наприклад, цикл фейлетонів сучасного українського публіциста.

Тема 6. Інтертекст

Під терміном «інтертекст» розуміється частина тексту твору іншого автора (уривок, або відгомін цього твору), яку включено в новий твір головним чином з метою нагадати про відомий твір, порівняти ситуацію (стан героя, його вчинок тощо) у двох творах, погодитися (або навпаки посперечатися) з концепцією того твору, частину тексту якого включає автор до свого тексту.

О.А. Іванова так визначає сутність категорії «**інтертекстуальність**», розуміючи її як принцип побудови твору: «цитатний спосіб компонування цілого, згідно з яким на різних рівнях його організації – ідеологічному (смысловому), семіотичному (знаково-референтному), комунікаційному – виявляється зв'язок з іншим текстом або текстами»²⁰

Інтертекстуальність – «явище явної чи прихованої / латентної репрезентації в окремому конкретному тексті інших текстів, їхніх елементів, ознак; накладання текстів (натяки, згадки, цитування), формування асоціативних комбінацій, породження додаткових смислів тощо; має різновиди: *власне інтертекстуальність*, *архітекстуальність*, *гіпертекстуальність*, *паратекстуальність*, *мета текстуальність*; **власне інтертекстуальність** – один із різновидів *інтертекстуальності*, що виявляється в окремому

²⁰ Іванова О.А. Про читацькі зусилля в медіазованій культурі. С. 24.

конкретному тексті як наявність (пряма чи прихована) покликань на інші тексти (цитати, різноманітні згадки, алюзії, натяки тощо)»²¹.

Запозичення – творче застосування автором поодиноких сюжетів, мотивів, текстових фрагментів, мовних оборотів, образів, створених іншими авторами. Запозичення може бути буквальною «цитатним» відтворенням будь-якого фрагмента або його переробкою. Це літературний прийом, розрахований на складний семантичний ефект алюзії, художнього натяку, проєкції тексту на текст – на впізнавання читачем прообразу.

Алюзія (від лат. *allusio* – натяк) – стилістична фігура, за допомогою якої один твір з метою посилення його смислової виразності, розстановки потрібних автору семантичних акцентів «проєціюється» на інший за допомогою згадування будь-яких реалій з цього «іншого» твору, текстових ремінісценцій з нього і т.п.

Парафразис – творче перекладення письменником твору (зазвичай створеного іншим автором) по-своєму, в іншій інтонаційній системі, зі зміненими сюжетними лініями, з доданими епізодами тощо. Найбільш поширені різновиди парафразису – стилізація та варіація. Іронічний парафразис зазвичай використовується для створення пародій.

Ремінісценція (від позднелатин. *reminiscentia* – спогад) – літературний прийом, заснований на навмисному запозиченні чужого сюжетного мотиву, образу, підданого тій чи іншій переробці, але впізнаваного читачем.

Наведений перелік (далеко не повний) понять, пов'язаних із засвоєнням досвіду художника-попередника його послідовником, іншим художником, показує, наскільки складною і одночасно актуальною є розмова про міжтекстові зв'язки. Особливо часто при цьому оперують поняттям «**інтертекстуальність**».

Термін «інтертекстуальність» вживається і в тих випадках, коли йдеться про посилення до «чужого» тексту всередині даного (при цьому інтертекстуальність розуміється як загальна властивість літератури), і виключно по відношенню до мистецтва модернізму та постмодернізму (мається на увазі, що текст будується

²¹ Шаповалова Г.В., Шибештян Я.М. Теоретико-практичні питання текстознавства. Ужгород: Гражда, 2016. С.38 – 39.

як ланцюжок цитат і ремінісценцій до інших текстів - свого роду гра автора з читачем у розшифрування цитації).

