

УДК 811.161.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.1.2/30>**Писарська Н. В.**

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Гомон А. М.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Заверющенко М. П.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

НАУКОВА ТЕРМІНОЛОГІЯ У СУЧАСНІЙ ПУБЛІЦИСТИЦІ: ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ

Стаття присвячена дослідженню специфіки застосування наукової термінології у публіцистичному дискурсі. Метою роботи є практичне виявлення особливостей використання термінів із різних наукових сфер (в основі – матеріали вітчизняних ЗМІ). На прикладі лексики із мас-медіа показано, яким чином наукова термінологія займає особливу нішу у вітчизняних терміносистемах та журналістських публікаціях. Методологія дослідження базується на використанні описового, дедуктивного методів і методу систематизації та дефінування. Запропоновано легальні визначення «публіцистичного стилю» і «публіцистики», окреслено мету та сферу використання. Систематизовано підходи до розуміння публіцистики через триаду літературного напрямку, світоглядної публіцистики та журналістики.

Визначено низку мовних і стильових особливостей публіцистики, які відмежовують публіцистичний стиль від інших видів дискурсу. Наведено класифікаційні підходи до вживання термінологічної лексики у журналістських текстах (за сферою використання та за походженням наукової термінології). Запропоновано для огляду найбільш поширені способи усунення нерозуміння читачем нових або рідкісних понять (розгорнуте тлумачення, орфографічні та лексичні способи). Більш детально розкрито проблематику застосування у журналістських текстах новітніх термінів, які ще не зафіксовані і не набули академічного статусу в словниках та енциклопедіях, трактуються кардинально по-різному в різних контекстах і наукових дискурсах. Підведено підсумки та в якості перспектив подальших наукових пошуків запропоновано подальше вивчення питання щодо типологізації помилок у перекладі наукових термінів із використанням онлайн-ресурсів.

Ключові слова: інформаційно-комунікаційні технології, публіцистичний стиль, термінологія, лонгрід, медіасередовище, експресивність, кліше.

Актуальність теми. Бажання тримати «руку на пульсі» робить сучасну людину залежною від новин, з якими вона ознайомлюється через телебачення, пресу, радіо, Інтернет. Мас-медіа за часи своєї професійної генези зуміли дійти до рівня, на якому здатні контролювати більшість сфер суспільного життя. Цьому посприяв і бурхливий розвиток інформаційно-комунікаційного середовища. Перехід ЗМІ від друкованого до цифрового формату взаємодії із цільовою аудиторією обумовлено технічним прогресом та виникненням принципово нових медіатехнологій, що також мало наслідком зміну публіцистичного дискурсу.

Лаконічний, спрощений виклад інформації із чітко вираженим ідеалізованим семантичним навантаженням все частіше доповнюється лексемами із числа наукової термінології, за рахунок

чого збільшується змістовне навантаження публікації. Враховуючи безперервність і закономірність даного процесу, питання щодо дослідження прагматизму, цільового значення та способів інтеграції наукових термінів у літературну і журналістську творчість не втрачатиме своєї актуальності.

Стан досліджуваної проблеми. Зазначена проблематика вже перебувала у колі дослідницьких пошуків таких вчених як Горячок І., який комплексно дослідив роль, функції, значення публіцистики для сучасного літературознавства [2], історичний аспект питання детально розкритий у навчальному посібнику Калантаєвської Г. [5], проблематику дефініції і пошуку єдиного визначення публіцистики піднімала Титаренко М. [15]. Практичні рекомендації відносно впровадження в публіцистичний текст наукової термінології та

професіоналізмів ми черпали із наукових розвідок Дацишин Х. [2].

Метою дослідження є практичне виявлення особливостей застосування термінів із різних наукових сфер на прикладі матеріалів вітчизняних ЗМІ. Досягнення поставленої мети відбувалося із використанням низки відповідних **методів**, які включали описовий та метод дефінування, задля визначення і характеристики ключових понять у роботі («публіцистика», «публіцистичний стиль»); узагальненню та переосмисленню теоретичного матеріалу щодо обраної тематики сприяв дедуктивний метод; систематизація та опис забезпечили роботу над емпіричною частиною.

