

ЗАМАЛЬОВКА В СУЧАСНОМУ СОЦІОКОМУНІКАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

ГАВРИЛЮК Інна,

канд. наук із соц. комунік., доц.,

Сумський державний університет, Суми, Україна, e-mail: i.gavriluk@journ.sumdu.edu.ua.

Вступ. Сучасний етап розвитку масмедіа позначений зміною жанрової системи. Одним із жанрів, який майже зник із традиційних медіа, проте активно відреагував на появу мережевого простору й став його частиною, переживає трансформаційні процеси, є замальовка.

Актуальність та мета. Осмислення тенденцій розвитку замальовки на сучасному етапі є актуальним, оскільки дає можливість поглянути по-новому на місце та роль цього жанру в соціокомунікаційному просторі. Мета дослідження – окреслити тенденції функціонування жанру «замальовка» в сучасному соціокомунікаційному просторі.

Методологія. Під час дослідження використано методи аналізу наукової літератури, аналізу та синтезу, типологічного аналізу, систематизації. Обрані методи дозволили з'ясувати загальні особливості розвитку жанру замальовки в українському соціокомунікаційному просторі.

Результати. Огляд традиційних медіа засвідчив, що на сьогодні замальовка майже не представлена в них. Проте цей жанр не зник абсолютно, його не можна відносити до маргінальних. Наразі він переживає процес відродження та трансформації, відбиває ті процеси, які характерні для сучасного періоду розвитку медійної діяльності – доби постжурналістики. Успішною платформою для його реалізації стали соціальні мережі, де цей жанр набуває нової вимірності. Найоптимальнішою для реалізації жанрового «статусу» замальовки є фейсбук – соціокомунікаційний майданчик, що передбачає малоформатні дописи, активну авторську позицію, що й характерно для розглядуваного нами жанру. Замальовка пристосовується до умов мережевого дискурсу, тож змінюється й її жанрова модель: спрощується стилістика подання, посилюється візуальна складова тощо. Змінюється й комунікаційний підхід до написання: із жанру професійного замальовка трансформується в жанр аматорської журналістики. Мережеві замальовки стали каталізатором нового соціокомунікаційного феномена – мережевої літератури (віртуальної літератури, інтернет-літератури), вони «переростають» межі соціальних медіа й знаходять літературне втілення в окремих виданнях. Сучасний медіапростір позначений функціонуванням як традиційних різновидів замальовок, так і новітніх форм.

Висновки. Замальовки дедалі стають дедалі затребуваними в сучасному соціокомунікаційному просторі. Цей жанр адаптувався під вимоги «мережевого» дискурсу й став його складовою частиною.

Ключові слова: замальовка, соціокомунікаційний простір, соціальні мережі, «мережева література», фейсбук.

Вступ. Сучасний етап розвитку масмедіа позначений посиленою увагою до нових жанрів, їх форм і нівелюванням традиційних жанрових моделей. «<...> жанрова палітра журналіста не є сталим явищем – вона постійно модернізується через високу динаміку змін у медіа-середовищі, осучаснення творчого інструментарію власне

медійників, оновлення технологій масової комунікації, мінливість запитів аудиторії щодо і змісту, і форм подання журналістських матеріалів, інші чинники трансформації сучасних мас-медіа. Тож важливо розуміти закономірності функціонування жанрової системи журналістики, її трансформацій» [9, с. 4]. Це передусім стосується художньо-публіцистичної жанрової групи, яка найбільше зазнала змін, що обумовлені процесами, які відбуваються в сучасному медіапросторі. «Звичайно, як живе, динамічне явище, художня публіцистика не може не розвиватися, видозмінюючи стиль і форми, які б відповідали новим життєвим обставинам, світоглядним і моральним орієнтирам сучасників» [6, с. 31–32]. Зокрема, таку ситуацію спостерігаємо з жанром, який свого часу був представлений чи не в усіх друкованих медіа, – замальовкою. «Категорія жанру є найбільш консервативною в журналістиці, найбільш стійко утримує сталі, вироблені в процесі історичного розвитку ознаки. Про це свідчить те, що жанрова система з паперової спокійно перекочувала в електронну журналістику. І все ж під тиском мінливої, еволюціонуючої соціальної дійсності відбувається поступове оновлення і жанрової системи в цілому, і внутрішньої конституції кожного жанру зокрема» [11, с. 385]. Отже, осмислення особливостей розвитку жанру замальовки на сучасному етапі розвитку соціокомунікаційного простору є *актуальним*. Особливо важливе це питання в контексті медіаосвіти: майбутні медійники мають розуміти ті процеси, які відбуваються в системі жанрів загалом та художньої публіцистики зокрема.

