

***ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКОЗНАВЧОЇ
ТЕРМІНОЛОГІЇ В РОКИ НЕЗАЛЕЖНОСТІ (90-ті рр. ХХ — поч. ХХІ ст.)***

У статті розглянуто основні тенденції розвитку української журналістикознавчої термінології на тлі перетворень у суспільному житті і українській журналістиці наприкінці ХХ — поч. ХХІ ст. Зокрема авторка досліджує зміни у лексичному складі професійної мови журналістики, аналізує низку лексикографічних праць, що побачили світ у досліджуваній період.

Ключові слова: українська журналістикознавча термінологія, лексика інтернет-журналістики, уніфікація професійної мови української журналістики.

Peculiarities of the development of Ukrainian journalistic terms in the years of independence nineties of XX cent. – beginning of XXI cent. The article deals with such questions as the main tendencies of the development of journalistic terms on the background of transformation of social life and Ukrainian journalism at the end XX – beginning of XXI century. The author specifically investigates changes in lexicon of journalists, analyses the list of lexicography works which appeared this period/

Key words: Ukrainian journalistic terms, internet journalistic lexicon, unification of the professional language of Ukrainian journalism.

Із набуттям 1991 р. Україною незалежності розвиток засобів масової інформації, журналістики та журналістикознавства відбувається на нових засадах. Принципи партійного догматизму змінюються національно-демократичними, переоцінюється науковий здобуток істориків і теоретиків преси. Внаслідок переходу до ринкових відносин, появи приватної форми власності і розвитку демократії, зазнає суттєвої перебудови структура засобів

масової інформації. Преса поділилася на державну і комерційну, радіокомітети трансформувалися в телерадіокомпанії, виникає поняття FM-діапазону, починають мовлення перші комерційні музичні радіостанції. Засоби масової інформації фактично перестали існувати як автономний централізований суспільний інститут. З'явився новий феномен — масова комунікація і її технічне втілення — глобальні телекомунікаційні засоби. Такі перетворення у суспільному житті і журналістиці позначилися значними змінами у лексичному складі субмови журналістики.

Термінологія друкованої журналістики поповнилася терміноодинацями на позначення: нових форм періодичних видань (*журнал-ревю*); сучасного устаткування редакції (*компакт-диски, комп'ютер, мобільний телефон, модем, монітор, ноутбук, пейджер, принтер, сканер, стримери, цифрова фотокамера, цифрові носії*); найменувань нових видавничих систем (*Adobe PageMaker, Corel Ventura Publisher*); назв графічних редакторів (*Adobe Photoshop, Corel Photo-Paint, Macrograph Picture Publisher, Macromedia Xres, MetaCreations Painter*) тощо.

Широкий розвиток отримало комерційне радіомовлення. Оскільки типологія недержавних радіостанцій не була розробленою, почали використовувати концепції і терміни, які на Заході вживали вже давно. Термінологія радіожурналістики поповнилася термінами на позначення: концептуальних засад радіомовлення (*інтерактив, інформаційна політика, інформаційний блок, програмний тип, стилістика мовлення, формат*); ведучих музичного ефіру (*ді-джей, модератор*); нових радіоформ (*хіт-парад*); понять веб-радіо (*«аудіосемпли», джінгл-режим, Real Audio*) тощо.

Термінологія тележурналістики цього періоду представлена терміноодинацями на позначення: нових форм (*«мільна опера», реаліті-шоу, телемагазин, телешопінг*); понять (*ліцензування, роялті*); ведучих (*шоу-мен*); нових професій електронних ЗМК (*дизайнер студії, редактор відеомонтажу, стиліст*) тощо.

Новий етап розвитку журналістики пов'язаний із появою глобальної комп'ютерної мережі Інтернет та виникненням наприкінці ХХ ст. нового виду ЗМІ — інтернет-журналістики. Як зазначають О.Калмиков та Л.Коханова, «Інтернет перетворив ЗМІ в ЗМК фактом свого народження» [2, с.9]. Принципи, що лежать в основі функціонування інтернету, почали трансформувати і саму структуру ЗМІ. Таким чином, дослідники протиставляють традиційні ЗМІ (пресу, радіо, телебачення) нетрадиційним (інтернет-журналістика) і говорять про ЗМК.

Нині інтернет розглядають як вид журналістики з притаманними їй специфічними якостями щодо її завдань і способів їх розв'язання. Через новизну інтернет-журналістики спостерігаємо синонімічні форми номінації нового ЗМК: *інтернет-журналістика, інтернет-ЗМІ, веб-журналістика, web-журналістика, кібер-журналістика, online-журналістика, онлайнова журналістика* тощо.

Інтернет-журналістика розвивається стихійно, часто людьми, які не мають відношення до традиційних ЗМІ. Це позначилося на формуванні професійної лексики, до складу терміноодиниць якої входять комп'ютерні, технічні терміни, власне журналістикознавчі лексеми: *банер, блог, блогер, веб-верстка, веб-журналіст, веб-камера, веб-майстер, веб-огляд, веб-радіо, веб-редагування, веб-редактор, веб-сторінка, гіперпосилання, гіпертекст, електронний фен-зін, інтерактив, інтернет-газета, інтернет-журнал, інформаційний шум, провайдер, файл, флеш-технології, чат, юзабіліті* тощо. Лексичний ряд *слухач, глядач* доповнює лексема *відвідувач* інтернет-видань. Статтю або будь-який інший матеріал, уміщений в інтернеті, нерідко називають *публікацією* (в інтернеті не можна щось надрукувати, а можна лише вмістити або опублікувати).

