

Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти : Матеріали п'ятнадцятої Всеукраїнської науково-практичної конференції (Суми, 22–23 травня 2019 р.) / уклад. : О. Г. Ткаченко. – Суми : Сумський державний університет, 2019. – 83 с.

Journalism Education in Ukraine: World Professional Standards : the Materials of the 15th International Scientific Practical Conference (Sumy, 22–23 May 2019) / compiled by O. Tkachenko. – Sumy : Sumy State University, 2019. – 83 p.

До збірки увійшли наукові матеріали викладачів та аспірантів кафедри журналістики та філології СумДУ, а також студентів спеціальностей «Журналістика», «Реклама і зв'язки з громадськістю», «Медіакомунікації». Дослідження пов'язані з комплексною програмою науково-дослідних робіт СумДУ, безпосередньо з науковим напрямом досліджень кафедри журналістики та філології у межах теми «Особливості формування національного інформаційного простору України: від радянської системи ЗМІ до демократичної моделі».

The collection includes scientific materials of teachers and graduate students of the Department of Journalism and Philology of the Sumy State University and also students with the chief subject «Journalism», «Advertising and Public Relations», «Media communication». The research is related to the complex program of scientific works of the Sumy State University, directly to the scientific sphere of the research of the Department of Journalism and Philology within the theme «Features of Formation of the National Information Space of Ukraine: from the Soviet System to a Democratic Media Model».

РЕДКОЛЕГІЯ:

Олена Ткаченко, д-р філол. наук (голова)

Інна Гаврилюк, канд. наук із соц. комунік.

Світлана Воропай, канд. філол. наук

Ольга Сидоренко, канд. педагог. наук

Ярослав Яненко, канд. соціологічних наук

EDITORS:

Olena Tkachenko, Doctor of Philology (head)

Inna Gavrilyuk, PhD of Social Communications

Svitlana Vororpai, PhD of Philology

Olga Sydorenko, PhD of Pedagogical Science

Yaroslav Yanenko, PhD of Social Sciences

читача, авторитетність мови-джерела, престижність іншомовного слова порівняно з власне українським тощо), у свідомості багатьох українців, а особливо молоді, країни Заходу (зокрема США) асоціюються з технічними нововведеннями, економічним процвітанням, стандартами життєвого рівня, правами і свободами, еталонами культури, смаку, моди, манерами поведінки, спілкування, ідеальним стилем життя тощо. Англійські варваризми, які з'являються на шпальтах сучасних українських ЗМІ в результаті об'єктивних процесів, що відбуваються в суспільстві, перебувають на різних стадіях проникнення в лексичну систему сучасної української мови.

Крім того, професіоналізми-запозичення є засобами вираження певної комунікативно-прагматичної інформації, ілюстраторами професійної взаємодії комунікантів, реалізаторами суб'єктивної чи об'єктивної модальності.

Список літератури

1. Володина М. Аспекти изучения языка средств массовой информации на филологическом факультете МГУ им. М. В. Ломоносова / М. Володина // Вестник Моск. ун-та.: Сер. 9. Филология. – 2000. – № 6. – С. 149-151.
2. Голованова Е. И. Введение в когнитивное терминоведение : учеб. пособие / Е. И. Голованова. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2011. – 224 с.
3. Гуменюк Т. І. Запозичення та їхні типи в сучасній українській телевізійній фаховій мові / Т. І. Гуменюк // Наукові записки НаУКМА : Філологічні науки. – Т. 164. – 2014. – С. 55–59.
4. Ленець К. В. Варваризм / К. В. Ленець // Українська мова : Енциклопедія / редкол. : В. М. Русанівський, О. О. Тараненко, М. П. Зяблюк та ін. – 2-ге вид., випр. і доп. – К. : Вид-во «Укр. Енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2004.
5. Селігей П. О. Що нам робити із запозиченням? // Українська мова – 2007. – № 3. - С. 3–16; № 4. – С. 16–32.

ВИКОРИСТАННЯ ІНШОМОВНОЇ ЛЕКСИКИ В ТЕКСТАХ ГАЗЕТИ «ДЕНЬ»: ПРОБЛЕМНИЙ ПІДХІД

Наталія Прокопенко,
к.ф.н., старший викладач, СумДУ
Анастасія Дедова,
студентка 1 курсу СумДУ, ЖТ-81

Стаття присвячена дослідженню основних причин запозичення в мові ЗМІ, з'ясуванню доцільності вживання іншомовної лексики в газетних текстах

Ключові слова: запозичення, іншомовна лексика, лексема, текст.