У теоретичному сегменті українського медіазнавства немає жодної окремої комплексної розвідки, де б досліджувався жанр замальовки. Здебільшого згадки про замальовку представлені в навчально-методичних посібниках, підручниках, довідниках із журналістики, де цей жанр розглядається в системі інших жанрів [10, с. 214; 11, с. 382; 12, с. 31; 14, с. 40; 15, с. 137]. Проте такі праці не дають глибокого розуміння ні жанрових особливостей, ні, тим більше, тенденцій його розвитку на сучасному етапі. Тож наша розвідка – це спроба частково заповнити ці лакуни. Власне, у цьому й полягає *новизна роботи*.

Мета – окреслити тенденції функціонування жанру замальовки в сучасному соціокомунікаційному просторі.

Для виконання мети ставимо такі *завдання*: дослідити та уніфікувати погляди теоретиків-журналістикознавців щодо жанрових ознак замальовки; з'ясувати особливості розвитку вищезазначеного жанру в українському медіапросторі; окреслити новітню жанрову модель сучасної замальовки.

Об'єктом дослідження є матеріали, які представлені в жанрі замальовки. *Предметом* – специфіка розвитку жанру в сучасному українському соціокомунікаційному просторі.

Методи дослідження. Під час дослідження використано такі методи: аналізу наукової літератури – для визначення рівня теоретичного вивчення жанру замальовки, її жанрових ознак; аналізу – виводить на розуміння структурних елементів у пізнанні обраного жанру; синтезу – вказує на нові якісні характеристики жанрових ознак сучасної замальовки; систематизації – для структурування здобутої інформації; описовий – для розкриття особливостей жанрових ознак сучасної замальовки, які трансформуються під впливом новітніх технологій; типологічного аналізу – для визначення особливостей, різновидів вищезазначеного жанру, представлених на сучасному етапі функціонування соціокомунікаційного простору.

Для отримання результатів була переглянута значна кількість українських онлайн-медіа та соціальна мережа «Фейсбук», яка є каталізатором такого соціокомунікаційного феномену, як громадянський журналізм. Виокремлене лише одне онлайн-медіа, яке достатньо активно актуалізує жанр замальовки. З'ясовано, що замальовка як жанр малої авторської документальної прози стала одним з іманентних жанрів мережевої журналістики.

Результати й обговорення. У «Словнику журналіста: Терміни, мас-медіа, постаті» зазначено: «Зарисовка – художньо-публіцистичний жанр малої нарисової форми, в

якому на фактичній, документальній основі яскраво й лаконічно розповідається про певну подію або особу часто з дотриманням вузьких часових меж (подія відбувається протягом декількох годин, дня); ілюстрації репортажного характеру, підготовлені для періодичного видання» [13, с. 40]. Це визначення дає розуміння основних ознак розглядуваного жанру.

Передусім однією з жанрових ознак замальовки є її невеликий розмір, компактність. Саме компактність робить її схожою на мінінарис.

Як і нарис, замальовка може народитися з випадкової зустрічі автора з героєм (героями), зі спостереження за певною ситуацією, яка зацікавила, вразила автора, викликала певні емоції. При цьому замальовка – це стисле відображення якогось моменту, події, випадку з повсякденного життя, у текстах цього жанру мова йде про події, ситуації достатньо локальні. Але саме ці одиничні ситуації здатні в локальному показати глобальне, піднятися від одиничного до загального, дають розуміння суттєвого в поведінці, думках, настроях, вчинках героїв, тобто відображають загальний стан соціуму.

Автор замальовки не концентрується на встановленні фактів, їх причинно-наслідкових зв'язків, що характерно для жанрів інформаційної та аналітичної груп, він акцентує увагу викладенні деталей цих фактів. Саме деталі дають йому можливість продемонструвати емоції, які виникли в нього. Особисті емоції з приводу побаченого, почутого й стають каталізатором ще одного складового елемента замальовки – наочності. Головне завдання автора замальовки – яскраво, художньо, емоційно передати ту атмосферу, яку відчував сам, не стільки розповідати, як показувати.

На сучасному етапі цей жанр зменшив своє представництво в медіа. Причин цьому чимало. Головні з них – комерціалізація, диджиталізація, візуалізація медійного простору, активне культивування жанрів інформаційної групи, а також новітніх форматів тощо. Замальовка, як і більшість художньо-публіцистичних жанрів, поступово стає жанром-атавізмом у медіа. Жанром, яким цікавляться лише ті, хто вміє по-справжньому писати, відчувати життя, слово. Жанром, яким цікавляться лише ті, хто вміють читати, і не лише суху інформацію, а ту, в якій є життя, емоції. «Сьогодні в перенасиченому інформаційному просторі відчутний дефіцит інтелектуальної журналістики, яка заповнювала б духовний вакуум, залучала до осмислення нерідко складних життєвих реалій не тільки мозок, а й душу людини, її емоційні ресурси» [6, с. 31]. Утім говорити про те, що замальовка перебуває на межі «відмирання», не можна.

