

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА



БОРИЩУК ВЛАДИСЛАВ ВОЛОДИМИРОВИЧ

Допускається до захисту:
В.о. завідувача кафедри
журналістики та соціальних
комунікацій, д.політ.н., к.н.соц.ком.,
професор Наталія СТЕБЛИНА
« ____ » _____ 2024 р.

**СТВОРЕННЯ СЕРІЇ АНАЛІТИЧНИХ ТА НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ
ПУБЛІКАЦІЙ НА ТЕМУ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ДОТРИМАННЯ
НОРМ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ПРАВОПИСУ В
РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ**

Спеціальність 061 Журналістика

Магістерська робота (практичний медіапроект)

Науковий керівник:

Стеблина Н.О., доктор політичних наук,
кандидат наук із соціальних комунікацій,
професор кафедри журналістики та
соціальних комунікацій

Оцінка: ____ / ____ / ____
(бали за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____
(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП	4
ОПИС ПРОЄКТУ	7
Опис запланованої діяльності та контент-план	7
Аудиторія	10
Очікувані результати та вплив проєкту	12
Опис медіаринку	13
Звіт за результатами втілення проєкту	15
Глосарій	22
ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	30
ДОДАТКИ	36

АНОТАЦІЯ

СТВОРЕННЯ СЕРІЇ АНАЛІТИЧНИХ ТА НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ПУБЛІКАЦІЙ НА ТЕМУ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ ТА ДОТРИМАННЯ НОРМ СУЧАСНОГО УКРАЇНСЬКОГО ПРАВОПИСУ В РЕГІОНАЛЬНИХ ЗМІ

Медіапроект зорієнтований на дослідження мовної політики та ситуації в регіональних медіа України, їх моніторингу рівня грамотності. Серед основних завдань та цілей проекту визначено аналіз сучасного стану дослідження мови професійних інтернет-видань в інформаційному просторі, окреслення діяльності роботи над проектом; розробка серії журналістських аналітичних та науково-популярних матеріалів за обраною тематикою; дослідження мовної політики, ситуацію в українських регіональних медіа, відстеження мовного законодавства у місцевих онлайн-виданнях, моніторинг дотримання журналістами норм української мови; розробка інтернет-ресурсу для публікації серії матеріалів.

Діяльність проекту орієнтована на розробку спеціалізованого сайту для публікації журналістських та наукових матеріалів, участь в наукових конференціях для представлення результатів досліджень, а також публікацію статей та тез у наукових збірниках. Унікальність проекту полягає в аналізі окресленої бази регіональних онлайн-медіа, результати дослідження яких були структуровані та систематизовані у формі аналітичних та науково-популярних матеріалів, які опубліковані на єдиній спеціалізованій онлайн-платформі.

Медіапроект націлений вплинути на п'ять основних аудиторій: журналістів та редакторів регіональних медіа, державних службовців з питань мови, науковців з сфери журналістики та філології, вчителів ЗЗСО, викладачів закладів професійної (професійно-технічної), фахової передвищої і вищої освіти за галузями знань «Журналістика», «Філологія» та «Середня освіта».

Ключові слова: мовна політика, мовна ситуація, мова медіа, мовне законодавство, політичний медіадискурс, медіаредагування, мовна глобалізація, регіональні онлайн-видання.

ВСТУП

Актуальність обраної теми

Професійні медіа намагаються втримати увагу суспільства завдяки оперативності подачі новин та створенню допоміжних онлайн-інструментів, зокрема соцмереж, які б спрощували швидкість отримання повідомлень про події в рідному населеному пункті, області, країні та світі. У результаті це призводить не тільки до порушення окремих журналістських стандартів, але й впливає на погіршення грамотності медіафахівців, що простежується у матеріалах медіа, які споживає суспільство щодня.

У сучасному інформаційному просторі зростання різних видів медіа підвищує рівень конкуренції за увагу аудиторії. Для журналістики стає все складніше боротися за неї через існування величезної кількості доступних форм отримання та споживання контенту, автори яких не зобов'язані дотримуватися чітко визначених стандартів щодо надання якісної та об'єктивної інформації. Задля високих рейтингів, переглядів та охоплень медіа журналісти публікують матеріали, не приділяючи достатньої уваги мовному редагуванню своїх текстів, що вказує на неефективну діяльність або відсутність мовної політики редакції, що відображається у мовній ситуації.

Повномасштабне вторгнення РФ в Україну гостріше порушило проблему політики щодо функціонування державної мови, результати якої вплинули на всі сфери життєдіяльності українського суспільства. Основними змінами для журналістики стало ухвалення закону «Про медіа», набуття чинності окремих статей ЗУ «Про забезпечення функціонування української мови як державної» та завершення п'ятирічного перехідного періоду впровадження оновлених норм українського правопису. Професійні медіа мали переглянути свою мовну політику, яка б повинна була відобразитися на мовній ситуації, проте чи та як здійснюють їх насправді, в сфері філології та журналістиці залишається малодослідженим, що зумовлює наукову новизну та актуальність дослідження.

Для аналізу сучасного стану мовної політики та ситуації в медіа були обрані регіональні медіа. На відміну від всеукраїнських вони дозволять окреслити

більш широкий масштаб досліджень, порівняти мовні явища та тенденції у різних місцевих медіа, простежити ситуацію застосування української мови журналістами в різних регіонах України, систематизувати та узагальнити спільні та відмінні рис та ознаки мови медіа. У нашому медіапроекті ми звузили аналіз регіональних медіа до одного виду – онлайн-видань, які з усіх професійних засобів масової інформації користуються найбільшою популярністю серед українців [32], а також підлягають комп'ютерному аналізу для збору, обробки та опрацюванню матеріалів для спрощення роботи.