Виклад основного матеріалу. Орієнтація лінгвістичної парадигми на антропоцентризм, визначення пріоритетності аналізу та подальшого функціонування соціокультурного середовища обумовлює підвищений інтерес наукової спільноти до публіцистичного дискурсу. У філологічних дослідженнях існує значна кількість підходів до трактування окресленого поняття. Публіцистичний стиль у сучасній лінгвостилістиці – це функціональний різновид літературної мови, який забезпечує передавання, поширення в національно-мовному просторі суспільно-політичної, наукової, культурної інформації, виконує роль утвердження і регулювання літературної норми відповідно до запитів соціуму [8]. У практичних посібниках даний концепт прийнято розкривати через призму мети і сфери використання. Відповідно, публіцистичний стиль фігурує як стиль засобів масової інформації, орієнтованих як на висвітлення суспільних проблем, так і формування певної громадської думки. У такий спосіб розкривається головна функція зазначеного різновиду: агітаційна та інформаційно-пропагандистська [9].

Із етимології поняття стає зрозумілим, що «публіцистичний стиль» є частиною більш узагальненого поняття «публіцистики». Михайленко В., ґрунтовно дослідивши засоби публіцистичного стилю, які здійснюють вплив на реципієнта, приходить до висновку у потребі тлумачення публіцистики в світлі виду суспільно-політичної літератури, що поєднує логічний і емоційний способи дослідження та відображення дійсності [10, с. 116]. У низці дослідницьких робіт його помилково розкривають лише у парадигмі сучасної журналістики, в той час як у навчальних посібниках його прийнято трактувати у формі специфічного виду діяльності, сфери духовної культури суспільства, яка має тісний зв'язок із філософією, релігією,

мистецтвом, наукою, історією [5, с. 8]. Підсилення і конкретизацію вказаної думки знаходимо у наукових розвідках Титаренко М., яка систематизувала підходи до розуміння понять, виокремивши три визначальні сфери:

– напрямок літератури (публіцистика як синкретичне, синергетичне явище, репрезентоване художнім доробком поетів і прозаїків);

– світоглядна публіцистика (наука, філософія, релігієзнавство);

– сфера журналістики (телевізійна, радіо, газетна, журнальна, Інтернет-публіцистика). В даному контексті наводиться професійне тлумачення і розуміння публіцистики як такої, та публіцистичного стилю загалом (фахова література). Відповідно, в цих межах окреслюється розуміння про предмет, структуру, стиль, методи, жанри, функції.

Із вище наведених дефініцій очевидним є те, що у визначеннях публіцистики перемає домінує перший літературознавчий підхід, спричинений, очевидно, саме літературною формою існування публіцистики в період зародження; значно пізнішим оформленням журналістики в окрему, незалежну від літератури, галузь; а також історичним тяжінням літературно-публіцистичної дифузії з огляду на різноманітні еволюційні обставини (з-поміж яких – цензура, що змушувала публіцистів шукати прихистку в літературі, себто «ховатись між рядків») [15, с. 46]. Виходячи з цього, як влучно відмічає Горячок І. В., публіцистика існувала та існує в різних іпостасях [2, с. 85]. Таким чином, публіцистика та похідний від нього стиль кореспондується із властивою для нього метою – трансляція актуальних, суспільно-значущих проблем (із циклу спортивних, економічних, культурних, побутових, політичних), а тому для такого дискурсу буде властиве синхронне поєднання чіткості викладу та емоційності.

В своєму дослідженні, ми пропонуємо брати за основу публіцистику саме в частині журналістської діяльності, адже вона щонайбільш інтенсивно відображає закономірності і тенденції, властиві публіцистиці ХХІ ст. як узагальненому феномену.

Ґрунтовне опрацювання фахової лінгвістичної літератури дає нам змогу визначити низку мовних і стильових особливостей публіцистики, які відмежовують її від інших видів дискурсу:

– експресивність мовлення, що досягається за рахунок використання стилістичних прийомів, фразеологізмів, тропів (епітетів, порівнянь, метафор, гіпербол, літоти і т.д.), цитування;

– присутній суб'єктивізм, звертання до цільової аудиторії, яскраво виражені оціночні міркування;

– поєднання рис і характеристик публіцистичного стилю із особливостями інших стилів, що обумовлено варіативністю тематик;

– мовні одиниці – стандартизовані, у матеріалах переважають клішовані вирази, журналістські штампи [12, с. 237].