Моніторинг українських медіа засвідчив, що замальовки з'являються в них періодично. Одним із видань, яке відмовилося маргіналізувати авторську журналістику, є суспільно-політичне онлайн-медіа Gazeta.ua. Такий різновид соціокомунікаційних практик представлений у рубриці «Колонки».

Прийнято вважати, що за ключовим словом «колонка» ховається такий різновид персональної журналістики, як колумністика. «Колумністика – це авторські виступи на злободенні (і не тільки) питання, це погляди на себе в світі й світу в собі, це маленькі шматочки приватного й соціального буття», – [4, с. 118].

Авторські колонки (колумністика) – це неоднорідне медійне явище. Умовно можна виділити публіцистичні та художні авторські колонки [4, с. 119]. Варто зазначити, що в рубриці «Колонка» онлайн-видання Gazeta.ua представлена як публіцистична, так і художня колумністика (із превалюванням останньої), яка, зокрема, містить матеріали в жанрі замальовки. З-поміж авторів-колумністів онлайн-медіа Gazeta.ua, матеріали яких представлені в жанрі замальовки, – Павло Щириця (<https://gazeta.ua/columns/shchyrytsia>), Оксана Снігур (https://gazeta.ua/articles/okšana-snigur/_sos-horoshe/1170642), Наталія Мазіна (<https://gazeta.ua/columns/nataliya-pavlenko>), Наталія Соколан (<https://gazeta.ua/columns/sokolan>), Ірина Мамрига (<https://gazeta.ua/columns/mamryha>) та ін. Хоча варто зазначити, що останнім часом у рубриці з'являється все менше дописів загалом та в жанрі замальовки зокрема. Незважаючи на це, замальовки таки з'являються періодично у Gazeta.ua.

Найпомітнішою ж останнім часом стає інша тенденція: замальовка «приспосовується» до сучасних соціокомунікаційних реалій – і з традиційних друкованих та інтернет-видань, куди перемістилася останнім часом, іммігрувала далі – у соціальні медіа (соціальні мережі). І це передусім пов'язано з особливостями самих соціальних мереж, які не лише продукують нові жанри, а й використовують традиційні. Досить активно (хоча й обмежено в жанрових різновидах) у вищезазначених медіа представлений художньо-публіцистичний дискурс. До жанрів художньої публіцистики, які цілком адаптувалися в соціальних мережах, належать, наприклад, замальовка, життєва історія, глоса. Таку іманентну природу зазначених жанрів у вебмедіа пояснюємо тим, що вони мають незначний обсяг. Головною ж ознакою новітніх ЗМІ є малоформатність презентованої інформації. Тож класична, традиційна замальовка наразі переживає глибокі трансформаційні процеси.

Саме соціальні мережі стали тією платформою, де активно культивується цей жанр. Н. Герасименко зазначає, що «нова форма породжує новий зміст, який потребує нового жанру» [5, с. 65]. І таким жанром, зокрема, стала замальовка, форма та зміст якої, як ми зазначали вище, якнайбільше пристосовані до мережевого існування, насамперед це стосується такої платформи соціальних медіа, як фейсбук.

Однією із причин того, що замальовка так легко інтегрувалася у фейсбук, є її відповідність «стандартам» дописів цієї платформи, а саме – невеликий обсяг.

Друга з причин полягає в тому, що фейсбук найбільше з-поміж інших соціальних мереж орієнтований на соціально відповідальну, вдумливу аудиторію, яка активно реагує на те, що відбувається навколо. Замальовка ж – це жанр глибоко особистісної журналістики. Вона передбачає реакцію та відгук автора на неординарну подію або розповідь про людину, діяльність якої варта уваги суспільства, тощо.

Аналіз соціальної мережі «Фейсбук» засвідчив, що найчастіше замальовки пишуть ті, хто дотичний до медійної галузі. Проте дуже багато авторів – пересічні українці. Хоча й тут не все однозначно: здебільшого це та категорія, які має громадянську позицію. Прикладом аматорської замальовки є публікація сум'янки Анни Крамар (<https://www.facebook.com/hannakramar>), розміщеної у неї на сторінці від 23.01.2024 р. Авторка ділиться враженнями від зустрічі з колишнім розвідником, нині прикутим до інвалідного візка. Свою оповідь вона назвала словом, яке описує усю суть цієї зустрічі, – «Страшно».