Мета медіапроекту – проаналізувати мовну політику, ситуацію в професійних онлайн-медіа, застосування української мови в журналістських матеріалах, опублікувавши результати дослідження на створеній спеціалізованій онлайн-платформі (вебсайт).

Основні цілі та завдання:

- проаналізувати сучасний стан дослідження мови професійних інтернет-видань в інформаційному просторі;
- окреслити діяльність роботи над медіапроектом та створити контент-план;
- дослідити мовну політику, ситуацію в українських регіональних медіа, відстежити мовні явища та тенденції, проаналізувати дотримання журналістами норм української мови;
- створити серію журналістських аналітичних та науково-популярних матеріалів за обраною тематикою;
- розробити онлайн-платформу для публікації серії матеріалів за обраною тематикою.

Об'єкт дослідження – регіональні медіа України (онлайн-видання).

Предмет дослідження – аналіз мовної політики та ситуації в місцевих онлайн-виданнях, простеження функціонування мови в інтернет-медіа, окреслення проблематики мови медіа, моніторинг дотримання норм української мови.

Джерельна база медіапроекту:

- 1) наукові джерела: праці українських науковців журналістського та

філологічного спрямування (Т. Гарлицька [10], І. Грицай [11], М. Кочерган [24], Я. Назаренко [33], А. Нечипоренко [35], Р. Савчук [48], М. Яцимівська [60] тощо);

2) журналістські джерела: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні публікації всеукраїнських та регіональних медіа України на тему української мови в медіа та соцмереж, її сучасного розвитку та функціонування в інформаційному просторі;

3) інтернет-ресурси:

а) вебсайти аналітичних організацій, установ та центрів (Детектор.Медіа [12], Інститут масової інформації [13], Інститут української мови НАН України [20], Texty.org.ua [21]);

б) інтернет-сервіси аналітики даних про медіа та їх соцмережі (SimilarWeb [61], LOOQME [50]);

4) соцмережі: «Фейсбук», «Телеграм», «Інстаграм», «Х (Твітер)».

Методи, використані при підготовці медіапроєкту

Під час розробки медіапроєкту були використані такі методи дослідження:

1) загальнонаукові: типологічний (відстеження типових та поширених мовних ознак та явищ у матеріалах місцевих інтернет-медіа); спостереження (систематичне відстеження окремого мовного аспекту чи явища за обраний визначений період); описовий (аналітичний огляд мовної ситуації в місцевих медіа); узагальнення (фіксування та систематизація визначених мовних явищ, тенденцій, проблематики мовної ситуації в онлайн-виданнях);

2) журналістськознавчі: контент-аналіз (порівняльний аналіз текстів регіональних онлайн-видань, аналіз динаміки мовних явищ, тенденцій, аспектів у журналістських текстах); контент-моніторинг (простеження та аналіз дотримання сучасних норм української мови в текстах медіа); анкетне опитування (онлайн-опитування серед аудиторії інтернет-ресурсу медіапроєкту та серед здобувачів вищої освіти).

ОПИС ПРОЄКТУ

Опис запланованої діяльності та контент-план

Для реалізації мети, завдань та цілей медіапроєкту були розроблені основні напрямки діяльності роботи:

- дослідження та опрацювання сучасних джерел для формування тематики матеріалів – наукові (статті, збірники тез, підручники, посібники українських науковців журналістського та філологічного спрямування), журналістські (інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні публікації всеукраїнських та регіональних медіа України), інтернет-ресурси та соцмережі;
- відбір та укладання списку регіональних онлайн-медіа України для їх аналізу за окресленою тематикою дослідження;
- створення методології дослідження для різних публікацій для розуміння отриманих результатів;
- моніторинг регіональних медіа України щодо дотримання мовних норм, зокрема Нового українського правопису; аналіз мовної політики та ситуації в журналістських матеріалах; з'ясування основних тенденцій застосування української мови в текстах медіа; окреслення мовної проблематики публікацій місцевих інтернет-видань тощо;
- створення інфографіки, таблиць, схем, діаграм для візуалізації різних даних, отриманих за результатами дослідження;
- розробка інтернет-ресурсу (вебсайту) для публікації аналітичних та наукових матеріалів для їх зручного використання аудиторією для різних цілей та завдань;
- просування та популяризація медіапроєкту за допомогою різних інструментів та доступних можливостей;
- участь у наукових конференціях різних рівнів для представлення результатів дослідження;
- публікація статей та тез у наукових виданнях щодо мовних тенденцій та проблем у матеріалах медіа.

На основі обраної тематики та напрямків діяльності був сформований контент-план, який дозволив систематизувати, конкретизувати та розподілити роботу над медіапроектом (Таблиця 1).

Таблиця 1 – Контент-план медіапроекту

Період	Контент	Опис контенту
жовтень 2023 р.	Аналітичний матеріал: «Воєнні фемінітиви поза увагою регіональних онлайн-ЗМІ»	Створення журналістської аналітичної статті на тему вживання журналістами воєнних фемінітивів в регіональних ЗМІ з початку повномасштабного вторгнення.
листопад 2023 р.	Наукова публікація (тези): «Вживання фемінітивів в регіональних медіа України під час висвітлення повномасштабного вторгнення рф»	Написання наукових тез на тему вживання фемінітивів в регіональних медіа України. Підготовка доповіді та участь в II Міжнародній науково-практичній конференції «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень» (24.11.2023 р.) із публікацією тез у збірнику матеріалів конференції.
грудень 2023 р.	Аналітичний матеріал: ««Кабінет міністрів України», «піднімати питання», «скритий спосіб», «зловмисники»: моніторинг мовних норм в регіональних ЗМІ (вересень - листопад 2023)»	Створення першої журналістської статті із серії матеріалів моніторингу дотримання мовних норм журналістами в текстах українських регіональних медіа за вересень-листопад 2023 р.
січень 2024 р.	Аналітичний матеріал: «Англiцизми в регіональних медіа: проблема чи необхідність?»	Створення журналістської аналітичної статті на тему використання англiцизмів у журналістських текстах місцевих ЗМІ.
лютий 2024 р.	Наукова публікація (стаття): «Комп'ютерний аналіз дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів в українських онлайн-ЗМІ»	Написання наукової статті на тему дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів в інтернет-ЗМІ за допомогою комп'ютерного аналізу та її публікація у фаховому виданні «Public networks and communications».