THE USING OF THE FOREIGN LEXICAL UNITS IN THE TEXT OF THE NEWSPAPER «DAY»: PROBLEM APPROACH

Nataliya Prokopenko,
associate professor, Sumy State University
Anastasia Dedova
The first-year student of Sumy State University, JT-81

The article is devoted to the research of the main reasons of borrowing in the language of the media, to the finding out of the feasibility of using foreign lexical units in the newspaper's texts

Kew words: borrowing, foreign lexical, lexeme, text.

Роль ЗМІ в наш час важко переоцінити. Вони є не тільки інформаторами, але й служать інструментом впливу на громадську думку, формують естетичні смаки та суспільно-політичні, морально-етичні переконання. ЗМІ за своєю природою є всеохоплюючими, а подання інформації в них здійснюється різними способами, іноді навіть з використанням маніпуляцій. Не можна заперечувати й те, що саме ЗМІ породжують процес інтоксикації суспільства запозиченнями, прищеплюють і вкорінюють у мовлення лексичні новотвори, що має як позитивний, так і негативний вплив. *Актуальність* нашого дослідження спричинена суттєвим збільшенням вживання запозичень у мові ЗМІ, неоднозначним сприйняттям цього процесу реципієнтами і, як наслідок, послабленням ролі друкованих ЗМІ у суспільній комунікації.

Беручи до уваги висновки проаналізованих наукових досліджень, ми поставили перед собою *мету* виявити основні тенденції запозичень у мові газети, з'ясувати доцільність їхнього вживання та вплив на розвиток лексичного потенціалу сучасної української мови.

Дослідженню причин активного використання запозичень у мові ЗМІ на сучасному етапі приділено незначну увагу. Однак деякі науковці акцентують увагу на активізації процесів запозичення в мові в цілому і у ЗМІ зокрема. Серед них – Н. Гудима, О. Гурко, Л. Крисін, О. Пономарів, П. Селігей та інші.

Причини запозичень іншомовних слів настільки ж різноманітні, наскільки багатолікий і багатогранний сам процес міжкультурної комунікації. Однак більшість дослідників вважають, що серед запозичень, що активно експлікуються в українську мовну культуру, можна виділити термінологію (*мова комп'ютерної справи, сучасна економіка, фінансова справа, менеджмент*) та слова, що використовують носії мови як «данину моді» (*презентація, рейтинг, консенсус, брифінг, шоп-тур, кілер* та інші). Серед причин подібної асимілятивності можна назвати насамперед такі фактори, як розвиток комунікаційних мереж, престиж іноземної мови (особливо англійської як мови міжнародного спілкування), міграція, яка зумовлює білінгвізм у населення тощо.

П. Селігей називає такі причини входження запозичень у мову, як естетичні міркування, зацікавленість культурою іншого народу, слідування тенденціям моди, виникнення образних асоціацій зі словами рідної мови, міжнародність іншомовної термінології, прагнення лаконізму [8].

Л. Крисін вважає, що на процес запозичення впливають такі мовні фактори: необхідність розмежувати змістовно близькі, але водночас різні поняття (*дорога-шосе-автоштрада-автобан-хайвей*); тенденція до цільності означеного поняття, його нероздільності (*комп'ютер – електронно-обчислювана машина*); наявність у запозиченій мові сформованих систем термінів, що обслуговують ту чи іншу тематичну, професійну сферу тощо [5].

Н. Гудима стверджує, що інтенсивне проникнення іншомовних слів у системи національних мов є явищем міжнародним, причиною якого є глобалізація та двомовність (багатомовність) у деяких країнах. А допомагають цьому розповсюдженню преса, інтернет, радіо та телебачення, інформаційне обслуговування споживчого ринку (в тому числі реклама). Не останню роль також відіграють вивчення іноземних мов та інформатики [1].

О. Пономарів, у свою чергу, пише, що хоч слова іншомовного походження є одним із шляхів збагачення лексичного складу кожної мови, але все ж таки позичати треба тоді, коли мова не має власного лексичного позначення для якогось поняття. Він є прибічником думки В. Самійленка, що нам не треба цуратися їх (іншомовних слів), однак і не потрібно брати в нашу мову без міри. Адже дуже часто люди (особливо журналісти), замість пошуку українського відповідника в далеко не бідній мові, надання лексемі нового значення, позичають чуже [7].

