
МОВА ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Левченко Т. М., Чубань Т. В.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-554-9-11>

ВСТУП

За останні роки професія журналіста зазнала істотних змін і трансформацій, адже сучасні публіцисти все більше усвідомлюють власну причетність до соціальних, політичних, культурних та інших суспільних течій. Розвиток нових технологій, поява різних каналів поширення інформації в мережі Інтернет, зміна характеру праці журналіста в конвергентних редакціях, зрештою, автоматизація значної частини редакційних та виробничих процесів, призвели до перегляду базових професійних компетенцій працівників ЗМІ. Без оволодіння новими знаннями, вміннями та навичками нинішнім журналістам складно протистояти викликам цифрової епохи. Сучасні фахівці в журналістській галузі намагаються створити особистий бренд і випрацювати власний стиль, а, отже, найбільшого значення у професійній підготовці набуває теорія комунікації, а комунікативна діяльність здійснюється у межах певних моделей, незаштампованих форм (О. Пономарів, В. Різун, Ф. Бацевич, М. Тимошик)¹.

Проблеми української мови в сучасних газетно-журнальних публікаціях, у радіо- й телевізійних, роль мови у масмедіа є об'єктом вивчення курсу «Українська мова в засобах масової інформації» у ЗВО для здобувачів освіти галузі 061 «Журналістика», а також здобувачів, які отримують спеціалізацію «Редагування освітніх видань». До основних питань ОК належать такі: про значення унормованої

¹ Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: ВЦ «Академія», 2004. 344 с.

2. Пономарів О. Д. Культура слова: Мовностилістичні поради: навч. посібник. Київ: Либідь, 2001. 240 с.

3. Різун В. В. Лінгвістика впливу: монографія. Київ: Вид.-поліграф. центр «Київ. ун-т», 2005. 148 с.

4. Тимошик Микола. Видавнича справа та редагування: Курс лекцій: для студ. вищих навч. закл., які навч. за спец. «Журналістика»: у 2 ч. Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Вишневе, 2003. 98 с.

української мови, загальні закони комунікації, специфіку слововживання залежно від різних умов (соціальних, культурних) спілкування, структуру мови (мовного коду) у процесах спілкування, закономірності взаємодії мовних і позамовних засобів комунікації, залежність організації мовного коду від екстралінгвальних явищ, продукування і сприйняття мовлення в різних комунікативних умовах, причини комунікативних невдач, методи дослідження мови і аналіз засобів побудови мовленнєвих фраз. Багатство мовленнєвого етикету, у формулах якого вбачаємо виразність, образність, доступність, впливовість, повагу до співрозмовника, притаманне справжньому журналістові та є виразником його професіоналізму. Курс «Українська мова в засобах масової інформації» сприяє різнобічному мовленнєвому розвитку майбутніх фахівців, усвідомленню місії комунікативної, репрезентативної та культуруносною функції української мови в засобах масової інформації.

Завдання викладачів полягає в тому, щоб сформувати нові знання, вміння та навички майбутніх журналістів, застосовуючи сукупність інноваційних методів і прийомів.

1. Інноваційні практики в навчанні майбутніх журналістів

Завдання ОК «Українська мова в засобах масової інформації» – розкрити значення української мови в засобах масової інформації; ознайомити з науковою системою графіки й орфографії, фонетики та орфоєпії, лексичним та фразеологічним багатством української мови; навчити здобувачів професійної мови журналістів, розвивати їхні комунікативні здібності; сформувати навички вмілого добору мовних засобів відповідно до специфіки діяльності; з'ясувати роль засобів масової комунікації у розвитку державної мови.