березень 2024 р.	Аналітичний матеріал: ««Верховна рада України», «підтвердила», «у тому числі», «військові здійснила»: моніторинг мовних норм в регіональних ЗМІ (грудень 2023 – лютий 2024)»	Створення другої журналістської статті із серії матеріалів моніторингу дотримання мовних норм журналістами в текстах українських регіональних медіа за грудень 2023 р. – лютий 2024 р.
квітень 2024 р.	Наукова публікація (тези): «Неологізми війни в регіональних медіа Вінниччини»	Написання наукових тез на тему використання неологізмів війни в журналістських матеріалах регіональних медіа Вінниччини. Підготовка доповіді та участь в II Всеукраїнській науково-практичній конференції «Українські та світові медіа під час повномасштабного вторгнення рф: нові вимоги та виклики» (19.04.2024 р.) із публікацією тез у збірнику матеріалів конференції.
травень 2024 р.	Аналітичний матеріал: «Мовна ситуація в Україні та її відображення в регіональних медіа»	Створення журналістського аналітичного огляду на тему мовної ситуації в Україні та її відображення в місцевих ЗМІ.
червень 2024 р.	Аналітичний матеріал: ««Європейський союз», «займана посада», «перевеленці», «обстановка»: моніторинг мовних норм в регіональних ЗМІ (березень – травень 2024)»	Створення третьої журналістської статті із серії матеріалів моніторингу дотримання мовних норм журналістами в текстах українських регіональних медіа за березень – травень 2024 р.
липень 2024 р.	Наукова публікація (стаття): «Комп'ютерний аналіз впровадження оновлених мовних норм правопису в інтернет-ЗМІ України»	Написання наукової статті на тему впровадження оновлених мовних норм правопису в онлайн-виданнях України завдяки комп'ютерного аналізу та її публікація у фаховому виданні категорії Б «Образ».
серпень 2024 р.	Аналітичний матеріал: «Застосовувати чи не застосовувати?: як місцеві онлайн-ЗМІ впроваджують новий український правопис»	Створення журналістської аналітичної статті на тему впровадження місцевими інтернет-виданнями оновлених мовних норм українського правопису у журналістських текстах.

вересень 2024 р.	Аналітичний матеріал: ««Збройні Сили України», «діюче законодавство», «всідтак», «правомочний»: моніторинг мовних норм в регіональних ЗМІ (червень – серпень 2024)»	Створення четвертої журналістської статті із серії матеріалів моніторингу дотримання мовних норм журналістами в текстах українських регіональних медіа за червень – серпень 2024 р.
жовтень 2024 р.	Наукова публікація (тези): «Вплив грамотності журналістів на довіру суспільства до ЗМІ»	Написання наукових тез на тему впливу грамотності журналістів на довіру суспільства до ЗМІ на основі онлайн-опитування здобувачів вищої освіти. Підготовка доповіді та участь у III Міжнародній науково-практичній конференції «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень» (01.11.2024 р.) із публікацією тез у збірнику матеріалів конференції.
листопад 2024 р.	Аналітичний матеріал: «(НЕ)грамотність журналістів – (НЕ)довіра суспільства до ЗМІ?»	Створення журналістської аналітичної статті на тему грамотності журналістів як важливого чинника на рівень довіри аудиторії (здобувачі вищої освіти).

Аудиторія

З урахуванням теми, основних завдань та діяльності медіапроєкту було сформульовано п'ять основних видів аудиторій:

- 1) журналісти та редактори регіональних медіа України;
- 2) державні службовці в органах, організаціях та установах, що відповідають за функціонування української мови в різних сферах життєдіяльності країни;
- 3) науковці з сфери журналістики та філології;
- 4) вчителі закладів загальної середньої освіти;
- 5) викладачі закладів професійної (професійно-технічної), фахової передвищої і вищої освіти, що працюють за спеціалізаціями 014.01 Освіта (Українська мова та література), 035.01 Філологія (Українська мова та література) та 061 Журналістика.

Для журналістів та редакторів українських регіональних онлайн-видань медіапроект дозволить ознайомитися з журналістськими аналітичними матеріалами, врахувати результати досліджень для вдосконалення власних медійних матеріалів задля покращення рівня використання української мови у місцевій журналістиці.

Для державних службовців в різних органах, органах, організаціях та установах матеріали проєкту дозволять проаналізувати результати щодо сучасного стану функціонування української мови в професійних онлайн-медіа, визначити проблеми в реалізації мовної політики інтернет-видань та розробити та запропонувати зміни в мовному законодавстві для покращення мовної ситуації української регіональної журналістики.

Для науковців з сфери журналістики та філології журналістська аналітика та наукові публікації проєкту дадуть змогу розширити сферу досліджень у галузі мовознавства та журналістикознавства, сформулювати нові напрями наукових розвідок щодо мови медіа, а також використовувати отримані результати як основу для більш глибоких та детальних досліджень.

