

повне розуміння тексту стає неможливим без декодування та інтерпретації інформації, яку несуть паралінгвістичні засоби. Такий процес розуміння, запам'ятовування, включення нових об'єктів до наявної у людини системи уявлень називається аперцепцією і залежить від попереднього індивідуального досвіду людини, її знань, інтересів, актуальних для неї потреб.

Для того, щоб охопити усі компоненти структури переконування (раціональний, емоціональний та вольовий), автор має гармонійно поєднати вербальний та невербальний компоненти повідомлення, тобто створити креолізований текст. Зображення та слова такого полікодового повідомлення не є сумою семіотичних знаків, їх значення інтерпретується.

Отже, щоб інформація була сприйнята, інтерпретована та засвоєна так, як розраховував автор, текст повинен бути оригінальний, зрозумілий, простий, чіткий, лаконічний, інформативний, емоційний та закінчений.

1. Анисимова Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов. — М.: Издательский центр „Академия”, 2003. — 128 с.

2. Кобякова І.К. Особливості реалізації мовотворчої функції в англійських текстах малого жанру: Автореф. дис. на здобуття вченого ступеня канд. філолог. наук / Сумський державний педагогічний університет ім. А. С. Макаренка. — К, 1996. — 25 с.

1. Скуленко М.И. Убеждающее воздействие публицистики (основы теории). — К.: Высшая школа, 1986. — 174 с.

## **ВИКОРИСТАННЯ НЛП В ТЕЛЕ- ТА РАДІО ЖУРНАЛІСТИЦІ**

Доп. — Битюк І.В., ЖТ-52  
Наук. кер. — ст. викл. Чубур В.В.

Всю інформацію про оточуючу діяльність ми отримуємо за допомогою повідомлень, більшість яких надходить зі ЗМІ. Проблема раціонального використання власне текстових

факторів все ще залишається надто гострою. Мова йде про цілу систему виражальних засобів журналістики, які необхідні і достатні для того, щоб досягти постійної і сталої ефективності масово-інформаційного впливу. Відомо, що журналіст висловлюється насамперед тоді, коли йому є що сказати, коли він, озброєний життєвим досвідом, може проникнути в гущу життя та аналізувати його. Слід пам'ятати, про нерозривність думки і слова. Адже мова – це безпосередня думка, а відривати думку від слова не можна. Журналіст – це той, хто знає, що сказати, і вміє зробити це професійно. НЛП займається саме питаннями щодо впливу мови на програмування психічних процесів та інших функцій нервової системи, а також вивчає, яким чином психічні процеси та нервова система у свою чергу формують нашу мову.

Підкоряючись загальноприйнятим канонам, ми найчастіше блукаємо серед скорочених чи неповних повідомлень. Отже, опускаємо багато інформації. Наші висловлювання не описують світ об'єктивно, а лише виявляють наші уявлення про нього. Журналіст повинен вміти виявляти слова, які вказують на невірність висловлюваного нами повідомлення, а також уміти задавати питання, які уточнюють значення сказаного.

Аби комунікація стала продуктивною, вона повинна проходити на рівні довіри та розуміння. Отже, спілкування – це не результат, а процес пошуку результату. Рекламні діячі та відділи з паблік рілейшнз відмінно знають це правило. Вони завжди намагаються отримати відповідну реакцію на свій комунікативний імпульс. Підготовка текстів реклами – це також журналістика. Глибоке розуміння того, як люди міркують, дає журналістам декілька явних переваг. Здатність помічати шаблони мислення може допомогти зрозуміти як сприймаються ваші ідеї. Відомо, що коли ми спілкуємося, лише 7% нашого повідомлення міститься в словах, 38% – у тоні голосу і 55% – у мові тіла, тобто нейрологічному каналі.

Необхідно враховувати розмір долі інформації, яка спрямована теле- та радіожурналістами до великих груп людей. Слід не забувати й про рамки інформації, яка корисні для розгляду будь-якого питання з різних сторін. Для теле- та радіожурналістів важливо пам'ятати, що аудиторію переконують не аргументи, а тон та темперамент, манери висловлювання, тобто сама людина. А також, щоб їх мова була короткою, але містила багато в декількох словах. Отже, на плечі професійних комунікаторів лягає відповідальність за сформовану громадську думку, становлення якої відбувається через ЗМІ. Як відомо поданий сигнал дуже часто деформується і, відповідно, буде сприйматися по-іншому. Тому журналістам, особливо в TV- і на радіо, необхідно знати і використовувати методи НЛП задля успішного спілкування, а отже згоди слухача з мовцем.

## СТУПІНЬ СВІДОМОГО Й НЕСВІДОМОГО АВТОРСТВА В ЖУРНАЛІСТИЦІ

Доп. – Бурлаку Н., ЖТ-52  
Наук. кер. – ст. викл. Чубур В.В.

*Досліджуються аспекти проблеми свідомого й несвідомого авторства в журналістиці.*

*Ключові слова: свідоме й несвідоме авторство, відчуження твору від автора, стереотипізація мислення, журналістський текст.*

Будь-яка професійна діяльність має свій прообраз і моделює реальні процеси життєдіяльності. Те, що у звичайних, побутових ситуаціях людина робить автоматично, майже несвідомо, вона добре усвідомлює у виробничій ситуації. Психологічною основою формування фахівця є обов'язкове усвідомлення ним своєї активності в повсякденні, контроль за нею. Свідомо керованою активністю для працівника ЗМІ є мовлення. Як першорядний розповсюджувач інформації, він повинен мати здатність до контролю за процесом власного