Нині доводиться працювати не лише з текстовими, а й з аудіо-візуальними знаковими системами. Особливо це актуально сьогодні, коли у ЗМІ на першому плані є візуальний ряд. Сьогоднішній споживач продукції ЗМІ більше схильний до візуального сприйняття інформації, ніж до читання, адже воно стало поверхневим, тобто всі намагаються вловити загальний зміст тексту. Тому візуальна інформація засвоюється швидше, оскільки вимагає концентрації уваги щодо її розуміння. Зображення, а не слово, стає домінуючим складником у будь-якому повідомленні. Текст – нехай навіть найцікавіший – навряд чи приверне увагу аудиторії, якщо в ньому відсутня картинка або будь-яке графічне зображення.

Використовуючи, наприклад, технологію ментальних карт чи інфографіки, майбутні журналісти можуть у більш зручній формі донести до читача свою ідею, упорядкувати основні концептуальні положення,

нарешті, яскраво та ефектно уявити аргументи. Візуальні прийоми дозволяють по-новому інтерпретувати факти, які є у журналістів.

У сукупності інноваційні практики простіші і зрозуміліші для сприйняття, вони більш наочні і привабливі, оскільки дозволяють людині швидко засвоїти інформацію, з допомогою асоціацій, які виникли та інтерпретувати саму подію. Крім того, візуальні образи довше зберігаються, отже, мають триваліший вплив на свідомість користувачів. За рахунок процесів діджиталізації стала можливою передача звуко/візуальних образів у найрізноманітніших формах. Це можуть бути фотографії, фотоколажі, інфографіка, різного роду таблиці та графіки, діаграми та схеми. Візуальні елементи зручніші, вони покликані не лише завоювати увагу аудиторії, а й залучити її до комунікативного контакту.

Отже, сукупність інноваційних прийомів дозволяє максимально у зручній формі доносити зорову інформацію до кінцевого адресата.

Для збільшення обсягу передачі текстової інформації у нових медіа використовуються гіпертекстові елементи. За допомогою різних гіперпосилань автор може поглиблювати та розширювати тематику свого виступу завдяки відсилань читача до інших джерел інформації. Використовуючи такий прийом, початковий текст стає більш багатовекторним та полідискурсивним, дозволяючи читачам легко і швидко знаходити цікаву для них інформацію.

Отже, використання гіпертекстових елементів дозволяє зробити початковий текст максимально стислим та інформативним, а з іншого – збільшити обсяг інформації, що публікується, за рахунок різних гіперпосилань. Загалом це дуже позитивно позначається на сприйнятті основної інформації, розвантаженої від зайвого контенту за рахунок гіперпосилань.

Крім цього, журналісти можуть використовувати у своїх матеріалах різні технології діалогового інтерфейсу, за допомогою яких вони легко встановлюють інтерактивні контакти з аудиторією. Своєю чергою, і читач може оперативно вмонтовуватися у спілкування з автором, висловити своє ставлення до публікації, залишити позитивний або негативний коментар, перейти за посиланням до інших публікацій журналіста, нарешті, включитися в діалог з іншими користувачами мережевого ЗМІ.

Завдяки новим комунікативним прийомам користувач може висловити емоційне ставлення до повідомлення: радість, захоплення чи смуток; схвалення чи жаль; прихильність чи ворожість. Інші комунікативні прийоми дозволяють користувачам швидко обмінюватися постами та коментарями, фотографіями та відео. Завдяки чат-ботам – листуватися з читачами, коментувати, постити.

Зазначимо, що діалогові інтерфейси щодня удосконалюються, створюючи умови для інтерактивного спілкування журналістів зі своєю аудиторією. Вони багато в чому стимулюють інтеракцію, перетворюючи її на всеосяжний фактор. Сьогодні користувачам цікавий не сам факт публікації якогось матеріалу, а його обговорення на форумі, обмін думками, суперечки та дискусії. У цьому сенсі діалоговий інтерфейс є одним із найнеобхідніших інструментів журналістської творчості, без чого налагодити ефективний діалог зі своєю аудиторією неможливо. Тому здобувачам освіти варто зацентувати увагу на інтерфейсі серед таких видів масмедіа: масова преса (газети, журнали, книги, бюлетені, листівки з текстом); масові статичні зображення (рекламні щити й листівки); рухомі зображення (кінематограф і телебачення, відеотекст, телетекст, вебсайти, комп'ютерні програми з візуальним інтерфейсом); аудіозаписи чи трансляції (радіо, подкасти).