Для вчителів закладів загальної середньої освіти медіапроект дозволить розширити професійні знання про сучасний розвиток та функціонування української мови в інформаційному просторі, зокрема в інтернет-видань. Також результати досліджень вони можуть застосувати на окремих уроках відповідно до навчальних тем для поглиблення знань та вмінь учнів.

Для викладачів закладів професійної (професійно-технічної), фахової передвищої і вищої освіти матеріали проєкту дадуть змогу розширити професійні знання для вдосконалення викладання фахових професійних дисциплін: у галузях знань «Середня освіта» та «Філологія» – «Сучасна українська літературна мова», «Українська мова за професійним спрямуванням», «Медіалінгвістика», у напрямку «Журналістика» – «Українська мова в ЗМК», «Культура мови журналіста» «Медіаредагування», «Стилістичний синтаксис мови медіа» тощо.

Очікувані результати та вплив проєкту

Створення та розробка медіапроєкту має на меті досягнення наступних очікуваних результатів:

- 1) створення серії журналістських та науково-популярних матеріалів за обраною тематикою медіапроєкту (усього не менше 10 публікацій);
- 2) поява інтернет-ресурсу, спеціалізованого на дослідженні мови професійних медіа, основним мовних тенденціям, виявлення проблематики журналістських текстів, окреслення нових ідей та напрямків моніторингу та аналізу;
- 3) представлення результатів дослідження на міжнародних та всеукраїнських конференціях з подальшою публікацією наукових публікацій (статтів та тез) у фахових виданнях.

Медіапроєкт зорієнтований на окреслену потенційну аудиторію, що насамперед має на меті привернути увагу журналістів та редакторів регіональних медіа до їх мовної компетенції, щоб покращити рівень мовної грамотності медіафахівців в інформаційних, аналітичних та публіцистичних матеріалах, вдосконалити мовні знання, вміння та навички. Редакціям медіа розробити або оновити мовну політику, аби їх працівники краще застосовували та впроваджували мовні тенденції у своїх журналістських текстах.

Державні посадовці зможуть опиратися на результати дослідження мовної політики та ситуації в регіональних онлайн-видань для вдосконалення мовного законодавства, внесення змін до різних документів (програм, актів, наказів, постанов тощо), розробку рекомендацій для покращення мови як інтернет-медіа, так і всієї професійної журналістики.

Науковці у сфері філології та журналістики зможуть зробити висновки щодо сучасного стану місцевої журналістики в Україні та окреслити ареал подальших наукових розвідок щодо мови медіа, їх мовних тенденцій, явищ, рівня грамотності журналістів тощо.

Для вчителів та викладачів різних закладів освіти дозволить як покращити власні вміння та навички з сучасного розвитку української літературної мови, так

і поглибити ерудицію учнів та студентів під час викладання шкільних профільних предметів та професійних дисциплін.

Також проєкт буде корисним для українського суспільства, яке стежить за новинами в онлайн-виданнях, щоб дізнатися про рівень дотримання норм української мови у текстах медіа, звернути увагу на виявлені порушення та врахувати їх для свого усного та писемного мовлення.

Опис медіаринку

Аналіз сучасного інформаційного простору багатий на проєкти, більшість з яких пов'язані з українською мовою, її популяризацією, покращенням українцями свого мовного рівня.

Якщо розглядати державні мовні проєкти, то за підтримки Уповноваженого із захисту державної мови Тараса Кременя функціонує проєкт «Єдині» [17]. Його мета – підтримка в переході на українську мову протягом 28 днів. Учасники щоденно отримують необхідні навчальні матеріали, інтернет-ресурси, завдання, які допомагають долати мовний бар'єр, а також беруть участь у вебінарах та розмовних клубах.

За підтримки Міністерства культури та інформаційної підтримки група «1+1 media» разом з WAW працює проєкт «Плюсувай українською» [36], що спрямований на популяризацію української мови та культури. На телевізійних майданчиках та в соцмережах вони публікують різний контент: інтерв'ю з відомими людьми з різних сфер, які заохочують суспільство споживати українськомовні інформаційні продукти; освітні матеріали для вивчення державної мови як дорослими, так і дітьми.

У медіапросторі функціонує освітній проєкт «Мова – ДНК нації» [45], який був створений для вдосконалення своїх знань з української мови. На вебсайті публікуються матеріали на проблемні мовні теми, в яких часто українці допускають помилки, зокрема складні випадки орфографії, суржик, пароніми, наголошення слів, зміни в українському правописі (2019 р.) – для закріплення є різноманітний вибір онлайн-вправ. Також на цьому інтернет-ресурсі є

можливість перевірити свій текст на грамотність, хоч, як зазначають автори, програма недосконала, проте здатна виявити більшість помилок.

Проект «МовиТИ» про те, як зазначають автори, «як залюбитись в українську» [46]. Він був створений у форматі інтернет-курсу для глибшого пізнання державної мови такою, якою вона є – крізь призму не лише літературного варіанту, але й суржику, діалектів, афоризмів, неологізмів, нецензурної лексики тощо.

Серед освітньо-розважальних проєктів, які нещодавно з'явилися в телеєфірі, варто виділити «Солов'їне шоу» [38]. Поєднуючи дві функції, воно дозволило перевіряти та покращувати рівень української мови аудиторії шоу в формі гри-змагання, в якій брали участь запрошені відомі люди з різних сфер діяльності.

Якщо розглядати не цілісні проєкти, а окремі матеріали, то можемо визначити контент вебсайту Уповноваженого із захисту державної мови [55], який спеціалізується на контролі дотримання та виконання ЗУ «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [43] у різних сферах діяльності, зокрема й у медіа.