Термін «інтертекст» увела в науковий вжиток у 1968 році **Юлія Крістева**, виходячи з того, що всяке слово (текст) є такий перетин двох слів (текстів), де можна прочитати, щонайменше, ще одне слово (текст). **Ролан Барт** вважає, що кожен текст є інтертекстом; інші тексти присутні у ньому на різних рівнях у більш менш відомих формах: тексти попередньої культури та тексти навколишньої культури. Кожен текст є новою тканиною, зітканою зі старих цитат. Уривки культурних кодів, формул, ритмічних структур, фрагменти соціальних ідіом... – усі вони поглинені текстом та перемішані в ньому, оскільки завжди до тексту та навколо нього існує мова. Ще одна дослідниця, **Наталі П'єге-Гро** в книзі «Вступ до теорії інтертекстуальності» пише, що простір культури – це місце взаємоорієнтації та взаємодії текстів, коли будь-який з них може бути прочитаним як продукт вбирання та трансформації безлічі інших текстів. Принципове значення при цьому дослідниця надає питанню: що є ключовим у розумінні інтертекстуальності: те, що автор свідомо чи несвідомо відштовхується від прочитаних ним текстів (у такому разі інтертекстуальність – «продукт писемності»), або те, що читач виявляє різні смисли в читаному їм творі з тими текстами, які вже відомі з читання інших творів (у такому разі інтертекстуальність – результат «ефекту читання»).

Тема 7. Сіквел, пріквел, ремікс, кросовер, рімейк – як прояви перекодування тексту.

У ряді випадків вчені вважають за краще говорити не про запозичення, а про **літературну обробку (переробку)**. При цьому вони оперують такими термінами як сіквел, пріквел, рімейк, ремікс, сайдквел, кросовер. Більшість цих термінів уперше з'явилося у зв'язку з розвитком кінематографії.

Сіквел (від англ. sequel - результат, слідство) - продовження твору, який отримав успіх серед широких кіл глядачів (читачів) і у зв'язку з цим користується комерційним успіхом. Найчастіше про сіквел говорять стосовно в контексті

творів масової літератури. У творі-сіквелі розвивається протосюжет, запозичений із класики, але який піддався іронічній грі з цим класичним протосюжетом, обігранням відомих та міфологізованих масовою свідомістю текстів. Як правило, сіквел починається з того моменту, яким завершився твір, який став його протосюжетом. Але можливий і тимчасовий розрив між подіями у них. Простір, у якому відбуваються події у сіквелі, його герої, час – відповідають хронотопу першоджерела. Однак це, безумовно, не означає, що автор сіквела не може обмежити число персонажів у своєму творі, в порівнянні з першоджерелом, або ж, навпаки, включити до нього нових.

Приквел (від англ. *prequel* – слова, складеного з префікса *pre-* «перед», «до» і слова *sequel* – «передісторія») – цей термін так само прийшов з кінематографії, де з його допомогою позначалися фільми, що представляють глядачеві ті події, які передували подіям фільму, що став популярним. Таким чином, «сіквел» та «приквел» – антоніми. У сюжетному відношенні приквели дають більше самостійності авторам, оскільки не вимагають дотримуватись подій (як і системи персонажів) того твору, на який вони орієнтовані.

Рімейк (або ремейк; від англ. *remake* – переробляти) – виправлений, перероблений чи оновлений варіант відомого твору. Як правило, рімейк – прояв ігрового ставлення до тексту-першоджерела, наявності діалогу з ним у підтексті. Вказівка на рімейкову природу нового твору може міститися вже у його заголовку. Виходячи з того, що провідними ознаками такого нового жанру, як драма-рімейк, є кореляція з рецепцією та інтерпретацією претексту, в них присутній експліцитний або ж імпліцитний діалог з ним, як і з його хронотопом та персоносферою. Є.М. Васильєв виділив такі жанрові ознаки рімейку:

- експліцитний діалог із класичним текстом, що оприявнюється в заголовковому комплексі твору;
- іронічне ставлення до претексту, що виявляється у подвійному кодуванні, деконструкції, пастишуванні та травестіюванні;
- сучасність хронотопу вихідного тексту;

- наповнення новим змістом та парадоксальний розвиток сюжету класичного тексту («Макбетт» Є. Йонеско, «Золушка» Я. Гловацького),
- повторення основних сюжетних ходів та вузлів претексту («Антигона у Нью-Йорку» Я. Гловацького, «Крихітка Цахес» та «Кохання в стилі барокко» Я. Стельмаха),
- незмінність типів характерів при зміні зовнішніх обставин, соціальних та політичних умов («Лір» Є. Бонда, «Четверта сестра» Я. Гловацького),
- можливість рецепції твору на двох рівнях: як у зв'язку із класичним претекстом, так і як самостійного твору²².