Іншим звичним методом споживання інформації для сучасної аудиторії стала кросплатформність, тобто одночасне використання кількох каналів масмедіа. Завдяки цій технології користувач, може одночасно слухати музику, читати новини, малювати, писати коментарі до постів, використовуючи кілька браузерів. При цьому може підключити й інші пристрої для отримання інформації – телевізор, планшет, мобільний телефон, ноутбук. Отже, споживання інформації масовою аудиторією відбувається на міжплатформному рівні, стаючи надзвичайно активним.

Кросплатформність у споживанні інформації багато в чому вплинула на розвиток таких технологій, як кросмедіа (передача одного медіаконтенту за рахунок інших каналів) та трансмедіа (передача різного медіаконтенту на одну тему на різних платформах з додаванням нових деталей та смислів).

Нові комунікативні технології повністю змінили характер підготовки та поширення медіаконтенту. Сьогодні багато редакцій онлайн-видань можуть розміщувати матеріали про одну і ту ж подію на різних платформах: на офіційній сторінці, на сайті, в соціальних мережах, а також на різних найпопулярніших мобільних додатках.

Кросплатформність, кросмедійність і трансмедійність сформували своєю чергою такий формат передачі інформації, як мультимедійний (трансмедійний) сторітелінг. Це зумовлено тим, що споживачів інформації сьогодні більше цікавлять не просто факти та статистика, а реальні історії та події, оскільки інформація без емоційного складника сприймається гірше. Майбутніх журналістів варто орієнтувати на те, що всі явища дійсності, обставини варто передавати через особисте сприйняття, безпосередні реакції свідків та очевидців подій, через

передачу у матеріалі безпосередніх почуттів та переживань. Підготовка таких історій, з різними мультимедійними елементами (прямими увімкненнями відео, гіперпосиланнями на інші матеріали, репортажними знімками та коментарями), вимагає від журналістів певної кваліфікації.

Під час проведення практичних занять варто наголошувати на тому, що мультимедійний (трансмедійний) сторітелінг, зазвичай, має якісну презентацію, оскільки, у його створенні бере участь команда, що складається не лише з журналістів, а й відеооператорів, фотографів, дизайнерів, монтажерів. Зусиллями інших спеціалістів здійснюється дистрибуція контенту на різних каналах та платформах. Запроваджуючи у практику нових медіа мультимедійного (трансмедійного) сторітелінг, сучасна журналістика прагне не швидкої передачі й поширення інформації (вона не може конкурувати з автоматичними системами), а на вдумливу та ґрунтовну розповідь про подію.

Крім теоретичних знань здобувачі освіти повинні набути практичних навичок застосовувати отримані знання у наукових дослідженнях прикладного чи реферативного характеру з використанням сучасних технологій. При написанні рефератів необхідно здобувачам дотримуватися низки вимог. Пропонуємо рієнтовний темарій рефератів:

1. Ускладнення речення семантичне і синтаксичне в мові засобів масової інформації.
2. Речення з однорідними членами в мові засобів масової інформації інформації.
3. Речення з відокремленими другорядними членами в текстах засобів масової інформації.
4. Книжні видання та їх типізація.
5. Жанровий ряд та систематизація книжкових видань.
6. Робота редактора над змістом текстів у засобах масової інформації.
7. Робота редактора над структурою творів у засобах масової комунікації.
8. Робота над мовою і стилем творів у засобах масової комунікації.
9. Основні функції науково-популярної літератури.