З'являється поняття *менеджменту ЗМІ* і фахова мова журналістики поповнюється значною кількістю термінів, пов'язаних з цією галуззю. Менеджмент є породженням ринку, що пояснює запозичення основних моделей, ідей, понять менеджменту із Заходу: *аудит, бізнес-план, експертиза*

ризиків, ліквідність проекту, позиціонування, прайс-лист, прибуток, просування, спонсорський пакет, стратегія тощо.

У роки незалежності почала видаватися наукова і фахова журналістичнознавча література українською мовою, з'явилася чимала кількість галузевих словників. Термінознавча праця фахівців різних видів журналістики свідчить про намагання унормувати і систематизувати журналістичнознавчу термінологію. Словник Г.Кривошеї «Журналістика: поняття, терміни» (2004) крім загальноприйнятих журналістичнознавчих понять містить нові терміни, зафіксовані в науковій і навчальній літературі з журналістики останніх років: *бекграундер, б'юті, громадське телебачення, дизайн, журналістичнознавство, інвент-екшн, імеджмейкер, інформатизація журналістики, інфотеймент, комп'ютерна журналістика, фінішинг, фрілансер* тощо [3, с.19-195]. На жаль, словник має низку недоліків: трапляються орфографічні помилки (*він'єтка, «квартирка»*) [3, с.32, 82], росіянізми (*вкладиш, восковка, заголовочний комплекс, макрозйомка*) [3, с. 32, 34, 62, 107], дефініції деяких лексем майже ідентичні (*вводка і вріз*) [3, с.26, 33], одні словникові статті занадто розлогі, інші дуже стисло розкривають поняття (лексема *журнал* порівняно з термінами *газета, інформація*).

«Словник журналіста і видавця» В.Піддубняка (2005) подає тлумачення біля 650 журналістичнознавчих термінів із поясненням їх походження. Також містить дефініції понять, що з'явилися у вітчизняній журналістиці наприкінці ХХ — поч. ХХІ ст. : *бук-дизайн, веб-репортаж, економіка ЗМІ, електронна пошта, кернинг, «кеш», мас-медіа, менеджмент ЗМІ, папараці* тощо) [4, с. 15-60]. На жаль, фіксуємо ті ж недоліки, що й у словнику Г.Кривошеї: орфографічні помилки (*жовта преса і «жовта преса»*) [4, с.75, 30], росіянізми (*виворотка, звірка, звиток*) [4, с.17, 34, 35], повторення словникових статей (*літературний редактор і редактор літературний*) [4, с.49, 69] тощо.

Довідник Г.Варганова «Засоби масової інформації. Короткий словник термінів і понять» (2005) складено з урахуванням новітніх тенденцій у розвитку журналістики, що позначилося тлумаченням нових терміноодиниць: *базе арт,*

браузер, вільна преса, екстремальна журналістика, масова комунікація, ньюз-рум [1, с.6-35]. Зміст журналістикознавчих термінів розкривається з авторських позицій, видання витримано в одному стилі. Словникові статті (за кількістю — 250) проілюстровано конкретними прикладами.

Невеликий наклад вище зазначених словників (від 200 до 1000 примірників), неусталеність української орфографії щодо передачі запозичених термінів, неуважне редагування лексикографічних праць, неоднозначне тлумачення термінолексем різними авторами утруднює входження журналістикознавчих термінів до професійного лексикону журналістів і журналістикознавців. Проте їх поява є першим кроком до уніфікації і нормалізації професійної мови української журналістики.

Основними тенденціями розвитку субмови журналістики у зазначений період є:

1) архаїзація та деархаїзація спеціальної лексики. Цей процес пов'язаний передусім із зникненням реалій і понять радянської епохи (*антикомунізм, більшовицька преса, комсомольська преса, радіосуд*). Почали вживати терміни, вилучені в попередній період з ідеологічних міркувань (*світлина, часопис, число*);

2) вилучення з термінології зросійщених форм, штучно привнесених у професійну мову української журналістики (*газетчик, зйомка, крупний план, розфокусування*);

3) інтенсивне запозичення термінів, зокрема з американського варіанту англійської мови (*блог, директ-мейл, мас-медіа, наблісіті, піар, промоушн*);

4) творення терміноодиниць за допомогою власних дериваційних ресурсів (*великий план, знімання, надвеликий план, піарник, розфокусування, тло*).

Із впровадженням комп'ютерної техніки роботу професіональних набірників, монтаж передач почали виконувати співробітники редакції. Професійний лексикон журналістів друкованих і електронних ЗМК поповнюється термінологією технічних працівників: монтажерів, режисерів,

набірників. Відповідно українська журналістичкознавча термінологія збагачується новими термінами із суміжних галузей, перетворюючись на мегатермінологію.

ЛІТЕРАТУРА

1. Вартанов Г.І. Засоби масової інформації. Короткий словник термінів і понять /За ред. проф. А.А.Чічановського. — К.: Грамота, 2005. — 64 с.
2. Интернет-журналистика: Учеб. пособие /А.А.Калмыков, Л.А.Коханова. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — 383 с.
3. Кривошея Г. Журналистика: поняття, терміни. — К.: КиМУ, 2004. — 202 с.
4. Піддубняк В.Г. Словник журналіста і видавця. — Херсон: ХМД, 2005. — 120 с.