Окремі дослідники виділяють ознаку економії мовних засобів [7], проте можемо подискутувати відносно коректності включення даного пункту. На нашу думку, із розвитком інформаційно-комунікаційних технологій журналістика почала більшою мірою тяжіти до лонгрідів (позиціонується як жанр та формат представлення публікації [16, с. 98]), природа яких іде в розріз із запропованою тезою. Творча свобода, відкритість думки, варіативність творчих пошуків лише спонукає до творення розлогих текстів, які зонайбільш повно і масштабно транслюють авторську позицію. Виходячи із зазначеного можемо констатувати, що реалізація основної мети публіцистики досягається за рахунок використання книжково-повсякденної лексики, проте доволі часто зустрічаються випадки інтеграції власне наукової термінології (основа наукового стилю). Таким чином, пропонуємо розглянути декілька класифікаційних підходів, які відображатимуть особливості включення термінологічної лексики у журналістські тексти:

а) *за сферою використання* поділяємо на власне журналістські (медійні поняття, часто вживані у ЗМІ професіоналізми по типу *атрибуція, інверсія, лід, респондент, рубрика*); наукові терміни із інших галузей знань (астрономія, економіка, біологія, історія, лінгвістика, психологія, правознавство, культурологія тощо); наукові терміни змішаного формату (зміст яких розкривається залежно від контексту). Як в першому, так і в другому випадку, їх систематизація та закріплення легального визначення в межах певної науки (дисципліни) здійснюється за рахунок укладання словників (довідників). В Україні журналістські кодифіковані видання періодично оновлюються, поповнюючи термінологічну базу неологізмами [13; 14]. Застосування наукових термінів із інших галузей знань властиво для новин, присвячених науковим відкриттям, розробкам, дослідженням; їх особлива концентрація зосереджена у профільних виданнях («National Geographic», «World of Medicine and Biology», «History of Science and Technology», «Закон і бізнес», Науково-теоретичний і громадсько-політич-

ний альманах «Грані» тощо). Що стосується третього випадку, можна навести декілька прикладів використання одного терміну у двох різних сферах:

– *депонування* (1. жур. – практика розміщення електронних копій статей у вільному доступі в глобальній інформаційній мережі на некомерційній основі; 2. фін. – передача цінних паперів та/або коштів на зберігання у банківську установу, депозитарій чи іншу уповноважену організацію);

– *кореспондент* (1. жур. – співробітник редакції (штатний або позаштатний), яка уповноважена направляти отриману інформацію із місця подій; 2. юр. – повірений на виконання доручення; службовець торгово-промислового підприємства, до компетенції якого належить комерційне листування) [14, с. 67; с. 128].

Частота вживання термінів за галузевим напрямком залежить від актуальних процесів, які відбуваються у суспільстві. Так, за минулорічними результатами компанія Google підбила ТОП пошукових запитів відносно користувачів, де з-поміж іншого «Україна» і «війна» попали в п'ятірку найбільш часто вживаних [17]. Відповідно, ЗМІ у новинних матеріалах застосовують термінологію із військової справи (*ракетна зброя, вартова і конвойна служба, екстрадиція, батальйон, повітряний десант, чатовий, бомба* тощо) для окреслення подій, надання експертних оцінок та прогнозів, тобто забезпечення очікуваної реакції на запит суспільства. Додатково зауважимо, що з початком повномасштабного вторгнення Росії на територію України та на фоні загального руху національного відродження, у науковій спільноті цілком обґрунтовано відмічають, що за минулий рік медіасередовище у якісному показнику змінилося в кращу сторону. Це відображається у дотриманні більшістю учасників медійного ринку професійних стандартів, активній участі і залученості громадських організацій у роботі профільного бізнесу [6, с. 103].

