

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики



МОВА. СУСПІЛЬСТВО. ЖУРНАЛІСТИКА
Language. Society. Journalism

Збірник матеріалів
XXIV міжнародної
науково-практичної конференції
з проблем функціонування і розвитку
української мови

Київ, 2 листопада 2018 р.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

МОВА. СУСПІЛЬСТВО.
ЖУРНАЛІСТИКА

Матеріали
XXIV міжнародної науково-практичної конференції
з проблем функціонування і розвитку української мови

2 листопада 2018 року

Київ–2018

УДК 007:304:070:81'42

Мова. Суспільство. Журналістика : матеріали ХХІV міжнародної науково-практичної конференції з проблем функціонування і розвитку української мови (Київ, 2 листопада 2018 р.). – К. : Інститут журналістики, 2018. – 70 с.

До збірника ввійшли матеріали і тези доповідей, подані учасниками ХХІV міжнародної науково-практичної конференції з проблем функціонування і розвитку української мови «Мова. Суспільство. Журналістика» (2 листопада 2018 року, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка) до її Організаційного комітету. Тексти публікуються в авторській редакції. За науковий зміст і якість поданих матеріалів відповідають автори, а також (для студентів і аспірантів) наукові керівники.

© Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2018

© Автори статей, 2018

ЗМІСТ

Баранецька А. Д. ЖУРНАЛІСТСЬКИЙ ТЕКСТ ЯК СТРАТЕГІЧНА КОМУНІКАЦІЯ.....	5
Борщевський С. В. ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРФЕРЕНЦІЙНОГО ВПЛИВУ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ НА РОСІЙСЬКОМОВНІ ЗМІ В УКРАЇНІ	7
Ганжуров Ю. С. КОНТРОЛЬНІ ЗОНИ РЕДАКТОРСЬКОЇ ПЕРЕВІРКИ ЯКОСТІ АВТОРСЬКИХ ОРИГІНАЛІВ	11
Гецько Г. І. ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ ПАРАМЕТРИ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ У ГАЗЕТІ «ЗАКАРПАТСЬКА ПРАВДА»	13
Гінзбург М. Д. ПРО ОРУДНИЙ ВІДМІНОК ДІЯЧА	17
Голік О. В. ЖАНРОЛОГІЯ ТА ПСИХОЛОГІЯ: ТОЧКИ ВЗАЄМОДІЇ	21
Гресько О. В. ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇНАХ	23
Данильчук Д. В. ПЛОЦА НЕМЦОВА, ВУЛИЦЯ ДУДАЄВА, ПРОСПЕКТ БАНДЕРИ... ПЕРЕЙМЕНУВАННЯ ЯК ФОРМА ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНОГО ДЕМАРШУ	25
Дем'янчук А. І. ПРОБЛЕМАТИКА МОВНОЇ КУЛЬТУРИ ЗМІ ПРИ ДИСТРИБ'ЮЦІЇ НОВИННОГО КОНТЕНТУ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ	28
Дутчак С. Т. МЕТОДИКА ПОБУДОВИ ВЛАСНОГО БРЕНДУ: КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ	29
Єлісєвенко Ю. П., Нитченко А. МОВЛЕННЯ ВЕДУЧИХ УКРАЇНСЬКОЇ ТЕЛЕ- І РАДІОАНАЛІТИКИ: ПРОРАХУНКИ ТА ЗДОБУТКИ	31
Іванюха Т. В. МОВНОСТИЛІСТИЧНІ ЗАСОБИ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ІРОНІЇ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ.....	35
Ключникова О. С. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА БІЗНЕС: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ	37