Реферативна частина має складатися мінімум із трьох джерел. Можуть бути задіяні ресурси Інтернету, якщо матеріали дійсно прочитані, а не механічно скопійовані. Аналітична/дослідницька частина має бути присвячена аналізу тексту, аналізу видання (за вільним вибором здобувача освіти). Вимога викладача полягає в тому, що здобувач самостійно знаходить видання, знайомиться з його змістом і структурою, зіставляє відомі теоретичні відомості з обраним виданням. Тексти мають бути прочитані та осмислені, і аналіз їх має бути не переписаний з підручника (або завантажено з Інтернету), а

містити підсумок і узагальнення мисленнєвої діяльності здобувачів вищої освіти.

Перелічені нами інноваційні практики у створенні та розповсюдженні мультимедійного контенту змінять не лише характер роботи здобувачів-журналістів, а й способи їхньої комунікації з аудиторією. Цифрові технології дозволяють учасникам масової комунікації взаємодіяти лише на рівні інтеракції. Зворотний зв'язок має не відтермінований характер, як раніше, а миттєвий – тут і зараз.

Інноваційні практики матимуть вплив і на трансформацію жанрової системи журналістики. На думку сучасних дослідників, традиційна жанрова система журналістики настільки застаріла, що з її допомогою вже не можна пояснити та класифікувати нові медійні жанри. Та й саме поняття «жанр» почали замінювати на «формат». Якщо під жанром розуміли певну форму відображення дійсності, то під «форматом» – зовнішній вигляд.

Запропонуємо для прикладу здобувачам освіти розглянути лонгвід. З одного погляду, його можна віднести до категорії жанру, оскільки у ньому поєднуються різні жанрові форми: новини, репортажі, статті, а з іншого – до формату, оскільки це лише нова форма презентації інформації. До формату чи жанру можна віднести «мультимедійні історії», «візуальні історії», «інтерактивний сторітелінг» тощо.

Через розмитість жанрових меж не лише аудиторія, а й самі професіонали все важче розуміють жанрові відмінності, оскільки в умовах мультимедійних ЗМІ процеси жанрової дифузії зруйнували всю традиційну структуру. Тому майбутнім журналістам варто наголошувати на нових способах формування контенту з використанням цифрових технологій, інноваційних способах подання інформаційного контенту. Звісно, що подібні формулювання лише ускладнюють подальшу класифікацію мультимедійних жанрів, проте на зміну традиційній жанровій системі прийшла нова, яка ще формується та викристалізовується.

Інноваційні практики у створенні мультимедійного контенту вплинули на трансформацію базових компетенцій сучасних журналістів. Ще зовсім недавно до критеріїв журналістської майстерності у традиційних редакціях належали: володіння методами збору, аналізу та репрезентації фактів у журналістському тексті; чітке знання жанрової системи традиційних ЗМІ; вміння правильно та доступно писати для масового читача тощо. Сьогодні цих умінь та навичок недостатньо, тому в ході вивчення журналістських курсів необхідно детальніше розібратися у базових компетентностях, необхідних журналістам у нових умовах праці. На сьогодні сучасному журналісту потрібно володіти навичками веб-верстки, відео- та аудіомонтажу,

аналізу та обробки значних даних, SMM, інфографіки та багато інших. Це пов'язано з необхідністю підготовки мультимедійного контенту, розрахованого для різних каналів та платформ. Сучасні журналісти сприймають подію з погляду відеоряду, картинки, текстового зображення, прямого репортажного включення, інтерактивної взаємодії зі своєю аудиторією. Тому план підготовки до будь-якого заходу є для них ретельним попереднім аналізом усіх елементів події, а також прорахунку різних варіантів розвитку, щоб, опинившись на місці події, бути готовими до розвитку будь-якого сценарію.

Здобувачам освіти у галузі 061 «Журналістика» також необхідні певні технічні знання зі збору, обробки та зберігання великого масиву інформації. Осмислення та узагальнення цих даних вимагають від майбутніх журналістів розвинених аналітичних здібностей. Невипадково зарубіжні дослідники зазначають, що гігантські масиви даних вимагають спеціальних знань для розуміння змісту та інтерпретації. Звісно, що такі дані нічого не означають, якщо вони не розглядаються журналістами з погляду виявлення тенденцій і закономірностей у розвитку тієї чи іншої події, вироблення рекомендацій для вирішення різних соціально значущих проблем. Ці дані можуть використовуватися журналістами як ілюстративні матеріали при описі складних явищ життя, як аргументи для підтвердження своїх позицій та думок, нарешті, при створенні певного контексту події.