Уживання іншомовних слів у рекламі досліджувала О. Гурко. Однією з причин їх посиленого використання вона вважає уникнення в деяких випадках зайвої описовості. Серед лексичних ознак процесу запозичення науковець виділяє необхідність розуміння тих чи інших назв, термінів, які охоплюють економічну чи політичну сфери суспільної діяльності. Головною ж функцією запозичень вона вважає інформативність. У підсумку дослідниця зазначає: «...іншомовний вплив на українську мову за останні два десятиріччя набагато більший та інтенсивніший, ніж був раніше. Чимало слів не встигають адаптуватися в українській мові та або виходять з ужитку непомітно, або залишаються у своїй первинній формі. Але тенденція до інтернаціоналізації лексики і тим самим – до загальнозрозумілості рекламного дискурсу – наявна, що є показником творення сучасної рекламної мови в Україні» [3].

Зважаючи на брак українського контенту в місцевих друкованих медіа, ми здійснили аналіз матеріалів всеукраїнського щоденного видання «День» (за 2019 рік), що виходить російською, англійською та українською мовами, є найпопулярнішим у структурі української преси та має веб-ресурс.

У процесі роботи було помічено, що деякі автори використовують іншомовні слова через мовний снобізм, віддаючи данину моді, осучаснюючи тексти. Таку тенденцію прослідковуємо в матеріалі Людмили Заседи: «*Не впевнена, чи варто писати про щось релаксне, якщо протягом останніх місяців посварились найстійкіші*» [№72-73, «Свій острівець у середині буревію»]. У даному випадку вживання іншомовного просторіччя цілком виправдане, оскільки є свідченням апеляції до суб'єктивної оцінки, яку формує авторка на основі глибокого аналізу сучасної політичної ситуації. Тетяна Поліщук також використала це слово у своєму заголовку: «*Музичний релакс*» [№57-58, «Музичний релакс»]. Ми вважаємо, тут воно підсилює експресивність події, про яку розповідається в матеріалі.

Тавтологічне вживання в одному реченні чи абзаці слова *експерт* і похідних від нього занадто обтяжує сприйняття інформації, створює какофонічне звучання. Наприклад: «*Окрім того, жінки не так часто стають суб'єктами новин, а щодо експертної думки, практично в усіх галузях кількість жінок-експертів значно нижча, ніж їхніх колег-чоловіків*» [№77-78, «Погані новини для жінок»]. А в реченні «*За моїми експертними оцінками, зростання ВВП становитиме 2,7-3%, індекс споживчих цін перебуватиме в межах однозначного показника*» [№67-68, «Економіка зростає 12 кварталів поспіль. Але...»] вживання лексеми підкреслює пихатість респондента. Наталя Іщенко у своєму матеріалі пише: «*Більшість українських експертів за медіатемами і загалом із гуманітарних питань чомусь упевнена, що людина, як правило, вчиняє розумно та виважено, після оцінки ситуації, обмірковування можливих варіантів поведінки та їх наслідків*» [№77-78, «Правило обрання булочок або урок ірраціональності для політтехнологів та медівників»]. Однак, на нашу думку, іншомовне слово вжито недоречно, бо немає крайньої необхідності в його використанні. Схожа ситуація й в такій публікації Оксани Миколук: «*Україна має величезний туристичний потенціал, але його, як стверджують експерти, стримують три великі проблеми...*» [№77-78, «Туризм може бути драйвером розвитку України»]. Трохи пафосним виявилось використання Дарією Трапезніковою слова *експерт* у такому реченні: «*Саме 5670-д називали найбільш вдалим, він здобув широку підтримку експертів та громадських організацій*» [№77-78, «Єдина серед багатьох»]. Отже, інтерв'юерам варто добирати із синонімічного ряду лексеми, що адекватно відповідатимуть ситуації, чергуючи, наприклад, іншомовну лексему *експерт* зі словом *фахівець*.