Ремікс (слово складено з префікса re-«повторювати» і слова mix – «змішувати») є перекодуванням тексту відомого твору шляхом його деформації. Автор реміксу включає фрагменти відомого тексту та доповнює їх власним текстом, надає вихідним фрагментам іншого змісту, здійснює зміни в образній системі вихідного твору, у сюжетних мотивах. У жанровому відношенні ремікс допускає змішання високого та низького, трагедійного та фарсового.

Сайдквел (або **спін-офф**) (від sidequel – побічна дія) - твір, дія якого протікає у вигаданому світі раніше створеного твору, або головним героєм якого стає другорядний персонаж цього вихідного, добре відомого публіці твору. Це свого роду відгалуження від сюжетної лінії відомого твору. У той же час зв'язок сайдквела з джерелом зберігається і на сюжетно-фабульному та хронотопному рівнях.

Так, наприклад, у центрі роману сучасного письменника Теодора Рошака «Спогади Елізабет Франкенштейн» - вихована в будинку Франкенштейнів дівчина на ім'я Елізабет, яка стала дружиною героя роману Мері Шеллі «Франкенштейн, або Сучасний Прометей» і була вбита створеним ним чудовиськом.

Кросовер (від англ. crossover – схрещування) – твір, у якому переплітаються сюжетні лінії двох і більше творів-оригіналів. Наприклад, в романі сучасного

²² Васильєв С.М. Сучасна драматургія: жанрові трансформації, модифікації, новації: монографія. Луцьк: ПВД «Твердиня», 2017. С.33-34.

українського письменника Петра Кралюка «Справжній Мазепа» серед персонажів – Опанас Іванович, який нагадує героя повісті Миколи Гоголя «Старосвітські поміщики», Тарас Бульба та його сини Остап і Андрій, герої повісті Миколи Гоголя «Тарас Бульба», Ганна з повісті Гоголя «Майська ніч, або Втоплениця» і Явтух з повісті Миколи Гоголя «Вій» та багато інших персонажів і не тільки творів Гоголя.

ПЛАНИ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття № 1

Тема: Контекст медіатексту.

ПЛАН:

1. Зміст поняття «контекст» - у лінгвістиці, літературознавстві та журналістикознавстві.
2. Види контексту.
3. Роль контексту у вираженні автором власної концепції, з одного боку, і урозумінні авторської концепції його реципієнтом, з іншого боку.
4. Аналіз медіатексту (за вибором студента) з точки зору контексту його створення, сприйняття, а також виду цього контексту (історичний, політичний, культурний тощо).

Рекомендована література:

1. Бовсунівська Т. Смыслотворча функція контексту. *Слово і час*. 2011. № 6. С.3 – 13.
2. Колінько М. Вплив культурних контекстів на міжкультурну комунікацію. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua> PDF
3. Романюк Л.В., Бабич М.Я., Соловей О.Я. Культурний контекст та кроскультурні співвідношення у становленні особистісних цінностей і суб'єктивного благополуччя. *Вчені записки ТНУ імені В.І.Вернадського: психологія*. 2020. Т.31 (70). № 2. С.53 – 60.

4. Савелюк Н.М. Контекст як системний чинник розуміння дискурсу: філософські, лінгвістичні та психологічні аспекти. *Теорія і практика сучасної психології*. 2016. № 1. С.29 -33.
5. Шаповалова Г.В., Шебештян Я.М. Теоретико-практичні питання текстознавства. Ужгород: Гражда, 2016. 100 с

Практичне заняття № 2

Тема: Паратекстуальний рівень фікційного / не фікційного твору.

ПЛАН:

1. Визначення понять «паратекст», «епітекст», «перітекст», історія включення цих понять у науковий обіг.
2. Заголовок як складова паратексту. Заголовковий комплекс у тексті.
3. Епіграф як складова паратексту. Різновиди епіграфів в медіа текстах.
4. Лід і його роль в журналістських текстах.
5. Авторські та редакційні примітки та коментарі як складова журналістського твору.

Рекомендована література:

1. Михайленко В. Теорія твору й тексту: навчальний посібник. Київ: Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2022. С.182 – 198.
2. Михайлін І. Основи журналістики: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. С.367-384.
3. Пирогова К.М. Пара- та метатекстуальність в українських медіа-текстах. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*. 2017. № 4 (32). С.157 – 159.
4. Сокол М.О. Поняття паратексту та паратекстуальності в системі сучасного літературознавства. *Вісник Житомирського державного університету*. 2011. Вип. 60. Філологічні науки. С.218 – 221.