Отже, вивчення інноваційних практик, пов'язаних із створенням мультимедійного продукту, дозволило нам виявити основні параметри мультимедійного тексту, визначити роль гіпертекстових та мультимедійних інструментів. У передачі інформації, виявити основні тенденції у трансформації жанрових форм та форматів мультимедійного контенту, з'ясувати основні способи комунікації між журналістом та його аудиторією. Усі ці чинники вплинуть на характер роботи журналістів. Сьогодні в нових медіа найбільш затребуваними співробітниками стають не вузькі фахівці, а універсали своєї справи, які вміють поєднувати різні види редакційної діяльності, а також створювати медійні продукти для різних платформ. Усе це вимагає від майбутніх журналістів, не лише постійного освоєння нових цифрових технологій, а й умінь застосовувати практично інноваційні методи і прийоми зі створення мультимедійного продукту комунікації.

2. Функціонування розмовного мовлення у засобах масової інформації

Методологічним підґрунтям процесу викладання ОК «Українська мова в засобах масової інформації» є доробок Флорія Сергійовича Бацевича, Володимира Володимировича Різуна та ін. Метою курсу є

узагальнити лінгвістичні, психологічні, філософські, логічні та інші підходи до розмовного мовлення у написанні та спілкуванні у ЗМІ, а також сформувати національно свідому, духовно багату мовну особистість, яка володіє вміннями й навичками вільно, комунікативно доцільно користуватися засобами української мови.

Зміни, що відбуваються в системі української журналістської освіти, визначають створення та впровадження у навчання здобувачів-журналістів нових педагогічних технологій, спрямованих на індивідуалізацію навчання, що сприяє підготовці творчої особистості журналіста, здатної до саморозвитку. Це особливо актуально у зв'язку з активною інтеграцією освіти в європейський освітній простір та необхідністю модернізації системи вищої освіти. Основна вимога модернізації – забезпечити відповідність українських закладів вищої освіти гармонізованій європейській вищій освіті, а всієї системи освіти в Україні – адекватність реальним викликам глобалізації. Це досягається шляхом переходу на багаторівневу систему освіти і, як наслідок, до навчання впродовж життя, де базова освіта доповнюється вузькоспеціальними програмами, обраними самим здобувачем освіти. Отже, зростає роль здобувача як індивідуальності, що формує свою освітню траєкторію у зв'язку та відповідно до особистісних потреб та особливостей.

У світлі завдань ЗВО набуває значення й індивідуалізація навчання, що дозволяє не тільки забезпечити масовий соціальний попит на фахівців, а й формувати професійну еліту та науково-освітні кадри вищого рівня. Для журналістської освіти індивідуалізація – це особлива сфера діяльності, оскільки формування спеціаліста творчої професії відбувається у різних видах навчальної діяльності. У процесі навчання формується творча індивідуальність майбутнього журналіста, культура його творчості, відточується авторська майстерність, перевіряється конкурентоспроможність фахівця. Тому педагогічні технології індивідуалізації професійного навчання здобувачів освіти вимагають ретельної розробки та моніторингу як викладачів, так і журналістів-практиків.

Обираючи форми оцінювання здобувачів, підсумкове модульне оцінювання (тестові завдання), підсумкове семестрове оцінювання (тестовий контроль, екзамен), пропонуємо такі тестові завдання:

1. Якому твердженню відповідає поняття *журналістський твір*?