Кобинець А. В. МОВНІ ОСОБЛИВОСТІ ГАЛУЗЕВОЇ ПРЕСИ (НА ПРИКЛАДІ ГАЗЕТИ «ВІСТІ ЦЕНТРАЛЬНОЇ СПІЛКИ СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ»)	39
Навальна М. І. СКЛАДНОЩІ РЕДАГУВАННЯ ІНШОМОВНИХ ЛЕКСЕМ У МОВІ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ	42
Опанасенко К. С. СУРЖИК ЯК СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТ ВИРАЖЕННЯ ВЛАСНОЇ ПОЗИЦІЇ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА	45
Петренко С. І. МОВА ПРАВДИ ТА ПРАВДА В МОВІ ЖУРНАЛІСТИКИ.....	46
Пономаренко Л. Г. ІНТЕРНЕТ-ВИДАННЯ З УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ: СПОСОБИ ПОДАННЯ МАТЕРІАЛУ	49
Пристапенко Т. О. РЕАЛІЗАЦІЯ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ НА ЗАКОНОДАВЧОМУ РІВНІ: НАСЛІДКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	53
Сергеєнко А. Д. ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА	54
Сищук О. А. НОВИННИЙ КОНТЕНТ В УМОВАХ ПОЛЯРИЗАЦІЇ ТА ФАКЕ-НЬЮЗ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛЬЩІ)	55
Соколова К. О. ARMED CONFLICTS AND NATIONAL ANTHEMS: ART PARTICIPATION (UKRAINE, ARMENIA, GEORGIA)	57
Узунян А. Н. ВНУТРІШНІЙ PR У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ	60
Філіп І. “ТАК МÓWILI W TELEWIZJI” - O NATRĘTACH JĘZYKOWYCH UTRWALANYCH ZA POŚREDNICTWEM MEDIÓW (“THAT’S WHAT THEY SAID IN TV” – ABOUT LANGUAGE AGGRAVATORS PROPAGATED VIA MEDIA).....	62
Шаповалова Г. В., Шебеіштян Я. М. УКРАЇНСЬКИЙ МЕДІАТЕКСТ ЯК НЕВІД’ЄМНА ЧАСТИНА СУЧАСНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО МОВЛЕННЯ.....	63
Широкова І. А. СУЧАСНА ПЕРЕКЛАДНА АНТОЛОГІЯ: АСПЕКТИ РЕДАКТОРСЬКОЇ МАЙСТЕРНОСТІ	66

(odnotowanego w słownikach ogólnych języka polskiego) zakresu semantycznego zostały scharakteryzowane leksemy: *dedykować, edycja i promotor*.

Słowa klucze: normy poprawnościowe języka polskiego, natręt językowy, język w mediach, medioznawstwo, mediolingwistyka.

*Шебештян Я. М.*²⁸

*Шаповалова Г. В.*²⁹

УКРАЇНСЬКИЙ МЕДІАТЕКСТ ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА СУЧАСНОГО ПУБЛІЦИСТИЧНОГО МОВЛЕННЯ

Потреба ґрунтовного та послідовного вивчення мовного інструментарію діяльності новітніх українських мас-медіа у зв'язку з їхнім бурхливим розвитком, пошуками нових форм, засобів висвітлення різноманітних проблем зумовлює *актуальність* дослідження стильових ресурсів сучасної української літературної мови, зокрема й визначення характерних ознак медіатексту як частини публіцистичного мовлення. *Метою* цієї розвідки є узагальнення найвиразніших стильових рис модерного українського медіатексту. Серед *завдань* – окреслення домінантних стильових ознак журналістських творів, виокремлення специфічних рис, зумовлених різними формально-змістовими особливостями медіамовлення.

Аксіомою є, що сучасні світові засоби масової інформації послуговуються літературним варіантом національних мов. Саме літературна мова забезпечує всі інформаційні потреби соціуму. Українська літературна мова має невичерпний потенціал щодо реалізації різноманітних функцій журналістики.

Багатство ресурсів, рівень розвитку сучасної української мови засвідчує й розгалужена, фундаментально й докладно опрацьована науковцями [1; 2 та ін.] система функціональних стилів, серед яких саме публіцистичний забезпечує діяльність засобів масової інформації. Зауважимо також, що жоден зі стилів не функціонує ізольовано, вони є системою взаємопов'язаних, взаємозумовлених компонентів. А різноманітність тем, проблем, завдань журналістики передбачає залучення ресурсів інших функціональних стилів.

Оскільки сучасний медіатекст має різні вияви, то його стильові особливості доцільно розглядати принаймні у двох аспектах: характерні стильові ознаки професійного (журналістського) тексту і відповідні риси непрофесійного (нежурналістського) тексту.

²⁸ Кандидат філологічних наук, доцент, Ужгородський національний університет, м. Ужгород.

²⁹ Кандидат філологічних наук, доцент, Ужгородський національний університет, м. Ужгород.

Безсумнівно, *стильовою домінантою* журналістського твору є *публіцистична*: саме ресурси публіцистичного функціонального стилю як одного з літературних забезпечують потреби засобів масової інформації та уможливають їхню діяльність. Отже, журналістському тексту, загалом як і більшості публіцистичним творам, притаманні ознаки, орієнтовані на швидке й однозначне сприймання інформації широкою аудиторією. Серед них – ресурси усіх рівнів мови, зокрема лексико-фраземні, граматичні. Превалювання загальноновживаних одиниць, тенденція до уникнення периферійних засобів (соціальних і територіальних діалектизмів, термінів, позалітературних, чи нестандартизованих слів тощо), нейтральності, компресії зумовлені потребою адекватності інтерпретації тексту масовою аудиторією.