Перенасичення текстів іншомовними термінами ускладнює їх розуміння: «*Як пояснює заступниця голови КМДА, формування повного «Гендерного паспорту» дасть можливість збирати та акумулювати необхідну статистичну інформацію, розробляти та поступово вдосконалювати як індикатори, так і саму методологію оцінки стану забезпечення рівних прав та можливостей, досліджувати й інтерпретувати відповідні динамічні тренди» [№72-73, «У Києва з'явиться гендерний паспорт»]. «*Чи виживе децентралізація в період політичної турбулентності» [№77-78, «Чи виживе децентралізація в період політичної турбулентності»], «*Також відкриють Bloody-Zone «Додай червоного!», де працюватиме мобільна бригада центру крові для охочих стати донорами, відбудуться лекції та персоналізоване інформування відвідувачів, фото- й автограф-сесія з медійними персонами, долученими до проекту*» [№66, «Здоровий Вікенд»], «*Перше практичне застосування роботів у комерційному саду є кульмінацією чотирирічної співпраці з американським технологічним партнером Abundant Robotics, в яку материнська компанія T&G BayWa AG інвестувала два роки тому в рамках своєї стратегії оцифрування або «діджиталізації» агробізнесу, що відображає прагнення компанії до інноваційного зростання*» [№66, «Бізнес майбутнього»], «*Як ми вже бачили, цей патерналізм відображає давнішні погляди американського істеблішменту у сфері національної безпеки, зокрема серед неоконсерваторів, багато хто з яких відкрито відмовляється працювати на Трампа*» [№61, «Трансатлантичний континентальний дрейф»].**

З метою з'ясування адекватності сприйняття текстів, перенасичених іншомовними лексемами, студентами-журналістами, визначення рівня розуміння ними медіаматеріалів «Дня», нами проведено анкетування. Ми опитали 15 осіб. За результатами опрацювання відповідей виявили наступне:

1. У реченні: «*Чомусь вітчизняні законники переконані в тому, що всі політичні фігуранти гратимуть із ними у шахи, дотримуватимуться правил*» [№72-73, «Страшний суд... «по-приколу», Ігор Лосев] 14 із 15 опитаних змогли дібрати доречні відповідники до виділеного слова. Наприклад: *діячі, учасники, особи, представники, постаті*.

2. У тексті: «*Організатори заходу запевнили, що працюватимуть над розробкою стратегії далі, об'єднують експертів за темами, приміром, транспортна інфраструктура, містобудування, екологія міста тощо, а через місяць презентують результати обговорень громадськості*» [№72-73, «Під маскою стратегії», Інна Лиховид] усі успішно впоралися із пошуком іншомовних слів. Однак щодо на питання, чи є доречним таке нагромадження іншомовною лексикою, думки розділились. 9 чоловік вважають, що це доречно, адже в матеріалі присутні терміни, які важко замінити; таке вживання свідчить про обізнаність автора в темі; іншомовні слова гармонійно вливаються в мову; вони точно передають інформацію тощо. Інші переконані, що запозичені слова не завжди зрозумілі, вони трохи ускладнюють сприймання; текст стає «тяжким».

3. Усі змогли замінити поданий іншомовний професіоналізм українським відповідником: «*Науковці сподіваються надалі трансплантувати серця в тварин, відкриваючи можливості для подальшої пересадки людині*» [№72-73, «Велике медичне відкриття», Наталія Пушкар].

4. Половина реципієнтів не знала значення виділеного слова у реченні: «*Допоки правовий нігілізм домінуватиме в головах українців, сильного війська не збудуємо*» [№72-73, «Реалії призову», Сергій Зятьєв].

5. «*Ми живемо у цивілізованому суспільстві, прагнемо розбудувати правову державу, і такі прецеденти виглядають не інакше, як середньовікове дикунство*» [№72-73, «Реалії призову», Сергій Зятьєв] – у цьому реченні 13 опитуваних підібрали синонім до виділеного слова. На їх думку, його (синонім) доцільно використовувати в журналістських текстах.

6. 4 людини не впоралися із підбором українського відповідника до слова у реченні: «*Фахівці наголошують, що головне в цій роботі — інформаційна складова, популяризація культурної спадщини у будь-яких формах*» [№72-73, «Завдання – оцифрувати культуру», Оксана Миколук]. Ще 4 опитаних вважають, що дібраний синонім змінив би смисл речення, 1 переконаний, що слово «популяризація» було б більш доречним. Усі інші притримуються думки, що можна послуговуватися відповідником.

7. Усі, кого ми опитали, були повністю згодні, що українська лексика сприймалася б набагато легше в наведеному тексті: «*Як пояснює заступниця голови КМДА, формування повного «Гендерного паспорту» дасть можливість збирати та акумулювати необхідну статистичну інформацію, розробляти та поступово вдосконалювати як індикатори, так і саму методологію оцінки стану забезпечення рівних прав та можливостей, досліджувати й інтерпретувати відповідні динамічні тренди*» [№72-73, «У Києва з'явиться гендерний паспорт»].