структурована та історично зумовлена сукупність жанрів журналістських творів, пов'язаних ієрархічними взаємовідносинами «рід – жанр – жанровий різновид»;

журналістський твір публіцистичного жанру з вільною композицією, в якому висловлено індивідуальні враження та думки автора щодо певної теми, події, явища;

продукт творчої діяльності журналіста, що є об'єктом авторського права, створений на основі певної концепції у процесі пізнання та публіцистичного відтворення дійсності з використанням відповідних форм і засобів, призначений для опублікування у засобах масової інформації;

журналістський твір публіцистичного жанру з вільною композицією, в якому висловлено індивідуальні враження та думки автора щодо певної теми, події, явища.

2. Що входить у поняття семантичний аспект творчості журналіста?

врахування вимог до оформлення тексту;

використання емоційних висловлювань;

використання правильних синтаксичних структур у тексті;

вибір та правильне тлумачення слів, що передають сенс та значення.

3. Яка форма професійної комунікації використовується для спілкування з представниками влади, громадськими діячами та експертами?

Пряма комунікація

Професійна комунікація;

Масова комунікація;

Комунікація в соціальних мережах.

Пропонуємо для прикладу план практичного заняття.

Практичне заняття (2 години)

Тема 1: Українська мова в житті суспільства та масмедійному просторі

План

1. Предмет, мета і завдання курсу «Українська мова в засобах масової комунікації», його зв'язок з іншими навчальними дисциплінами.

2. Значення курсу для високопрофесійної підготовки журналістських кадрів, майстерного володіння словом, підвищення рівня загальномовної культури майбутніх фахівців.

3. Природа, функції мови в засобах масової комунікації.

4. Престиж мови, мовна ситуація. Мовна політика в Україні.

Відповідно до теперішніх умов самостійна робота здобувачів освіти стає найважливішим засобом підвищення професійно-пізнавальної та творчої активності майбутніх спеціалістів, у ній виявляється мотивація здобувача освіти, його цілеспрямованість, індивідуальні стилі навчальної діяльності, а також самоорганізованість, самостійність, самоконтроль, самовиховання тощо. Природно, що поняття самостійної

роботи у сучасній методиці освіти у ЗВО обов'язково співвідноситься з організуючою роллю викладача.

1. Поясніть, що таке образність мови в текстах у засобах масової комунікації. Наведіть приклади. Назвіть учених, хто досліджував це питання.

2. Поясніть, що таке виразність мови в засобах масової комунікації. Наведіть приклади. Назвіть учених, хто досліджував це питання.

3. Поясніть, що таке мовна майстерність в засобах масової комунікації. Наведіть приклади. Назвіть учених, хто досліджував це питання.

4. Поясніть, що таке змістовність мовлення в засобах масової комунікації. Наведіть приклади. Назвіть учених, хто досліджував це питання.

5. Поясніть, що таке правильність мовлення в засобах масової інформації. Наведіть приклади. Назвіть учених, хто досліджував це питання.

Можна зробити висновок, що завдання викладача полягає не лише в тому, щоб запропонувати необхідний обсяг знань, а й у тому, щоб прищепити вміння та навички при виборі з величезного обсягу інформації того цінного, що потрібне їм для майбутньої спеціальності, формувати в них постійну потребу самоосвіти, тобто прагнення набувати знань самостійно.

ВИСНОВКИ

За результатами власного дослідження зроблено певні висновки. Курс «Українська мова в засобах масової інформації» сприяє різнобічному мовленнєвому розвитку майбутніх фахівців, усвідомленню місії комунікативної, репрезентативної та культуросної функцій української мови в засобах масової інформації. У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач повинен знати: норми української літературної мови; стилі української літературної мови; функції української літературної мови у засобах масової комунікації, найновіші гіпотези, що сформувалися в межах теорії мовленнєвої діяльності; особливості власне мовних елементів комунікації, правила слововживання. Поряд з цими знаннями випускнику необхідно володіти нормативами усного і писемного мовлення, враховуючи, що спілкування постійно змінюється в різних ситуаціях.

