

**МІНІСТЕРСТВО ФІНАНСІВ УКРАЇНИ
УНІВЕРСИТЕТ ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ГУМАНІТАРНИХ НАУК**

Кафедра журналістики, української словесності та культури

***ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМУВАННЯ
ПРОФЕСІЙНОЇ ЛЕКСИКИ***

Доповіді X Міжнародного науково-практичного семінару, присвяченого
питанням функціонування професійного мовлення, лінгвокультурологічному
та соціокультурному аспектам філології

ВИПУСК Х

Ірпінь–2020

УДК 378

*Рекомендовано до друку Вченою радою Навчально-наукового інституту
гуманітарних наук
Університету державної фіскальної служби України
(Протокол від 18 березня 2020 року № 6)*

Тенденції та перспективи формування професійної лексики: Доповіді
X Міжнародного науково-практичного семінару, присвяченого питанням
функціонування професійного мовлення, лінгвокультурологічному та
соціокультурному аспектам філології. Ірпінь: УДФС України, 2020. Вип. X.
198 с.

Відповідальний редактор:

кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики, української словесності та культури
О.В. Чорна

© Оригінал-макет
КАВ
Університет ДФС України, 2020

За зміст матеріалів і правильність цитування відповідальність несуть автори.

Список використаної літератури:

1. Дмитровський А.Л. Види композицій в журналістському тексті. *Вчені записки Орловського державного університету. Серія: Гуманітарні та соціальні науки*. 2009. № 1. С. 189–197.
2. Колесниченко А.В. Жанры прикладной деятельности журналистики. *Журналистика и медиарынок*. 2008. № 2. С. 33–36;
3. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров. Основы творческой деятельности журналиста : учеб. для студ. вузов по спец. «Журналистика». Санкт-Петербург, 2010. С. 125–167.
4. Павлова Л.М. Редакторський аналіз журналістських текстів. *Вісник Північно-Східного федерального університету ім. М.К. Аммосова*. 2009. Т. 6, № 3. С. 39–44.
5. Шебеліст С. Трансформаційні процеси в системі журналістських жанрів. *Вісник Львівського університету. Сер.: Теле- та радіожурналістика*. 2010. Вип. 9. Ч. 1. С. 274–280.

Зикун Наталія Іванівна,

доктор наук із соціальних комунікацій, доцент,
завідувач кафедри журналістики, української словесності та культури
Навчально-наукового інституту гуманітарних наук
Університету державної фіскальної служби України
(Ірпінь, Україна)

ГІПЕРЛОКАЛЬНА ЖУРНАЛІСТИКА У КОНТЕКСТІ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Український медіаландшафт на сучасному етапі переживає відчутні докорінні зміни, викликані різними групами чинників: геополітичними (які визначаються найзагальнішими глобалізаційними тенденціями); технологічними (конкуруванням різних медіаплатформ за першість у впливі на аудиторію); економічними (зміною сучасних економічних моделей в медіадіяльності); соціально-політичними (системним реформуванням суспільного життя в країні, його подальшою демократизацією – з огляду на євроінтеграційні орієнтири України), світоглядно-ціннісні (коригування ціннісних систем, зміни характеристик й інформаційних уподобань нових поколінь споживачів інформації).

Україна неминуче стикається із зовнішніми викликами, які виявляються у що вимагає репрезентування ними своїх можливостей і переваг потенційним інвесторам, іншим стейкхолдерам. Усе це зумовлює інтерес до системи медіа, її переформатування й пошук ефективних моделей

розвитку, актуалізує існування місцевих медіа як провідників і трансляторів таких меседжів.

Нині одним із загальносвітових журналістських трендів, за якими майбутнє, називають локальні і гіперлокальні ЗМІ, або журналістику спільнот. Саме таку назву мають онлайніві або друковані малоформатні медіа, вплив яких обмежується невеликим містом, його мікрорайоном, містечком, навіть селом. Про важливість саме цього рівня журналістики говорять німецькі автори – визнаючи необхідність для газет сильнішої локалізації, а саме розвиток журналістики у регіонах – аж до сублокального рівня, що сприятиме збільшенню її практичної цінності [1, с. 313]. Завданням таких медіа є «продукування новин локального характеру (з маленького географічного простору: міста, передмістя, селища, вулиці тощо)»; аудиторія таких ЗМІ також є достатньо вузькою й таргетованою, вона об'єднана спільним інтересом (місцем проживання, захопленням, професією тощо) [9]. Ці медіа розповідають про актуальні новини з життя локальної спільноти, рекламують місцеві продукти й сервіси, надають можливість висловитися місцевим активістам і лідерам, розповідають про успішні старт-апи й місцеві ініціативи. Тепер важливим завданням таких ЗМІ в Україні стає коментування й інтерпретування ходу реформ у регіонах, прояснення їхнього змісту й переваг для населення.