Проте найбільшою рушійною силою розвитку замальовки став тип автора, народжений новою соціокомунікаційною мережевою реальністю, – блогер (останній може як бути пов'язаний із медійною діяльністю, так і ні; його основна соціокомунікаційна спрямованість – висловлення громадянської позиції, авторської думки). Абсолютно пояснює те, чому замальовка стала іманентним елементом блогерських дописів, думка С. Дацюка: «Блогер зайнятий інформуванням в тих сферах, де традиційна журналістика не діє, не встигає реагувати або викривляє події під натиском інституціоналізованих влади та багатства. Блогер зайнятий не тільки аналізом в сенсі аналітики подій, він також здійснює синтез (смислів, перспектив, нового дискурсу, нових організаційних та інших ініціатив). Блогер також здійснює мотивацію своїх читачів на певні дії, що традиційна журналістика давно перестала робити через недовіру до неї як до джерела суб'єктності на боці громади, а не влади та багатства. Блогер часто навіть поєднує функцію розваг з інформуванням, аналізом-синтезом і мотивацією-організацією» [8].

У списку блогерів, для яких замальовка є іманентним елементом їхньої соціокомунікаційної ролі лідерів думок, – Павло Белянський (Паштет) (<https://www.facebook.com/pavel.pashтет.belyanskiy>), Ірина Говоруха (<https://www.facebook.com/Govorukha.Iryna>), Таруся Бо (<https://www.facebook.com/tatusjaBo>), Любов Буряк (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100006848384255>) та ін. До речі, більшість із них – літературні блогери.

Як бачимо, замальовка, яка вважалася жанром винятково професійної журналістики, поступово стає жанром аматорським. М. Бутиріна наголошує на тому, що саме аматорський контент є одним із конструктів доби постжурналізму [1, с. 11]. І зауважує, що на сучасному етапі «професійний журналістський дискурс часто поступається аматорському за такими позиціями: оперативність подання матеріалу, незаангажованість джерел інформації, залучення до комунікації ключових комунікаторів та справжніх лідерів думок, цікавих цільовій аудиторії, безпосередній вплив реципієнтів на процес контентовиробництва» [1, с. 11]. Усі ці ключові моменти простежуємо на прикладі контентотворення жанру замальовки: мережева замальовка дає можливість автору швидко відрефлексувати почуте й побачене, висловити власне бачення ситуації, яке не позначене цензуруванням, відбиває процеси соціальної інтеракції, посилення ролі громадянської журналістики та просьюмеризму.

Що ж характерно для мережевих замальовок?

Почасти не дуже високий рівень грамотності. Мабуть, цей пункт не потребує деталізації, обговорення. Стосується це так званих «аматорських» замальовок, хоча й автори, для яких цей жанр є постійною складовою частиною дописів, нерідко допускають мовні огріхи – причому, складається враження, що інколи навмисно.

І головне – використання авторами ненормативної лексики (обсценної, просторічної – остання представлена в замальовках найбільше). Цей лексичний пласт виконує кілька функцій: це й ідентифікація автора як «свого» в читацькому колі, самовираження, посилення емоційної складової текстів, відбиття соціодискурсу тощо.

Після масштабного вторгнення РФ на територію України більшість інфлюенсерів переходять на українську мову спілкування. Тож все частіше в соціокомунікаційному мережевому просторі в жанрі замальовки з'являється українськомовний контент.

Здебільшого замальовки, представлені в соціальних медіа, не мають заголовкового комплексу. І це цілком зрозуміло: автори часто банально не мають часу на «прикрашання» своїх матеріалів, візуально заголовок у дописі сприймається неоднозначно, як зайвий структурний елемент, окрім того, часто автори-аматори й не здогадуються, що пишуть замальовки, тож не мають навіть жодної гадки про те, що в їхніх матеріалах повинен бути ще й заголовковий комплекс.

Почасти автори мережевих дописів-замальовок візуалізують свої матеріали. Здебільшого це фотографії, особливо якщо мова йде про який різновид, як портретна замальовка. Також послуговуються хештегами, наприклад: #паштетпишетовойне; @читачі; #шосьдесьвідбувається. Або ж використовують емограми (емотикони). Здебільшого це знак усмішки чи печалі:))) ; (((. А також часто супроводжують тексти знаками охорони авторського права. Наприклад: © Ірина Говоруха.

Урешті-решт, замальовки, представлені в соціальних медіа, можуть «переростати» межі тих платформ, на яких вони розміщені, і переходити в інший формат – книжковий.

«Мережеві» замальовки стали одним із каталізаторів народження так званої «мережевої» літератури («дигітальної», «віртуальної», «електронної», «мобільної», інтернет-літератури тощо).