Практичне заняття № 3

Тема: «Одеський текст» як мегатекст.

ПЛАН:

1. Зміст поняття «мегатекст».
2. Складові культурного коду міста. Поняття про сигнатури.
3. Одеський текст як об'єкт уваги літературознавців, культурологів, журналістів.
4. Обговорення творчих праць студентів за темою «Моє бачення Одеського тексту»

Рекомендована література:

1. Кучеркенко С.В. У пошуках українського образу Одеси. *Актуальні проблеми слов'янської філології*. 2010. Вип. XXIII. Ч.2. С.229 – 238.
2. Орманжи В.Є. Одеський міський текст у національному контексті (за романом Й. Козленка «Танжер»). *International scientific and practical conference. Wloclawek, Republic of Poland. July 9-10. 2021*. С.70 – 73.
3. Скорина Л. Одеський «текст» у творчості Івана Микитенка. *Вісник Черкаського університету. Серія. Філологічні науки*. 2015. Вип.5. С.52 – 63.
4. Тверітінова Т.І. Культурний код італійського міста в романі Д.Брауна «Інферно». *Література та культура Полісся. Серія «Філологічні науки»*. 2022. № 20. С.53 – 62.

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

№ п.п.	Зміст завдання	Кількість балів
1	Тема 1. Ознайомлення із статтею: Кузь О.М. Соціальна реальність як текст. <i>Наука. Релігія. Суспільство</i> . 2008. № 2. С.260 – 264.	10

	Підготовка письмового опису значної події суспільного життя (за вибором студента) як тексту сьогодення	
2	Тема 2. Підбір текстів з ключовим концептом «кохання» (прозова або поетична художня література, тексти с соціології, психології) і порівняння текстів з метою виявлення специфічних ознак художніх та нехудожніх текстів і їхнього подальшого розмежування.	10
3	Тема 3. Проаналізувати журналістський нарис (за вибором студента) з точки зору впливу контексту на відображення автором дійсності, а також сприйняття читачем цього нарису.	10
4	Тема 4. Проаналізувати випуск газети (за вибором студента) з точки зору характеру заголовкового комплексу.	14
5	Тема 5. Ознайомлення з низкою досліджень гіпертекстуальності (гіпертексту) та виявлення тих положень про гіпертекст, які зближують концепції усіх авторів і тому можуть вважатися найбільш показовими для визначення сутності гіпертекстуальності. Статті, що рекомендовано для аналізу: Місяць Н. Гіпертекст – новий крок у розвитку тексту. <i>Волинь-Житомирщина</i> . 2002. № 9. С.103-105. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vg_2002_9_21 ; Мошинська О.Ю., Пилипенко С.Г. Гіпертекст у просторі культури. <i>Медіа і філософія: грані взаємодії: монографія</i> . Харків: Право, 2017. С.121 – 135. URL: https://dspace.nlu.edu.ua PDF; Татаренко А. Гіпертекст, «гіпертекстуальність», «ерготична література»:	10

	походження та окремі аспекти функціонування термінів. <i>Studia Slovalistica</i> . 2011. С.100-114.	
6	Тема 6. Підготовка письмового аналізу тексту ЗМІ (за вибором студента) з точки зору мотивації інтертекстуальних вкраплень.	10
7	Тема 7. Ознайомлення з положеннями монографії Є.М. Васильєва «Сучасна драматургія: жанрові трансформації, модифікації, новації» (Луцьк, 2017) про кросовер і ремейк з подальшим аналізом тексту художнього твору (за вибором студента) як результату перекодування широко відомого твору	16
	ВСЬОГО	80

Питання для поточного контролю

1. «Текст» і «твір» - визначення сутності термінів.
2. Текстоцентризм сучасної гуманітаристики. Тлумачення змісту поняття «текст» в філології, культурології, психології, соціології, журналістиці.
3. Різновиди текстів за сферою їхнього застосування.
4. Ознаки тексту.
5. Текст як система.
6. Ознаки твору.
7. Специфічні ознаки медіатексту. Медіатекст авторський та перцептивний.
8. Жанри медійних текстів.
9. Різновиди медійних текстів.