Нині уже маємо низку досліджень, які висвітлюють різні аспекти й рівні цієї науково-практичної проблеми: М. Бутиріної, К. Кулини, І. Луцюк, М. Орлова, С. Матвієнків, І. Паславського, Ю. Фінклера, І. Чорної. Ю. Нестеряк окреслює рівень вивчення й аспекти дослідження в зарубіжному журналістикознавстві й зосереджується на перспективах розвитку в Україні гіперлокальних ЗМІ насамперед на основі інтернет-платформи [3].

Завданням нашого дослідження є аналіз цього медіасегменту в контексті реформи децентралізації, створення об'єднаних територіальних громад.

Першою відправною точкою для активного розвитку локальних ЗМІ стало прийняття Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» [8], однак завершення часу, відведеного на роздержавлення ЗМІ, не дало швидких очікуваних результатів. Дива із місцевою журналістикою не відбулося, реформовані газети зіткнулися із низкою проблем, подолати які не всім під силу. Хоча там, де професійний і активний редактор, вони розвиваються, використовуючи переваги й інших платформ.

Другим каталізатором і мотиватором змін у локальних ЗМІ стало активне розгортання в Україні однієї із наймасштабніших реформ – адміністративно-територіальної, спрямованої на подальшу децентралізацію усіх суспільних процесів. У результаті її реалізації на підставі Закону України «Про добровільне об'єднання територіальних громад» було створено понад 800 об'єднаних територіальних громад (ОТГ), які охопили третину території України. ОТГ стали активними й самостійними суб'єктами суспільних відносин, отримали більше фінансових ресурсів, ширші повноваження, що водночас зумовило й більшу їх відповідальність за власну діяльність і майбутнє. Адміністративно-територіальна реформа інтенсифікувала роботу в регіонах щодо формування системи ефективних комунікацій, переформатування діяльності місцевих ЗМІ, а також створення нових – як рупорів місцевої думки й агентів локального розвитку, просування й відстоювання інтересів своєї громади, забезпечення постійної внутрішньої комунікації, із місцевим населенням. У нинішніх умовах набуває значення здатність самої громади осучаснювати, розвивати власну територію, поліпшувати якість власного життя. Однією із визначальних функціональних особливостей є інтеграційна функція – гіперлокальні ЗМІ консолідують місцеву громаду, залучаючи її як до обговорення місцевих проблем, так і до спільного їх розв'язання.

Атрибутивними характеристиками локальних ЗМІ на основі узагальнення української практики називають: 1) географічну маркованість контенту – за місцем його генерування та/або за місцем споживання його цільовою аудиторією; 2) інтеграцію з локальними медіа та з локальними інституціями (бізнес, органи місцевої влади); 3) виражене візуальне або тематичне структурування контенту на основі територіальних ознак; 4) участь населення в створенні матеріалів (аудиторія – і споживач, і виробник інформації) [4; 3].

Сучасний етап розвитку газет не можна назвати простим. Серед проблемних аспектів функціонування локальних медіа, недоліком, що стримує їхній розвиток відносять як недостатній рівень фаховості місцевих журналістів, неготовність працювати більш інтенсивно в умовах стрімких суспільних змін, використовувати новації в оформленні й подаванні матеріалу, так і недотримання ними журналістських стандартів, друкування «джинси», «прес-релізм». Експерти констатують невміння багатьох редакцій працювати в нових бізнес-моделях, поганий менеджмент, відсутність навичок роботи з рекламодавцями, дизайнерами, громадськими та

міжнародними організаціями, неповне використання потенціалу сучасних підходів до верстки і друку.

Модернізація й розвиток якісно іншого рівня локальної журналістики нині, на жаль, поки що відбувається не через внутрішні механізми, не завдяки внутрішній мотивації місцевих журналістів, а значною мірою завдяки активності медійної спільноти, громадських організацій (зокрема, Інституту демократії імені Пилипа Орлика, експерти якого протягом останніх років здійснюють моніторинги місцевих ЗМІ) та активістів, молодих ініціативних менеджерів, які за фінансової й організаційної допомоги міжнародних донорів намагаються допомогти змінити медіаситуацію в українських регіонах.