Наразі немає єдиного терміна на означення поняття «мережева література». На цьому наголошує й О. Ворошило – один із засновників видавництва «Буква і цифра»: «Загалом, з самим поняттям «мережева література» у нас термінологічна каша. З одного боку, під «мережевою літературою» розуміють тексти, в яких використано гіпертекстові можливості, іншими словами – це тексти, які неможливо відтворити поза мережею. Такі тексти – окрема історія, яка розгортається на наших очах.

З іншого боку, під «мережевою літературою» часто розуміють тексти, які просто розміщено в неті. Вони можуть бути так само лінійно побудованими, як і текст на паперовому носії, не обов'язково передбачають якийсь онлайнний зворотній зв'язок з читачем. Вони можуть не мати ніяких гіперлінків, взагалі нічим не відрізнитися від звичайного тексту» [13].

І дає таке визначення вищезазначеного терміна: «Для себе я обираю якусь середину – це тексти, які виникли в мережі та несуть певні мережеві ознаки. Скажімо, цей текст автор може змінювати, доповнювати, частину тексту можуть становити коментарі до нього. Тобто це текст у процесі творення. При цьому якийсь моментальний стан тексту можна відтворити на папері» [13]. Саме таке визначення підтримують більшість науковців, які досліджували достатньо нову для українського соціокультурного дискурсу форму подання інформації.

Цей соціокультурний феномен останнім часом набуває поступової поширеності: «В Україні видання мережевої літератури на папері на сьогодні поодинокі, проте вони набувають популярності як серед читачів Інтернету, так і серед прихильників традиційних друкованих видань» [5, с. 65].

Яскравий приклад такої «мережевої літератури» – книга Павла Белянського (Паштета) «Я працюю на цвинтарі». Перше видання книги побачило світ 2016 р. Друге – 2024 р.

Павло Паштет Белянський – російськомовний український автор. Своїми замальовками автор початково ділився з читачами в фейсбуці. Усі історії, покладені в основу його текстів, реальні. Автор спостерігав ці історії, коли працював на кладовищі, – він був співвласником бюро з ритуальних послуг. Цікаво, що на основі книги був відзнятий фільм з однойменною назвою, який вийшов у широкий прокат 2022 р. Сценарій кінострічки написав сам автор книги. Зазначимо, що фільм «Я працюю на цвинтарі» став у 2023 р. найпопулярнішим з-поміж українських стрічок на платформі Takflix [7]. Наразі Павло Белянський (Паштет) – старший стрілець штурмової роти однієї з бригад ЗСУ. На його сторінці у фейсбуці з'являються нові тексти – це маленькі історії великої війни. Ці замальовки можна віднайти за хештегом #паштетпишето-войне. Швидше за все, колись вони стануть основою для нової книги. Про це автор зазначив на своїй сторінці у фейсбуці в дописі за 21.02.2024 р.

Моніторинг медіа дозволив зробити висновки й про те, які різновиди цього жанру представлені в сучасному соціокомунікаційному просторі.

Із початком повномасштабного вторгнення рф на територію України в мережевому соціокомунікаційному дискурсі значно зросла кількість такого різновиду замальовки, як портретна. І це не дивно. Замальовка, як і нарис, – жанр, який реагує на виклики часу, детермінує дійсність. «Люди шукають тих, на кого вони хочуть бути схожими і з ким хочуть себе ідентифікувати. Поширеність жанру портрета є наочною ілюстрацією, підтвердженням цього пошуку, адже персонажі портретів – це герої, яких потребує нація і в яких водночас, як у дзеркалі, вона мимохіть відображається» [2]. Герої сьогоднішня – це ті, хто захищає Україну: воїни, волонтери, лікарі та ін.

Прикметно, що портретні замальовки передусім активно представлені в друкованих медіа. Це, наприклад, видання «Україна молода», «Сімейна газета» та ін.

Однак останнім часом цей різновид з'являється й на особистих сторінках у соціальних мережах. Прикладом портретної замальовки є допис Ірини Говорухи, розміщений у неї на сторінці від 27.11.2023 р. Герой матеріалу – Дмитро Євдокимов, символ мужності, незламності української нації, якому навіки залишилося 24 роки.

Достатньо поширеними соціокомунікаційному просторі є події замальовки. У їх основі – ситуація, за якою спостерігає автор. Варто зазначити, що цей тип замальовок, на відміну від портретної, майже не представлений у друкованих медіа. Рідкісний гість така замальовка й в онлайн-медіа (виняток становить онлайн-медіа Gazeta.ua). Натомість абсолютно прийнятною платформою для її розвитку стали соціальні медіа.