б) *за походженням* розділяють на власне українські терміни (*часопис, речник, замітка, добірка, огляд, видавець, достовірність, упорядник, нарис, передача*) та іншомовні запозичення. У медіасередовищі превалюють журналістські терміни, як правило, наступного походження:

– англійські (*прайм-тайм, блог, інсайдер, фреймінг, стендап, фрілансер, рейтинг, брифінг*);

– французькі (*макет, анонс, формат, монтаж, журналіст, ексклюзив, тираж*);

– латинські (*мультимедіа, трансляція, диктор, комунікація, оператор, факт, кореспондент, ліцензія, візуальність*);

– німецькі (*абонент, верстка, форзац, шаблон, кегль, цитата, друкарство, фольцювання*);

– грецькі (*синхрон, телекамера, хронометраж, логотип, періодика, ідея, фонограма, ефір*) [4, с. 22].

Окремим блоком ми виділяємо терміни-гібриди, в основі яких закладено латинську / кириличну абетку (їх поєднання): *IP-адреса, net-мислення, I-media, E-mail, on-line, VPN-технології*. Їх застосування обумовлено, зазвичай, стрімким використанням інформаційно-комунікаційних технологій, поширенням у більшості сфер людської діяльності. До прикладу: «*Відстеження IP-адреси – одне з ключових та, на жаль, хитких питань забезпечення конфіденційності в мережі*» [1]. До даного переліку додаємо і абрєвіатури, що часто насичують тексти публіцистичного стилю. Не зважаючи на те, що вони завжди були присутніми у публіцистиці, задача журналістів полягає у систематичному моніторингу і актуалізації таких назв. До найбільш типових помилок, з якими мають справу фахівці в галузі журналістики – некоректне вживання найменувань-скорочень державних установ, що змінюються в процесі реорганізації (до прикладу, до 30.09.2015 використовувалась назва Держгірпромнагляд, що наразі замінена на Держпраці; до 20.04.2016 використовувались дві назви Державне агентство України з питань відновлення Донбасу та Держслужба з питань АР Крим та Севастополя, замінені на єдиний відповідник МінТОТ у зв'язку із створенням профільного міністерства).

За таких умов цілком природними є намагання журналістів усунути проблему нерозуміння читачем нових або рідкісних понять одним із кількох способів:

– розгорнуте тлумачення змісту терміну наводиться у дужках: «Українець Юрій Міненко – відомий у світі *контртенор (найвищий з чоловічих оперних голосів)*»;

– за терміном слідує двокрапка або тире: «*Бенчмаркінг процесу – систематичний метод визначення, усвідомлення та творчого розвитку товарів...*»;

– шляхом використання сполучників: «Менеджерам необхідне розроблення стратегії щодо докорінного перепроектування виробничої системи в критичних (кризових) ситуаціях, *тобто реінжинірингу підприємства загалом або окремих його елементів*» [3, с. 229].

Вдалим способом пояснити та закріпити у пам'яті реципієнта зміст певного терміну є так звана вербальна інтрига, котра базується

на грі читача із автором в запитання та відповіді у висхідній послідовності. Для цього журналісти підбирають відповідний формат новини або лонг-рїду, де крок за кроком реципієнт починає розуміти зміст через різні методи непрямого тлумачення. Застосування термінів із інформативною метою без авторських пояснень доцільно лише у тому випадку, якщо вони орієнтовані на підготовленого читача, є частовживаною: «Вона ж у діапазоні *сопрано*, всі *речитативи* в діапазоні, *на перехідниках*» [3, с. 230].

Наразі, характерно і те, що більшість новітніх термінів поки що не зафіксовані і не набули академічного статусу в словниках та енциклопедіях, і часом трактуються кардинально по-різному в різних контекстах і наукових дискурсах; навіть усталені базові поняття можуть розглядатися по-різному. До прикладу, біологічний термін «*генерація*» останнім часом доволі часто почали використовувати у публікаціях відносно питань енергетики. Спочатку це сприймалося як помилка, затим поступово стала використовуватися у більшості сфер діяльності, в тому числі і політичних промовах та лозунгах.