З іншого боку, в медіатексті виявляються й протилежні тенденції, спричинені потребою осмислення, аналізу, оцінки нових соціально значущих явищ. Цим можна пояснити актуалізацію оказіональних, емоційно-експресивних, спеціальних одиниць, застосування розлогих різноманітних синтаксичних конструкцій (згадаймо, наприклад, твори найбільш популярних та якісних медіа: *«Український тиждень»*, *«Дзеркало тижня»*, *«Українська правда»* та ін.).

Використання тих чи інших засобів, звичайно, зумовлене комунікативними умовами творення і сприйняття тексту. Зрозуміло, що твори політичної, економічної, культурної тощо проблематики не можуть не містити відповідних теорміноокреслень, значної кількості запозичених загальних та власних найменувань сучасних реалій etc. Орієнтування на широкий загал, потреба переконувати, прагнення до ясності складних міркувань пояснюють виразне емоційно-експресивне оформлення багатьох медіатекстів. Це забезпечують різноманітні засоби стилістичного увиразнення, як-от: «використання заперечних конструкцій у функції ствердження, варіювання часовими формами дієслова для підкреслення образності опису, розповіді, вживання повторів (лексичних, лексико-граматичних), інверсія та ін. фігури мови, які виконують афективну функцію, тобто спричиняють емоційний вплив слова. Відверта, неприхована оцінність міститься у риторичних питаннях, закликах-звертаннях до читачів, слухачів, у виборі тих лексичних, фразеологічних одиниць, з якими нерідко асоціюється пишномовність, патетичність, спонукальна експресія» [3, 539].

Виразними тенденціями сучасного медіатексту є залучення на тлі загальнолітературних традиційних стильових ресурсів іще живорозмовних (особливо яскраво це виявляється в професійних та непрофесійних текстах онлайн-видань), а також стильова контамінація, тобто поєднання в медіатворі засобів різних функціональних стилів (публіцистичного й офіційно-ділового,

публіцистичного й наукового, публіцистичного й художнього та ін.). Загалом задіяні у медіатексті стильові ресурси забезпечують реалізацію як іманентних, так і обов'язкових у журналістському творі ознак (змістовності, точності, ясності, логічності, багатства тощо) [4, 10-17].

У науковому обізі узвичаєним є поняття *мова засобів масової інформації*, в контексті якого розглядають як жанрові різновиди *мову преси, мову телебачення і радіо* [5; 6]. Зауважимо, що в сучасних наукових джерелах варто було б ширше послуговуватися, на нашу думку, більш коректними, адекватними й мотивованими терміноокресленнями *мовлення засобів масової інформації, мовлення преси, мовлення телебачення і радіо*. Характерні риси друкованого мовлення переважно виявляються в газетному, журнальному, онлайновому текстах, усного – в теле- та радіотворах, хоча сучасні технічні засоби та онлайн-медіа демонструють наявність текстів змішаного типу, що поєднують можливості усного й писемного мовлення. Тому окремим особливим різновидом новітнього тексту слушно вважають *креолізований / конвергентний / синтезований твір*, у структурі якого поєднано не тільки лінгвальні компоненти (усні й письмові), а й паралінгвальні елементи втілення змісту (фото, відео, музичний супровід тощо). З огляду на технічні можливості сучасних засобів масової інформації та на високу ефективність таких синтетичних творів (адже вони орієнтовані на різні канали сприйняття інформації – зір, слух) можна констатувати зростання їхньої популярності, прогнозувати подальший бурхливий розвиток.

Отже, найвиразнішими стильовими ознаками сучасного українського медіатексту залишаються власне публіцистичні. При всій різноманітності, розгалуженості, варіативності журналістського мовлення ХХІ ст. (пов'язаних із тематичним розмаїттям, свободою думки, технічними можливостями тощо) потужним джерелом та інструментом медійної діяльності є саме публіцистичний функціональний стиль сучасної української літературної мови – один із найдинамічніших її різновидів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пилинський М. М. Мовна норма і стиль. К.: Наукова думка, 1976. 286 с.
2. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2000. 248 с.
3. Єрмоленко С. Я. Публіцистичний стиль // Українська мова: енциклопедія. К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 539-540.
4. Шаповалова Г. В., Шебештян Я. М. Теоретико-практичні питання текстознавства. Ужгород: Гражда, 2016. 100 с.
5. Єрмоленко С. Я. Мова преси // Українська мова: енциклопедія. К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 352.
6. Єрмоленко С. Я. Мова телебачення і радіо // Українська мова: енциклопедія. К.: Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004. С. 353.