Зазначимо, що на сучасному етапі провідне місце належить такому різновиду, як конфліктні події замальовки. Їхньою особливістю є те, що вони крізь призму показу конкретної ситуації ретранслюють певні суспільні проблеми, які потребують розв'язання. Здебільшого автор таких текстів не ставить за мету запевнити читача, пояснити йому щось, а опосередковано висвітлює проблему, «змушує» долучитися

до роздумів. Причому робить це так, ніби розв'язує проблему для самого себе, не задумуючись про те, що це призначено для реципієнта.

Чому ж саме події конфліктні замальовки представлені в соціокомунікаційному просторі найбільшою кількістю? Відповідь проста. Замальовка як детермінанта суспільної дійсності ретранслює ті проблеми, які хвилюють суспільство якнайбільше й потребують уваги та розв'язання. На сучасному етапі – це передусім страждання, біль, горе, які переживають українці від початку повномасштабного вторгнення РФ на територію України. Приклад замальовки такого типу – публікація Павла Белянського (Паштета) (<https://www.facebook.com/pavel.pashtet.belyanskiy>) за 30.01.2024 р.

Натомість усе менше останнім часом у соціокомунікаційному просторі безконфліктних подієвих замальовок, в основі яких – відображення ситуацій, які видалися автору цікавими, викликали певні позитивні емоції. Саме такі замальовки дають читачеві можливість усміхнутися, психологічно «розвантажитися». Відповідь на запитання «Чому?» таких публікацій на сучасному етапі стає все менше, напевно, очевидна: українське суспільство ретранслює меседжі, пов'язані з сучасним соціально-політичним становищем у державі, тож рефлексує здебільшого проблеми. До групи так званих безконфліктних замальовок можемо віднести публікацію Павла Белянського «Парк Котляревского» від 19.08.2017 р.

Мережевий дискурс вплинув на появу абсолютно нових типів замальовочних форм.

Акцентуація уваги на власному сприйнятті побаченого, відчутого, посиленні ролі суб'єктивізації інформації зумовила посилення ролі одного різновиду замальовки – есеїстичної (замальовки-думки). Вона являє собою контамінацію двох жанрів – замальовки та есе, тож передбачає оповідну частину та роздуми автора, які виникли на основі побаченого, почутого. Есеїстична замальовка – це іманентний елемент мережевого дискурсу, де важлива авторська точка зору. До такого різновиду належить, наприклад, допис Євгенії Подобної (<https://www.facebook.com/evgeniya.podobna>) від 23.01.2024 р., Алли Бойко (<https://www.facebook.com/alla.boiko>) від 21.02.2024 р.

Одним із нових різновидів є замальовка-репліка. Це найкоротша форма розглядуваного нами жанру: зазвичай її обсяг становить 3–5 речень. Така замальовка контамінує в собі ознаки ще одного жанру, іманентного для соціокомунікативного дискурсу соціальних медіа, – глоси. «Глоса – це тексти, в яких трактуються, коментуються суспільно-значущі, актуальні події, факти тощо» [3, с. 108]. А «основною комунікативною ознакою ... є авторська позиція, високий інтелектуальний рівень оповідача, сатиричний погляд на інформацію» [3, с. 108]. Тож замальовка-репліка передбачає розповідну частину та коментар-заувагу автора. Авторське ставлення до ситуації простежуємо в публікації Христини Коціри (<https://www.facebook.com/profile.php?id=10000092648961>) від 11.01.2024 р., Алли Федорини (<https://www.facebook.com/afedoryna>), Наталії Калініченко (Nataliya Kalinichenko) (<https://www.facebook.com/nataliya.kalinichenko.37>) від 29.10.2019 р.

Сучасний соціокомунікаційний простір вплинув на появу й таких текстів, які відтворюють певні побутові моменти з життя автора. Особливістю цих публікацій є те, що вони нагадують такий формат, як сторіз – лишень текстовий. Можемо говорити про так звані замальовки-сторіз/замальовки-історії. Вищезазначений мережевий контент дає можливість читачеві пірнути за лаштунки життя автора. Тож бачимо, що жанр замальовки трансформується в нові жанрові форми й отримує спрощене «звучання». Такі дописи не мають ні художньої, ні соціальної значущості. Яскравим прикладом вищезазначеної трансформації є, наприклад, допис Татусі Бо (<https://www.facebook.com/tatusjaBo>) від 28.02.2024 р.

Одним із негативних проявів функціонування замальовок у соціальних мережах, окрім зниження стилістичних можливостей, є їхня недовговічність. Звичайно, якщо вони не переростають межу соціальної мережі й не трансформуються в щось більше, наприклад, в окреме видання, як у випадку з так званою «мережевою» літературою.