8. 14 опитаних розуміють значення підкресленого слова у реченні: «*Не впевнена, чи варто писати про щось релаксне, якщо протягом останніх місяців пересварилися навіть найстійкіші*» [№72-73, «Свій острівець усередині буревію», Людмила Заседа]. 9 вважають, що таке використання є доречним, однак 6 людей переконані, що слово «релаксне» немелодійне, коструbate.

9. У тексті: «*Міжнародним резиденціям – бути*» 13 реципієнтів підібрали синоніми до слова «резиденція». Серед них були такі: будинок, офіс, штаб, представництво, дім тощо. Однак опитані переконані, що у вищезазначеному реченні краще вживати іншомовний варіант.

10. Труднощі виникли із останнім завданням, де треба було перефразувати наведене речення, використовуючи українську лексику: «*У планах стартапу — розвиток колекцій дитячої та ділової літератури, аудіолекцій із бізнесу, науки, інших професійних напрямків, саморозвитку і навіть аудіо журналів*». «*Досить складно це зробити*», - написав один із респондентів.

Отже, результати опитування показали, що іншомовні слова іноді обтяжують процес сприймання реципієнтом. У нашій мові є багато відповідників, які доречно вживати замість запозичень. Але все ж таки деякі визначення доцільно вживати у вихідному варіанті, бо вони не змінюють сенс повідомлення, точно й чітко доносять інформацію.

Список літератури

1. Гудима Н. В. Основні чинники лексичних запозичень у зарубіжному й українському мовознавстві / Н. В. Гудима. – Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/Npknu_fil_2012_31_14.pdf&ved=2ahUKEwiO5-S5pYHiAhUNAhAIHaSNBNcQFjAAegQIBhAB&usg=AOvVaw1XiW5dEkRqqtKMQhyISMbm.
2. Гуменюк Т. І. Запозичення та їхні типи в сучасній українській телевізійній фаховій мові / Т. І. Гуменюк // Наукові записки НаУКМА : Філологічні науки. – Т. 164. – 2014. – С. 55–59.
3. Гурко О. В. Іншомовні слова у засобах масової інформації / О. В. Гурко // Лінгвістика. Лінгвокультурологія. – 2013. – Т. 6. – С. 9-17. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/lin_2013_6_4.
4. Козир Є. М. Проблеми унормування чужомовних запозичень / Є. М. Козир // Українська термінологія і сучасність: Зб. наук. праць. – Вип. IV. – К. : КНЕУ, 2001. – С. 245–247.
5. Крысин Л. П. Развитие лексики русского литературного языка. – М., Наука, 1965. – 465 с.
6. Кузів Л. Лексичні запозичення в мові молодіжних друкованих ЗМІ // Мовознавчий вісник. Збірник наукових праць / За ред. Мартинової Г. І. – Черкаський національний університет. – 2009 р.: Вип. 9. – С. 285-293.
7. Пономарів О. Культура слова: мовностилістичні поради / О. Пономарів. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://ponomariiv-kultura-slova.wikidot.com/inshomovna-leksyka>.
8. Селігей П. О. Що нам робити із запозиченням? // Українська мова – 2007. – № 3. – С. 3–16; № 4. – С. 16–32.

ЕКСПРЕСІОНІСТСЬКА ПОЕТИКА У МАЛІЙ ПРОЗІ МІЖВОЄННОГО ДВАДЦЯТИЛІТТЯ

Ірина Жиленко,
канд. філол. наук, доцент СумДУ

Порівнюються елементи експресіоністської поетики у творах українського й російського письменників-емігрантів міжвоєнного двадцятиліття Ю. Косача і В. Федорова

Ключові слова: модерністська поетика, експресіонізм, потік свідомості, слова-символи.

EXPRESSIONIST POETICS IN SMALL PROSE OF THE TWENTY YEARS OF INTERWAR PERIOD

Iryna Zhylenko,
associate professor, Sumy State University

The present work presents a comparative analysis of elements of expressionist poetics in the works of Ukrainian and Russian emigrant writers of the twenty years of interwar period Y. Kosach and V. Fedorov.

Key words: modernist poetics, expressionism, flow of consciousness, word-symbols.

Актуальність роботи. Провідні позиції в літературі модернізму займав експресіонізм, що виник напередодні Першої світової війни як напрям, протилежний імпресіонізму й натуралізму. Завданням письменника було – деформувати зовнішній світ, вивести його на рівень «мистецтва крику» («ще не очі, а рот»). Як стильова течія, експресіонізм був тісно пов'язаний із психологічними