У межах проекту «Голоси громад», впровадженого за підтримки «Фонду розвитку ЗМІ» Посольства США в Україні, у різних областях України проведені тренінги для місцевих журналістів з метою ознайомлення їх із можливостями й завданнями гіперлокальних ЗМІ (Дніпропетровська, Кіровоградська, Полтавська обл., інші). Проект покликаний сприяти розвитку свободи преси в об'єднаних територіальних громадах, особливо у сільській місцевості, залученню якомога більшої кількості активного населення до процесів децентралізації. Через усвідомлення ролі журналістів як медіаторів у суспільному діалозі, як трансляторів важливих наративів розвитку, багато часу на інтенсивних майстер-класах у цих регіонах відводилося на підвищення професіоналізму й удосконалення навичок місцевих журналістів, блогерів і медіа-активістів на прикладах конкретних медіа-кейсів [5].

Агенція розвитку локальних медіа «Або» започаткувала проєкт, спрямований на створення сучасних міських сайтів у невеликих українських містах, редакції яких відбиралися на конкурсних умовах, погодилися виконувати усі вимоги організаторів і нині демонструють непогані результати [6].

Таким чином, коло функцій і завдань локальної журналістики розширюються, більш жорсткими стають вимоги до її інтенсивності та якості контенту, що зумовлює пошук редакційними колективами нових можливостей і резервів. Серед перспективних дослідники визнають необхідність поєднання мережевого й друкованого варіантів гіперлокальних проєктів [3, с. 133], використання традиційними ЗМІ різних медіаплатформ і активнішу роботу з місцевою аудиторією (сайти, соціальні мережі, чат-боти тощо) [2].

Список використаної літератури:

1. Вайшенберг З. Журналістика та медіа: Довідник. Київ, Центр Вільної Преси, Академія Української ПРЕСИ, 2011. 529 с.
2. Локальні медіа та соціальні мережі: конкуренція чи шанс на розвиток? URL: http://news.informer.od.ua/lokalni_media_ta_socialni_merezhi
3. Нестеряк Ю.М. Гіперлокальні медіа: перспективи для України. *Наукові записки Інституту журналістики. Том 56. 2014. С.130–134.*
4. Нікітенко С. Від локального до глобального: гіперлокальні медіа на Херсонщині. URL: http://most.ks.ua/news/url/vid_lokalnogo_do_globalnogo_giperlokalni_medi_a_na_hersonschini
5. Перспективи розвитку медіа об'єднаних територіальних громад. URL: <http://kirovohradska.land.gov.ua/perspektyvy-rozvytku-media-obiednanykh-terytorialnykh-hromad/>
6. Прокопишин Т. Лера Лауда, Студія розвитку локальних медіа «Або». URL: <https://theukrainians.org/lauda-studiya-abo/>
7. Про добровільне об'єднання територіальних громад: Закон України Відомості Верховної Ради (ВВР), 2015, № 13, ст. 91. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/157-19>
8. Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації: Закон України. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 3, ст. 34. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/917-19>.
9. What is community journalism? *FutureLearn*. URL: <https://www.futurelearn.com/courses/community-journalism/steps/7899/progress>.

ЗМІСТ

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНІ АСПЕКТИ ФІЛОЛОГІЇ

Аит Умезиан Р.	Морбиальная метафора в политическом дискурсе: лингвокультурологический аспект	3
Бріцин В.М.	Когнітивна інтерпретація категорії вставленості	6
Васецька О.І.	До проблеми кваліфікації терміна <i>відтінок значення</i>	9
Воронова В.В.	Проблемні питання й завдання формування термінології геобрендингу	12
Гаврилюк В.Ю.	Тлумачення терміна «аудит» у сучасних словниках	16
Голубенко Т.В., Кордон Б.А.	Принцип творення синтаксичних конструкцій в українській сфері оподаткування	19
Дишлева Г.В.	Семантична організація фразеологічних одиниць на позначення імен людей (психологічний аспект)	23
Казимиrowa І.А.	Роль мовознавчих термінів у трансляції лінгвістичних знань (когнітивний аспект)	26
Коляденко О.О.	<i>Почуття, настрої, емоція, афект:</i> диференціація термінопонять	30
Корновенко Л.В.	Толерантність в українській та російській мовних картинах світу	34
Кравченко Є.Г.	Граматична норма: система й узус (на матеріалі невідмінюваних іменників)	36
Кришук В.Л.	Гендерна самоідентифікація в літературному епістолярії	39
Ладиняк Н.Б.	Невласне пряма мова як стилістичний прийом у художньому мовленні Миколи Хвильового та Григорія Косинки	44
Марчук Л.М.	Гендерні стереотипи та антиподи в мові творів Ірени Карпи	47
Павлова А.К.	Модус осмислення політичного дискурсу в сучасних наукових студіях	51
Поповський А.М.	Український смак гречаного слова	53