Висновки та перспективи. Сучасна жанрова система художньої публіцистики зазнає постійних змін – на «арену» виходять одні жанри, інші стають менш популярними, з'являюся нові жанрово-форматні утворення, які потребують детального осмислення. У теоретичному дискурсі розповсюджена думка, що наразі художня публіцистика не представлена в медіапросторі таким жанром, як замальовка. Огляд медіа засвідчив, що цей жанр – таки рідкісний «гість» у них. Лише окремі медіа аналізують його. Проте говорити про зайвість замальовки, непотрібність не можна. Наразі він переживає процес відродження та трансформації. Успішною платформою для реалізації такого жанрового різновиду є соціальні мережі. Саме цей малоформатний жанр став «улюбленцем» мережевого медійного соціуму.

Найоптимальнішою платформою для реалізації замальовки є фейсбук. Цей соціокомунікаційний майданчик передбачає малоформатні дописи, активну авторську позицію.

Замальовка пристосовується до умов мережевого дискурсу, тож змінюється й її жанрова модель. Передусім спрощується стилістика подання, зокрема, лексика, яка почасти буває емоційно-зниженого характеру, посилюється візуальна складова – відповідно до мережевого статусу, автори використовують фотографії, хештеги, емограми (емотикони). Змінюється й комунікаційний підхід до написання замальовок: із жанру професійного вона все більше трансформується в жанр аматорської журналістики. У когорті так званих авторів-аматорів – люди з громадянською позицією. Сучасний медіапростір позначений функціонуванням як традиційних різновидів замальовок, так і новітніх форм. До останніх, зокрема, відносимо замальовки-сторіз та замальовки-репліки. Тож поступово замальовка набуває обрисів синкретичного жанру.

Мережеві замальовки стали каталізатором нового соціокомунікаційного феномена – мережевої літератури (віртуальної літератури, інтернет-літератури). Замальовки-дописи «переростають» межі соціальних медіа й знаходять літературне втілення в окремих виданнях.

Замальовки дедалі стають дедалі затребуваними в сучасному українському соціокомунікаційному просторі, тож перспективним вбачаємо дослідження цього жанру в контексті розвитку мережевої літератури.

1. Бутиріна М. В. Основні тренди та конструкти пост журналістики. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціальні комунікації. 2017. Вип. 12. С. 9–13. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK_2017_12_4.

2. Воронова М. Ю. Персонаж як складна змістова категорія в публіцистичному портреті. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1445>.

3. Гаврилюк І., Самохіна В. Глоса як жанр публіцистичного дискурсу. Журналістська освіта на Сумщині: світові професійні стандарти: XII Міжнародна науково-практична конференція (м. Суми, 8–9 червня 2016 р.). Суми: СумДУ, 2016. С. 107–109.

4. Гаврилюк І. Л. Сучасна українська колумністика: особливості розвитку. Журналістика. 2011. Вип. 10 (35). С. 117–121.

5. Герасименко Н. Мережева література: нова форма чи зміст? Слово і час. 2010. № 10. С. 64–71.

6. Глушко О. К. Художня публіцистика: європейські традиції і сучасність : монографія. Київ : Арістей, 2010. 192 с.

7. Горlach П. Найпопулярніші українські фільми року на Takflix: «Я працюю на цвинтарі» і «Тіні забутих предків». URL: <http://surl.li/roksd>.

8. Дацюк С. Хто такий блогер? Українська правда. URL: <https://blogs.ppravda.com.ua/authors/datsuk/5600f92b8444f/>.

9. Дрешпак В. М. Жанрологія журналістських творів : навчальний посібник. Дніпро : УМСФ, 2021. 186 с.

10. Карпенко В. О. Жанри журналістики як форми масової комунікації : текст лекції. Київ : Інститут журналістики, 2002. 30 с.

11. Михайлин І. Л. Основи журналістики: підруч. Київ : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