Використання гіпертекстових елементів дозволяє зробити початковий текст максимально стислим та інформативним, а також збільшити обсяг інформації, що публікується, за рахунок різних

гіперпосилань. Нині доводиться працювати не лише з текстовими, а й з аудіовізуальними знаковими системами.

З впровадженням у практику нових медіа мультимедійного сторітелінгу сучасна журналістика зробила ставку не на швидкість передачі й поширення інформації, а на вдумливу та ґрунтовну розповідь про подію. Інноваційні практики мають вплив на трансформацію жанрової системи журналістики. Майбутнім журналістам варто наголошувати на нових способах формування контенту з використанням цифрових технологій, інноваційних способах подання інформаційного контенту.

Крім теоретичних знань здобувач освіти повинен вміти застосовувати отримані знання у наукових дослідженнях прикладного чи реферативного характеру з використанням сучасних технологій. Завдання викладача полягає в тому, щоб запропонувати необхідний обсяг знань, щоб прищепити вміння та навички при виборі з обсягу інформації того цінного, що потрібне їм для майбутнього фаху, формувати в них постійну потребу самоосвіти, тобто прагнення набувати знань самостійно.

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено питання про значення спостереження над текстом при вивченні української мови ЗМІ у закладах вищої освіти. Схарактеризовано особливості викладання елементів усного та писемного мовлення, описано особливості методики вивчення мовних одиниць, наведено приклади тестів. Розкрито лінгвістичні підходи до вивчення розмовного мовлення у засобах масової інформації.

Статтю побудовано на власних дослідженнях та здобутих, унаслідок їх проведення, результатах.

Мета роботи – встановити методичні особливості вивчення української мови в ЗМІ, зосередити увагу на інноваціях у роботі журналістів, адже сьогодні поставило низку нових вимог до підготовки фахівців у галузі журналістики.

Застосовано предметний рівень методологічного аналізу. Використано емпіричні методи наукового дослідження, тому, отримана за допомогою цих методів наукового дослідження інформація є основою для подальшого теоретичного осмислення пізнавальних процесів.

При вивченні української мови в ЗМІ значне місце відводиться системно-структурному аспекту досліджуваних об'єктів.

Актуальність обраної теми визначається тим, що в українській мовознавчій науці немає досить широких праць, у яких би комплексно і усебічно досліджувалися особливості вивчення мовних одиниць в межах ОК «Українська мова в засобах масової інформації» сприяє

різнобічному мовленнєвому розвитку майбутніх фахівців, усвідомленню місії комунікативної, репрезентативної та культуроносної функцій української мови в засобах масової інформації.

Вивчення та опис явищ сучасної української мови у закладах вищої освіти у курсі «Українська мова в засобах масової інформації» сприяє різнобічному мовленнєвому розвитку майбутніх фахівців, усвідомленню місії комунікативної, репрезентативної та культуроносної функцій української мови в засобах масової інформації.

Література

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник. Київ: ВЦ «Академія», 2004. 344 с.

2. Пономарів О. Д. Культура слова: Мовностилістичні поради: навч. посібник. Київ: Либідь, 2001. 240 с.

3. Різун В. В. Лінгвістика впливу: монографія. Київ: Вид.-поліграф. центр «Київ. ун-т», 2005. 148 с.

4. Тимошик Микола. Видавнича справа та редагування: Курс лекцій: для студ. вищих навч. закл., які навч. за спец. «Журналістика»: у 2 ч. Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. Інститут журналістики. Вишневе, 2003. 98 с.

Information about the authors:

Levchenko Tetiana Mykolaivna,

Doctor of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Ukrainian Linguistics

and Teaching Methods

Hryhoriy Skovoroda University in Pereiaslav,

30, Sukhomlynskooho street, Pereiaslav, Kyiv region, 08403, Ukraine

Chuban Tetiana Vasylivna,

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Ukrainian Linguistics

and Teaching Methods

Hryhoriy Skovoroda University in Pereiaslav

30, Sukhomlynskooho street, Pereiaslav, Kyiv region, 08403, Ukraine