10. Компоненти медійних творів.
11. Підтекст, умови виявлення реципієнтом підтексту.
12. Контекст, різновиди контексту.
13. Методи текстознавства. Сутність контент-аналізу.
14. Паратекст – сутність поняття, історія терміну.
15. Паратекст авторграфічний і алографічний
16. Перитекст і епітекст.
17. Заголовок і його роль в медіатексті. Сутність поняття «заголовковий комплекс».
18. Епіграф і присвята, їхня роль в тексті.
19. Мегатекст. Зміст поняття, різновиди мегатекстів.
20. Гіпертекст. Зміст поняття. Гіпертекст в просторі медіа.
21. Міжтекстова єдність.
22. Інтертекст. Історія виникнення поняття. Точки зору науковців на зміст понять «інтертекст» та «інтертекстуальність».
23. Інтертекстуальність як загальна властивість мистецтва слова.
24. Запозичення: зміст поняття, різновиди запозичень (алюзія, ремінісценція, цитата, парафраза).
25. Сіквеляк прояв перекодування тексту.
26. Пріквел як прояв перекодування тексту.
27. Ремікс як прояв перекодування тексту.
28. Кросовер як прояв перекодування тексту.
29. Ремейк як прояв перекодування тексту.
30. Сайдквел – як прояв перекодування тексту.

Рекомендована література

Основна

1. Зінссер В. Текст-Пекс-Шмекс / пер. з англ. Д.Кожедуба. Київ: Наш формат, 2018. 288 с
2. Михайленко В. Теорія твору й тексту: навчальний посібник. Київ: Навчально-науковий інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, 2022. 130 с.
3. Михайлин І.Л. Гіпотеза про текст і мовлення в журналістиці. URL: <https://core.ac.uk> PDF
4. Різун В.В. Аспекти теорії тексту. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua>
5. Сторр В. Наука сторітелінгу. Чому історії впливають на нас і як ними впливати на інших. Київ: Наш формат, 2023. 224 с.
6. Шаповалова Г.В., Шебештян Я.М. Теоретико-практичні питання текстознавства. Ужгород: Гражда, 2016. 100 с.
7. Яцимірська М. Сучасний медіа текст: політичні наративи, смисли і сенси, емоційні маркери. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2022. Вип.51. С.216-224.

Додаткова:

1. Васильєв Є.М. Сучасна драматургія: жанрові трансформації, модифікації, новації: монографія. Луцьк: ПВД «Твердиня, 2017. 532 с.
2. Мошинська О.Ю., Пилипенко С.Г. Гіпертекст у просторі культури. *Медіа і філософія: грані взаємодії: монографія*. Харків: Право, 2017. С.121 – 135. URL: <https://dspace.nlu.edu.ua> PDF
3. Татаренко А. Гіпертекст, «гіпертекстуальність», «ерготична література»: походження та окремі аспекти функціонування термінів. *Studia Slovalistica*. 2011. С.100-114.
4. Читач. Рецепція. Інтерпретація: Матеріали наукового круглого столу / за ред.. Н.М.Шляхової. Одеса: Астропринт, 2017. 128 с.

5. Шиліна А.Г. Типи супертекстів і система супертекстових відношень у російськомовному жіночому журналі України. *Мовознавство*. 2013. № 4. С.57 – 66.

6. Шулська Н.М., Костусяк Н.М., Римар Н.Ю. Комунікативно-логічні стратегії творення заголовків у сучасних онлайн-ЗМІ (на прикладі регіональних видань). *Вчені записки ТНУ імені В.І.Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т.32 (71). № 4. Ч.3. С.250 – 256.

15. Електронні інформаційні ресурси:

1. <http://dspace.nbu.gov.ua/> Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України

2. <https://ouci.dntb.gov.ua/> OpenUkrainianCitationIndex (OUCI) – українська база даних наукових цитувань

Навчальне видання

ТЕКСТ ЯК ОБ'ЄКТ ТЕОРЕТИЧНОЇ РЕФЛЕКСІЇ

методичні вказівки та завдання для здобувачів першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти спеціальності С7 Журналістика

Укладач

Мусій Валентина Борисівна

В авторській редакції

Підписано до друку 30.04.2025.

Формат 60x90/16. Обсяг 2,56 ум.-друк. арк.

Тираж 100 прим. Зам. № 25/040

Видавець і виготовлювач

С. Л. Назарук

Україна, 65009, м. Одеса, вул. Фонтанська дорога, 10

Тел.: 050 905 23 77. E-mail: selen_odessa@ukr.net

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 7024 від 23.12.2019 р.