12. Подолян М. П. Публіцистика як система жанрів. Київ : Центр вільної преси, 1998. 42 с.
 13. Славінська І. Мережева література: як цифра стає буквою? // Українська правда. Життя. <http://life.pravda.com.ua/>
 14. Словник журналіста : Терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю. М. Бідзілі. Ужгород : БАТ «Видавництво «Закарпаття», 2007. 224 с.
 15. Чекмишев О. Основи журналістики. Київ : ВЦ «Академія», 2021. 168 с.
1. Butyrina, M.V. (2017), "The main trends and constructs of post-journalism", *Visnyk Xarkivskogo nacionalnogo universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya : Socialni komunikaciyi [Bulletin of Kharkiv National University named after V. N. Karazin. Series: Social communications]*, iss. 12, pp. 9–13, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKhISK_2017_12_4.
 2. Voronova, M.Yu. (2006), "Character as a complex content category in a journalistic portrait", available at: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1445>.
 3. Gavrylyuk, I. & Samoxina, V. (2016), "Gloss as a genre of journalistic discourse", *Journalism education in Sumy Oblast: global professional standards: XII International Scientific and Practical Conference (Sumy, June 8–9, 2016)*, Sumy State University, Sumy, pp. 107–109.
 4. Gavrylyuk, I.L. (2011), "Modern Ukrainian columnism: peculiarities of development", *Zhurnalistyka [Journalism]*, iss. 10 (35), pp. 117–121.
 5. Gerasymenko, N. (2010), "Network literature: new form or content?", *Slovo i chas [Word and time]*, no. 10, pp. 64–71.
 6. Glushko, O.K. (2010), *Artistic Journalism: European Traditions and Modernity : monograph.*, Aristei, Kyiv, 192 p.
 7. Gorchach, P. (2023), "The most popular Ukrainian films of the year on Takflix: «I work at the cemetery» and «Shadows of Forgotten Ancestors»", available at: <http://surl.li/roksd>.
 8. Dacyuk, S. (2015), "Who is a blogger?", *Ukrayinska pravda [Ukrainian Pravda]*, available at: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/5600f92b8444f/>.
 9. Dreshpak, V.M. (2021), *Genreology of Journalistic Works: a study guide*, UMSF, Dnipro, 186 p.
 10. Karpenko, V.O. (2002), *Genres of Journalism as Forms of Mass Communication: text of the lecture*, Institute of Journalism, Kyiv, 30 p.
 11. Myxajlyn, I.L. (2011), *Basics of Journalism: tutorial*, Center for Educational Literature, Kyiv, 496 p.
 12. Podolyan, M.P. (1998), *Journalism as a System of Genres*, Free Press Center, Kyiv, 42 p.
 13. Slavinska, I. (2011), "Network literature: how does a number become a letter?", *Ukrainian Pravda. Life*, available at: <http://life.pravda.com.ua/>.
 14. Bidzilya, Yu.M. (Ed.) (2007), *Journalist's Dictionary: Terms, Mass media, Figures*, Zakarpattia Publishing House OJSC, Uzhhorod, 224 p.
 15. Chekmyshev, O. (2021), *Basics of Journalism*, Center "Academy" Kyiv, 168 p.

UDC: 316.77:004.738.5

SKETCH IN THE CONTEMPORARY SOCIAL-COMMUNICATION SPACE: DEVELOPMENT TRENDS

Havryliuk Inna, PhD (Social Communications), Sumy State University, Sumy, Ukraine, e-mail: i.gavriluk@journ.sumdu.edu.ua.

ORCID – <https://orcid.org/0000-0001-7454-3540>

Introduction. The contemporary stage of mass media development is marked by a change in the genre system. One of the genres that has almost disappeared from traditional media, but actively reacted to the emergence of the network space and became part of it, is undergoing transformational processes, is the sketch.

Relevance and goal. Understanding the trends in the development of sketches at the current stage is relevant, as it provides an opportunity to look at the place and role of this genre in the social and communication space in a new way. The purpose of the study is to outline the trends in the functioning of the sketch genre in the contemporary social and communication space.

Methodology. The research used the methods of scientific literature analysis, analysis and synthesis, typological analysis, and systematization. The chosen methods made it possible to find out the general features of the development of the sketch genre in the Ukrainian social and communication space.

Results. A survey of traditional media showed that today the sketch is almost not presented in them. However, this genre has not completely disappeared, it cannot be classified as marginal. Currently, the sketch is undergoing a process of revival and transformation, reflecting those processes that are characteristic of the contemporary period of development of media activity – the era of post-journalism. Social networks have become a successful platform for its implementation, where this genre acquires a new genre dimension. The most optimal way to realize the genre “status” of a sketch is Facebook – a social communication platform that provides for small-format posts, an active authorial position, which is characteristic of the genre we are considering. The sketch adapts to the conditions of network discourse, so its genre model also changes: the presentation style is simplified, the visual component is strengthened, etc. The communicative approach to writing is also changing: from the genre of a professional sketch, it is transformed into a genre of amateur journalism. Network sketches became the catalyst of a new socio-communication phenomenon – network literature (virtual literature, Internet literature). Sketches “outgrow” the boundaries of social media and find a literary embodiment in individual publications. The modern media space is characterized by the functioning of both traditional types of sketches and the latest forms.

Conclusions. Sketches are becoming more and more in demand in the modern social and communication space. This genre adapted to the requirements of the “network” discourse and became an integral part of it.

Keywords: *sketch, social communication space, social networks, “network literature”, Facebook.*

Стаття надійшла до редакції 15.02.2024

Рекомендовано до видання 11.03.2024