У професійній журналістиці опубліковані окремі матеріали на мовну тематику: інформаційні розширені замітки та неперіодичні аналітичні статті про зміни в мовному законодавстві для професійних медіа у всеукраїнських (Суспільне, Українська правда, УНІАН, Радіо Свобода, Громадське – входять до «білого» списку якісних медіа ІМІ) та регіональних (перелік медіа з Додатку 1) інтернет-виданнях, аналітичних центрах та порталах (Інститут масової інформації, Детектор.медіа, Слово і Діло).

З проведеного аналізу можна стверджувати, що сьогодні на медіаринку переважно існують проєкти, які пов'язані з підвищенням рівня української мови чи її популяризації серед суспільства в різних форматах, або неперіодичні матеріали. Проте наразі не існує окремої платформи чи інтернет-ресурсу, що пов'язаний з дослідженням української мови, її функціонуванням на території України в засобах масової комунікації, зокрема й у професійних медіа. В

інформаційному просторі можна знайти окремі журналістські дослідження, пов'язаним з нашою мовою, її різним напрямках, що фокусуються на тому, якою мовою транслюються чи публікуються матеріали всеукраїнських та місцевих медіа, або якою мовою українці спілкуються чи вживають у різних сферах життя. Тому необхідність у появі єдиного та цілісного ресурсу, який спеціалізувався на проведенні досліджень та моніторингів медіа як у науковій, так і практичній журналістиці, є необхідною та актуальною.

Звіт за результатами втілення проєкту

Під час створення та розробки медіапроєкту були досліджені та опрацьовані сучасні джерела для формування тематики серії аналітичних та науково-популярних матеріалів за обраною тематикою. Серед них – наукові: статті, збірники тез, фахові журнали, підручники, посібники українських науковців журналістського та філологічного спрямування; журналістські: інформаційні, аналітичні та художньо-публіцистичні публікації всеукраїнських та регіональних медіа України; інтернет-ресурси та соцмережі.

Для дослідження та аналізу медіа було відібрано та укладено список регіональних онлайн-видань України, до якого ввійшло 96 медіа (Додаток А). Для його формування використовувалися інтернет-ресурси: Мапа регіональних медіа [28], створену громадськими організаціями «Інститут масової інформації» та «Детектор.медіа», де представлені найякісніші місцеві медіа; вебсайт аналітики даних SimilarWeb [61], за допомогою якого можна було визначити найбільш популярні ЗМІ. Також використовувалися переліки онлайн-видань, яких моніторили щодо дотримання професійних стандартів Інститут масової інформації [13], Детектор.медіа [12] та Texty.org.ua [21].

Для створення журналістських аналітичних та науково-популярних матеріалів проводився моніторинг регіональних інтернет-медіа України щодо дотримання мовних норм; з'ясовувалися явища та тенденції застосування української мови в текстах онлайн-видань; аналізувалася мовна політика та

ситуації в журналістських матеріалах; відстежувалася мовна проблематика в публікаціях місцевих видань.

Для публікацій матеріалів був обраний найоптимальніший варіант – інтернет-ресурс у формі вебсайту «Око мови медіа» (URL: <http://surl.li/jjuyln>), розроблений на онлайн-платформі Wix. Логотип проєкту (Рисунок 1) був створений за допомогою платформи графічного дизайну Canva.

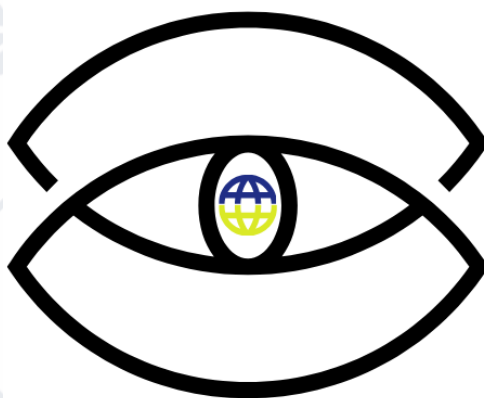


Рисунок 1. Логотип «Око мови медіа»

Структура вебсайту складається з 7 рубрик:

- «Головна» (вступна сторінка, яка складається з двох частин: лівий блок – на ньому з’являються останні опубліковані матеріали, правий блок – загальна інформація з покликаннями на рубрики);
- «Про проєкт» (інформація про медіапроєкт, його мету, завдання, особливості та аудиторію);
- «Аналітика та дослідження» (основна рубрика, що наповнена всіма журналістськими аналітичними та науково-популярними дослідженнями, створені за період роботи на проєкті);
- «Інфографіка» (зібрання усієї візуалізованої інформації (таблиці, схеми, діаграми, плакати тощо) з опублікованих матеріалів на сайті);
- «Методологія досліджень» (перелік регіональних онлайн-медіа, їх опис аналізу та моніторингу за створеною методологією);
- «Інфореурси» (корисні покликання для сформульованої аудиторії проєкту для покращення їх мовної компетенції);

- «Контакти» (контактна інформація та дані про автора, форма для зворотного зв'язку).

Під час роботи на медіапроекті вдалося написати та опублікувати на вебсайті 14 матеріалів, з них 9 журналістських та 5 наукових.

I. Журналістські матеріали

У серії з 4 матеріалів було промоніторено регіональні онлайн-медіа щодо дотримання мовних норм української мови. Кожна з цих публікацій присвячена окремому періоду: 1) вересень-листопад 2023 р. (URL: <http://surl.li/irisbk>), 2) грудень 2023 р. – лютий 2024 р. (URL: <http://surl.li/gpnmlf>), 3) березень – травень 2024 р. (URL: <http://surl.li/hfxswk>) та 4) червень – серпень 2024 р. (URL: <http://surl.li/pwcmww>). Для них була розроблена окрема методологія дослідження, яка використовувалася для аналізу та презентації результатів (URL: <http://surl.li/xxhzhz>). Перевірка онлайн-видань відбувалася за 7 критеріями, на кожному з яких визначалися кращі та гірші медіа, а в підсумку формувалася двадцятка найкращих та найгірших місцевих інтернет-видань за рівнем грамотності. Також була створена інфографіка мапи, де можна простежити, в яких областях журналісти краще або гірше дотримуються грамотності.