Радкевич Г.Ю.	Концепт «воля» в українському паремійному просторі.....	56
Рахуба В.И.	Развитие навыков восприятия иноязычной речи на слух у студентов технических специальностей	59
Руденко С.М.	Кольоративи в глютонічному фреймі	62
Самигулина Ф.Г., Ма Синьяо	Гендерные стереотипы в дискурсе рекламы: лингвокультурный аспект	66
Симоненко Л.О.	Українська термінологія в соціоосвітньому просторі	70
Сопіна О.А.	Символи матеріального і духовного світу як репрезентанти релігійного дискурсу	72
Сукаленко Т.М.	Образно-перцептивні та мовні характеристики поліцейських чиновників (за матеріалами української літератури XIX ст.)	74
Сущенко І.М., Яковчук А.В.	Синтаксичний спосіб творення українських податкових термінів	79
Тесленко І.С.	Лексичні особливості офіційно-ділового мовлення	82
Трофименко О.Є.	Термин родства «мама» и его варианты в художественном тексте (на материале произведений М. Шолохова)	84
Туровська Л.В.	Політична лінгвістика: основні етапи Становлення.....	88
Халіновська Л.А.	Міжнародні терміни в українських кросдисциплінарних дослідженнях	90
Цимбалюк С.Я., Чорна О.В.	Принцип системності в українській податковій термінології.....	94
Чорна О.В., Федорченко К.А.	Становлення української термінолексики податкової сфери	99
Шевчук З.С.	Мовне конструювання лексем на позначення внутрішніх характеристик жінки (віковий і соціальний параметри)	104
Яценко Н.О.	Термінологізація та детермінологізація як лексико-семантичні процеси	107

КУЛЬТУРА НАУКОВОЇ МОВИ – ОСНОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Андрієнко І.В., Проскурня В.А., Середня А.І.	Морально-етичні принципи комунікативних процесів у мовленнєвому середовищі майбутнього державного службовця	110
Вискушенко К.К.	Особливості усного професійного спілкування фінансиста.....	115
Дятло Є.В.	Фемінітиви в галузевій лексиці	116
Іванов І.Ю.	Роль кодексів корпоративної етики в управлінні підприємствами	118
Лінник О.П.	Етика ділового спілкування як засіб налагодження зв'язків: вітчизняний та зарубіжний досвід.....	121
Лічковаха Д.Ю.	До питання формування професійного мовлення майбутніх правників	124
Мосійчук І.О.	Культура мови ЗМІ і розвиток медіатекстів	127
Наumenко Л.М.	Питання журналістської етики як предмет дослідження культури ділового спілкування	131
Павлова А.К., Соломянюк Б.М.	Мовні засоби експресивності в риторичній практиці адвоката.....	133
Подворчан А.З.	Мовна культура – основа професійної діяльності юриста	136
Родіонова А.А.	Мовні засоби офіційно-ділового стилю.....	138
Чорна А.І.	Про ефективність впливу промови прокурора на судові дебати	140
Шадура М.Ю.	Специфіка комунікативної ефективності в аспекті професійної діяльності юристів	143
Ягоденко К.В.	Культура мовлення фахівця в галузі обліку й оподаткування.....	146

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ЛЕКСИКИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

Киба Л.М.	Фахова іншомовна освіта та виклики інформаційної війни	148
Леміш Н.Є.	Застосування колострукційного аналізу в навчанні майбутніх перекладачів	151
Усачова К.С.	Правописна варіативність щодо передавання лексики іншомовного походження.....	154
Яремчук Ю.Д.	Особливості адаптації англійських ергонімів у сучасній українській мові.....	158

МОВА ЗМІ І ПРОФЕСІЙНЕ МОВЛЕННЯ ЖУРНАЛІСТІВ

Дамірчієва Е.М.	До питання: формування професійної лексики журналістів	160
Дерюгіна Л.М.	Мовні особливості сучасних українських фешн-видань	163
Діброва А.С.	Місце і роль жаргонізмів в українських друкованих ЗМІ	165
Дуркіна К.О.	Мова ЗМІ та її вплив на формування культури мовлення працівників державної сфери	167
Зайцева І.В.	Трансформація жанрів в системі сучасної журналістської творчості	171
Зикун Н.І.	Гіперлокальна журналістика у контексті децентралізаційних процесів в Україні	174
Калита О.П.	Формування комунікативної компетентності в системі професійної підготовки майбутніх журналістів.....	179

Кацан О.С.	Професійний сленг і формування медіатермінології (на прикладі Київського бюро Радіо Свобода) 182
Лебезко А.К.	Мова «hate speech» та її застосування в українських інтернет-виданнях 186
Щербак А.С.	Речевое портретирование как метод изучения речевого поведения медийной языковой личности 189