Локальне визначення, запропоноване у словниках, зводиться до розуміння генерації як: а) сукупності людей (за певними однорідними ознаками), порід тварин, сортів рослин, видів мінералів одного походження; б) синонімічне поняття до слів «виникнення», «відтворення». До прикладу, в одній із публікацій знаходимо два приклади використання поняття «генерація»: «...якісне інституційне переформатування структури та філософії існування енергетики, орієнтація на безресурсну *генерацію ВДЕ*, децентралізацію виробництва, самокеровані на локальних рівнях так звані «розумні мережі»... нас чекає зняття обмежень на кількість енергії (і на вимоги до одночасності її *генерації* і споживання) – замість них прийде, як би це дивно не звучало сьогодні, коли більшість воєн ведеться за енергетичні ресурси» [11]. У першому випадку мова йде про електростанції, де застосовується відповідник до англomовного поняття *distributed power generation*, тоді як у наступному фрагменті йдеться про виробіток, продукування енергії. Під сумнівом залишається коректність вживання концепту в якості відповідника до англomовного поняття, адже вони, на наш погляд, потребують заміни на більш прийнятні категорії, до прикладу, «генеруючі об'єкти», що співпадатиме із вже визнаним у термінологічній доктрині уявленням про дану наукову лексему. Прагнення розширити коло використання вузько-

спеціалізованих термінів, зокрема інтегрувати їх у медійний простір, має розпочинатися із ґрунтовного вивчення не лише специфіки вживання, але й етимології даного концепту задля нівелювання потенційних змістовних помилок.

Висновки. На основі проведеної роботи можна констатувати, що сьогодні склалася унікальна для публіцистики ситуація, де вчені, спостерігаючи та досліджуючи сучасні явища, феномени, процеси масової комунікації, описують їх за допомогою нових термінів, які у свою чергу ще не осмислені в повному обсязі та існують у нестійкому, рухомому, динамічному стані і можуть проектуватись на різні явища в рамках масової комунікації. При цьому, саме журналісти регулярно включають до своїх матеріалів термінологічні одиниці. Дане

явище як з позиції термінознавства, так і з точки зору журналістики можна розглядати амбівалентно. По-перше, зазначене до певної міри розширює кругозір і збагачує словниковий запас читача, вводячи у повсякденне спілкування нові лексичні одиниці, котрі часом і не зафіксували лексикографічні довідники. З іншого боку, від журналіста, щоб уникнути помилок, потрібно добре знання предмета розмови, відмінне володіння культурою мови, тому що читацька аудиторія сьогодні здебільшого достатньо підготовлена та освічена, неприйнятна до похибок, які час-від-часу майорять у журналістському тексті. Перспективи подальших наукових пошуків вбачаємо у вивченні питання щодо типологізації помилок у перекладі наукових термінів із використанням онлайн-ресурсів.

Список літератури:

1. Відстеження IP-адрес: настільки це небезпечно? Inform.zp.ua. липень 2022. URL: https://www.inform.zp.ua/ru/2022/06/22/154146_vidstezhennya-ip-adres-naskilki-tse-nebezpechno/ (дата звернення: 01.02.2023).
2. Горячок І. В. Українська публіцистика у літературознавстві: суть поняття, функції, значення. Збірник наукових праць. Актуальні проблеми філології та перекладознавства. Вип. 20. 2020. С. 83–86.
3. Дацишин Х. Мистецька термінологія і професійна лексика в загальнополітичних медіа: способи впровадження в текст і особливості використання. Вісник Львівського університету. Серія Журналістика. 2018. Вип. 43. С. 227–233.
4. Дащенко Н. Термінологія журналістики: питома й запозичена. Вісник Національного університету «Львівська політехніка» Вип. 4. 2020. С. 18–26.
5. Калантаєвська Г. П. Історія публіцистики: навчальний посібник. Суми: Сумський державний університет, 2018. 238 с.
6. Касянчук В. О., Левчук О. М. Коректність термінології у медіатекстах про російсько-українську війну. Обрії друкарства, 2(12), 2022. С. 97–109.
7. Камінська І., Дмитрова Т. Особливості газетно-публіцистичного стилю як системи функціонування суспільно-політичних мовних жанрів. ADVANCED TECHNOLOGIES OF SCIENCE AND EDUCATION. Вип. 1. 2018. С. 1–4.
8. Коць Т. Формування термінологічної основи публіцистичного стилю в українській лінгвістиці. Збірник «Культура слова» № 89, 2018. URL: <https://ks.iul-nasu.org.ua/vypusky-zhurnalu/2018-2/zbirnyk-kultura-slova-89-2018/formuvannya-terminologichnoyi-osnovy-publitsystychnogo-stylyu-v-ukrayinskij-lingvostylytytsi.html> (дата звернення: 17.01.2023).
9. Лизанчук В. Психологія мас-медіа: підручник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2015. 420 с.
10. Михайленко В. М. Публіцистичний стиль як засіб впливу на реципієнта. Науковий вісник Ужгородського університету. Вип. 23. 2010. С. 114–116.
11. Розподілена генерація як альтернатива ресурсозатратної енергетики. Новини Української асоціації відновлюваної енергетики. 2022. URL: <https://uare.com.ua/novyny/571-rozpodilena-generatsiya-yak-alternativa-resursozatratoji-energetiki.html> (дата звернення: 01.02.2023).
12. Сизоненко А., Куц Е. Загальна характеристика та жанрова варіативність англomовного публіцистичного дискурсу. Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 31, том 2, 2020. С. 235–239.
13. Словник журналіста: терміни, мас-медіа, постаті. М-во освіти і науки України, Ужгород. нац. ун-т; [авт.-уклад.: Ю. М. Бідзіля (відп. ред.) та ін.]. Ужгород: Закарпаття, 2007. 220 с.
14. Термінологічний словник видавничого бізнесу: книга редактора: навчальний посібник / укладач В. І. Шпак. К.: ДП «Експрес-об'ява», 2020. 264 с.
15. Титаренко М. Феномен публіцистики: проблема дефініції. Вісник Львівського національного університету імені І. Франка. Серія журналістика. 2007. Вип. 30. С. 41–50.
16. Харитоненко О. Сучасні українські лонгриди як територія творчого пошуку журналістів. Журналістика. Вип. 17/18 (42/43). 2019. С. 92–106.
17. Черновол К. Україна увійшла до п'ятірки топ-запитів Google у 2022 році. Інформаційне агентство УНІАН. Грудень 2022. URL: <https://www.unian.ua/society/ukrajina-uviyshla-do-p-yatirki-top-zapitiv-google-u-2022-roci-12070932.html> (дата звернення: 03.02.2023).

Pysarska N. V., Homon A. M., Zaveriushchenko M. P. SCIENTIFIC TERMINOLOGY IN MODERN PUBLISHING: FEATURES OF APPLICATION

The article is devoted to the study of the specifics of the use of scientific terminology in journalistic discourse. The choice of the work method is a practical application of the peculiarities of the use of terms from various scientific fields (based on materials from the domestic mass media). Using the example of vocabulary from the mass media, it is shown how scientific terminology occupies a special niche in domestic terminology systems and journalistic publications. The research methodology is based on the use of descriptive, deductive methods and the method of systematization and definition. Legal definitions of «journalistic style» and «journalism» are proposed, the purpose and scope of use are assigned. Approaches to understanding journalism through the triad of literary direction, worldview journalism and journalism are systematized.

A number of linguistic and stylistic features of journalism are identified, which distinguish journalistic style from other types of discourse. Classification approaches to the use of terminological vocabulary in journalistic texts are given (by the field of use and by the origin of scientific terminology). The most advanced ways to eliminate the reader's misunderstanding of new or rare concepts (expanded interpretation, orthographic and lexical methods) are offered for review. The problem of the use of modern terms in journalistic texts, which have not yet been recorded and have not acquired academic status in dictionaries and encyclopedias, are interpreted in radically different ways in different contexts and scientific discourses. The results are summarized, and as a prospect for further scientific research, further study of issues related to the typology of errors in the translation of scientific terms using online resources is envisaged.

Key words: *information and communication technologies, journalistic style, terminology, longread, media environment, expressiveness, cliché.*