У матеріалі «Англiцизми в регіональних медіа: проблема чи необхідність?» (URL: <http://surl.li/onaupl>) досліджено використання місцевими медіа англiцизмів у журналістських текстах, визначено їх частоту вживання в різних регіонах країни, систематизовано тематику новин, де вони найчастіше трапляються та застосовуються журналістами. Також вдалося виявити вплив та наслідки популяризації англiцизмів медіа, визначено, чи є перенасичення мовних запозичень у медіапублікаціях проблеми онлайн-видань та описано її шляхи розв'язання.

У матеріалі «Воєнні фемінітиви поза увагою регіональних онлайн-ЗМІ» (URL: <http://surl.li/akeoea>) досліджено проблематику використання фемінітивів на позначення жіночих професій, звань чи посад, що працюють у військовій сфері, після початку повномасштабного вторгнення. Було простежено, як часто журналісти в різних областях пишуть матеріали, де згадують жінок-

військовослужбовиць, з якою частотою вживаються воєнні фемінітиви, які з них є найвживаніші, та як їх правильно утворювати, аби журналісти могли частіше використовувати їх у своїх текстах.

У матеріалі «Мовна ситуація в Україні та її відображення в регіональних медіа» (URL: <http://surl.li/qsswhq>) досліджено сучасний стан мовної ситуації в Україні (за період повномасштабної війни), як вона відображається в регіональних медіа, яка тематика найбільше переважає серед інформаційно-аналітичних публікацій медіа. Також простежено, як місцеві онлайн-видання різних регіонів висвітлюють мовне питання, та які тенденції спостерігаються в регіональній журналістиці.

У матеріалі «Застосовувати чи не застосовувати?: як місцеві онлайн-ЗМІ впроваджують новий український правопис» (URL: <http://surl.li/hamijw>) проаналізовано застосування місцевими журналістами оновлених мовних норм українського правопису, редакція якого була затверджена КМУ у 2019 році [40], на впровадження якої надався 5-тирічний перехідний період, що завершився у травні 2024 року. Було систематизовано усі основні орфографічні зміни у 3 групи та виявлено, які з них медіа використовуються частіше, а які – рідше, та загальну ситуацію по країні. Також були запропоновані рекомендації щодо впровадження чинної редакції правопису для тих медіа, які її не дотримуються.

У матеріалі «(НЕ)грамотність журналістів – (НЕ)довіра суспільства до ЗМІ?» (URL: <http://surl.li/cxscqe>) представлені результати онлайн-опитування (період проведення – з 2 по 27 вересня 2024 р.) серед здобувачів вищої освіти 6 з 11 галузей знань і спеціальностей, новий перелік якого затвердив КМУ у серпні 2024 року [42]. Було досліджено, з якою частотою та з яких джерел респонденти споживають новини; як часто вони помічають мовні помилки у журналістських текстах та як на них реагують; як оцінюють рівень грамотності медіа; чи впливає на їх довіру наявність порушень мовних норм; які заходи вони пропонують задля покращення мовної компетенції журналістів. Детальні результати опитування представлені у формі звітної презентації, яка дозволяє наочно простежити, які

відповіді давали здобувачі ВНЗ різних галузей та напрямків знань (<http://surl.li/vxgror>).

II. Наукові публікації

У публікації «Комп'ютерний аналіз дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів в українських онлайн-ЗМІ» (URL: <http://surl.li/vwxzsa>) за мету було запропонувати допоміжний алгоритм комп'ютерного аналізу для дослідження в українських інтернет-видань дотримання журналістського стандарту відокремлення фактів від коментарів. Серед основних завдань дослідження було здійснити огляд наукової літератури й інтернет-ресурсів громадських організацій та аналітичних центрів, що досліджують журналістику щодо способів виявлення порушення медіа стандарту відокремлення фактів від коментарів; сформувати корпус журналістських текстів онлайн-видань для аналізу; створити словник дієслівної лексики для його використання у комп'ютерному аналізі текстів медіа; виявити дотримання або порушення стандарту відокремлення фактів від коментарів у онлайн-виданнях на основі отриманих даних та визначити найбільш уживану лексику, яку використовують журналісти; простежити особливості та тенденції дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів у всеукраїнських та регіональних медіа.

У публікації «Комп'ютерний аналіз впровадження оновлених мовних норм правопису в інтернет-ЗМІ України» (URL: <http://surl.li/awkgtn>) за мету було проаналізувати українські онлайн-видань щодо використання оновлених мовних норм чинної редакції правопису за допомогою комп'ютерного аналізу та виявити основні тенденції у всеукраїнських та місцевих медіа. Серед основних завдань було створити словники для комп'ютерної програми, що визначатимуть норми старого та нового правописів (наприклад, «екс-президент» – стара мовна норма, «експрезидент» – нова); завантажити та обробити тексти українських інтернет-видань за місяць: червень 2024 р. (одразу після завершення 5-річного перехідного періоду у травні); проінтерпретувати отримані дані та визначити ті мовні норми вже чинної редакції, які порушувалися найчастіше; з'ясувати

основні тенденції використання Нового українського правопису у професійних медіа на різних рівнях: всеукраїнському та місцевому.

У публікації «Неологізми війни в регіональних медіа Вінниччини» (URL: <http://surl.li/cnqgpn>) за мету було проаналізувати, які неологізми (слова, фрази та словосполучення) вживалися у вінницьких регіональних медіа від початку повномасштабної війни та визначити їх необхідність у текстах медіа щодо дотримання журналістських стандартів. Усі зафіксовані неологізми були поділені на 4 групи: 1) власне неологізми – абсолютно нові слова; 2) слова, що отримали нове значення; 3) слова, що утворені за наявними в мові словотвірними моделями; 4) запозичення з інших мов.

У публікації «Вживання фемінітивів в регіональних медіа України під час висвітлення повномасштабного вторгнення рф» (URL: <http://surl.li/vxfzmd>) за мету було проаналізувати рівень використання фемінітивів у місцевих медіа України під час висвітлення повномасштабного вторгнення рф і простежити динаміку змін (2022-2023).

У публікації «Вплив грамотності журналістів на довіру суспільства до ЗМІ» (URL: <http://surl.li/hxljpi>) за мету було проаналізувати ставлення здобувачів вищої освіти щодо впливу грамотності журналістів на їх довіру до професійних ЗМІ. Основою дослідження були результати онлайн-опитування серед здобувачів освітніх ступенів бакалавра та магістра шести галузей знань з нового переліку, затвердженим КМУ у 2024 році [42]: Освіта; Культура, мистецтво та гуманітарні науки; Соціальні науки, журналістика та інформація; Інформаційні технології; Охорона здоров'я та соціальне забезпечення; Бізнес, адміністрування та право.

До журналістських та науково-популярних матеріалів створювалася візуалізація отриманих даних у формі інфографіки, діаграм, схем, таблиць, які б наочно демонстрували результати дослідження та краще сприймалися аудиторією. Усі вони містяться як у самих публікаціях, так й опубліковані в окремій рубриці вебсайту «Інфографіка» (URL: <http://surl.li/nxiezr>).

Для аналітики, просування та популяризації як медіапроєкту, так і результатів досліджень використовувалися різні інструменти:

- статистика переглядів та охоплення аудиторії вебсайту;
- онлайн-опитування про важливість та необхідність проєкту;
- участь в науково-практичних конференціях;
- публікація наукових статей та тез в фахових виданнях.

З моменту запуску вебсайту у січні 2024 року за 11 місяців було зафіксовано 10723 переглядів та 467 унікальних користувачів, що переходили за посиланням інтернет-ресурсу. Для їх досягнення використовували поширення інформації про сайт (короткий опис та покликання) у різних соціальних мережах та месенджерах (телеграм, фейсбук, інстаграм).

За результатами онлайн-опитування, що проводилося у жовтні 2024 р., було проаналізовано необхідність та корисність проєкту: на запитання «Чи необхідний та важливий проєкт про дослідження та аналізу мовної політики, ситуації професійних медіа, моніторинг дотримання журналістами грамотності у медіатекстах?» 72% респондентів відповіли «так, необхідний та важливий», 19% – «невпевнений/а», і 9% дали заперечну відповідь («ні, немає потреби»).

За період реалізації медіапроєкту результати дослідження були представлені на таких конференціях:

- 1) II Міжнародна науково-практична конференція «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень» (24.11.2023 р.);
- 2) II Всеукраїнська науково-практична конференція «Українські та світові медіа під час повномасштабного вторгнення рф: нові вимоги та виклики» (19.04.2024 р.);
- 3) III Міжнародна науково-практична конференція «Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень» (01.11.2024 р.).

Наукові тези були опубліковані у збірниках матеріалів конференцій, а статті – у фахових виданнях України «Public networks and communications» та «Образ», останній з яких входить до категорії «Б».

Глосарій

Під час створення, розробки та наповнення медіапроєкту використовувалися різні терміни та поняття, що були взяті за основу роботи, окреслювали напрямок діяльності над обраною тематикою, аналізувалися та простежувалися у журналістських матеріалах регіональних онлайн-видань, результати яких демонстрували сучасний стан дослідження.

Мовна політика та мовна ситуація в ЗМІ

Основою проєкту є поняття «мовна політика» та «мовна ситуація» у контексті професійних медіа. Мовну політику науковець М. Кочерган трактує як «свідомий і цілеспрямований вплив, який має на меті сприяти ефективному функціонуванню мови в різних сферах її застосування; сукупність ідеологічних принципів і практичних заходів щодо розв'язання мовних проблем у суспільстві, державі; сукупність політичних і адміністративних заходів, спрямованих на надання мовному розвитку бажаного спрямування» [24]. Під мовною політикою професійних медіа ми трактуємо сукупність визначених методів, прийомів, рішень та дій, які планує здійснювати медіа для регулювання застосування мови в журналістських матеріалах. Вони окреслюють та формують стратегію розвитку та реалізації впровадження мови у текстах медіа.

Водночас мовна ситуація – це «сукупність форм існування однієї мови або сукупність мов у їх територіальному й соціальному взаємовідношенні й функціональній взаємодії у межах певних географічних регіонів або адміністративно-політичних утворень» [24]. У межах проєкту під мовною ситуацією в медіа розуміємо сукупність умов, норм та практик, що визначають реальний стан використання та застосування мови в медіа. На її формування впливають різні чинники та фактори: мовна політика держави, аудиторія, зміни в суспільстві, події місцевого, державного, світового рівня, редакційна політика медіа. Мовна ситуація демонструє, якою мовою подаються матеріали в медіа, як журналісти дотримують мовних норм, які мовні явища та тенденції впроваджуються у текстах онлайн-видань, які мовні акценти використовуються для формування громадської думки аудиторії тощо.

Мова медіа

Науковець Д. Баранник характеризує поняття «мови медіа» як окремого функціонального стилю, який має на меті важливість простежити типологічні особливості та ознаки в різних видах масової інформації на різних структурних рівнях мови [4]. Водночас у сучасній стилістиці П. Дудик виділяє її як окремий підстиль публіцистичного стилю, що характерний для різних видів професійних медіа: преса, радіо, телебачення та інтернет-видання [15].

Мова професійних медіа часто ставала предметом дослідження багатьох науковців у сфері філології та журналістики: Л. Архипенко [1], Т. Гарлицька [10], І. Грицай [11], Л. Кравчук [26], О. Ільченко [19], В. Мартиненко [29], А. Ничепоренко [35], Н. Прокопенко [47], М. Яцимірська [60] та ін.

Характерною ознакою мови засобів масової інформації є «вдале поєднання логізації викладу із емоційно-експресивним забарвленням» [48], тому вона «характеризується доступністю, полемічністю викладу, образністю, експресивністю та афористичністю» [48]. Це зумовлено як функціями публіцистики, так і журналістики, зокрема інформаційно-змістовна, культурна, емоційного впливу, переконання.

Медіаредагування: грамотність журналістів

Важливою складовою професійності медіа та журналістів є редагування – комплексний процес, який передбачає підготовку та публікацію матеріалів для їх розповсюдження в інформаційному просторі. Його необхідність полягає як у поширенні точної та якісної інформації, яку споживає аудиторія, так і в підвищенні довіри та формуванні іміджу медіа.

Одною із частиною медіаредагування є перевірка тексту на грамотність, тобто дотримання сучасних мовних норм, якими журналісти мають послуговуватися під час створення та написання матеріалів. Науковець О. Пономарів сформулював визначення мовної норми – це «сукупність загальновизнаних мовних засобів, що вважаються правильними і зразковими на певному історичному етапі» [41]. Проте, як зазначає мовознавиця Л. Струганець, сучасне визначення цього поняття неоднозначне в сучасній науковій практиці,

оскільки різниця у його трактуванні полягає в різних підходах до проблеми нормативності: «чи з погляду загальної теорії мови, чи з погляду теорії культури мови, чи з практичних міркувань мовної культури» [54].

У сучасній українській літературній мові виділяють такі норми: орфоепічні, акцентуаційні, морфологічні, лексичні, синтаксичні, стилістичні, графічні, орфографічні, пунктуаційні. Варто наголосити, що останні три норми найчастіше зазнають змін, які зумовленими як зовнішніми, так і внутрішніми чинниками, та відображаються й фіксуються в офіційно затверджених редакціях правопису. Останні зміни відбулися у 2019 році, коли Кабінет Міністрів України схвалив Новий український правопис [40], створений та підготовлений Українською національною комісією з питань правопису.

Дотримання мовних норм професійними медіа є вкрай необхідним з різних причин, зокрема підтримка та висока довіра до медіа, точність передачі інформації, формування громадської думки, збереження мовної культури, професійна компетентність журналіста. Як зауважує Я. Назаренко, «грамотність у матеріалі – це найголовніша вимога та основна ознака якісного тексту, без якої випуск видання є заздалегідь неможливий. Отож, щоб здобути повагу в читача, необхідно багатовекторно працювати над матеріалом і якомога краще підвищувати власний професіональний рівень» [33].

Мовне законодавство: медійний аспект

Політичні процеси відіграють важливу роль у формуванні політики щодо норм мовного законодавства, яке регулює питання функціонування державної мови в різних сферах діяльності, зокрема в медіапросторі.

Після початку повномасштабної війни серед важливих змін у мовному законодавстві для журналістики стали ухвалення закону «Про медіа» [44], набуття чинності окремих статей ЗУ «Про забезпечення функціонування української мови як державної» [43] та завершення п'ятирічного перехідного періоду впровадження оновлених норм українського правопису [40]. Усі вони регулюють контроль над дотриманням, захистом та забезпеченням державної мови професійними медіа, що згодом відображається в їхній мовній політиці та

простежується в мовній ситуації у журналістських матеріалах.

Питання мовного законодавства в інформаційному просторі та українській журналістиці досліджено у сучасних наукових працях А. Зінченко [18], С. Матвіюк [31], Д. Сімора [51], І. Співак [53], В. Путрашик [59].

Політичний медіадискурс: неологізми війни

Політична ситуація в країні напряму впливає на професійну журналістику, що обов'язково відображається в медійному дискурсі, в якому можна простежити різні тенденції суспільства. Як трактує П. Макаревич, політичний медіадискурс є «складним комунікативним явищем, що виникає на перетині політичного дискурсу і дискурсу ЗМІ, містить вербалізований результат мовлення (текст), соціокультурні, прагматичні, психологічні умови його існування (контекст), а також відповідні мовні засоби у його складі» [27].

Найбільш актуальним напрямком сучасного політичного медіадискурсу України є повномасштабна війна, яка сильно вплинула на різні сфери діяльності, зокрема й на написання матеріалів на військову тему. Основною комунікаційно-мовною тенденцією, що почала простежуватися у журналістських текстах як всеукраїнських, так і регіональних, став різкий ріст неологізмів в українській мові. Це спричинило активні наукові розвідки мовознавців та журналістикознавців, які фіксували та досліджували їх сутність, різновиди, класифікації, а також їх функціонування як серед суспільства, так і в мові медіа, які підхопили їх вживання та використовували в журналістських текстах. Серед основних науковців з вивчення неологізмів війни виділимо праці Г. Вусик [9], О. Деркачова [14], М. Жулінська [16], І. Козинець [45], О. Оверчук [23].

Гендерні наративи в медіа: фемінітиви

Проблема гендерної рівності все частіше порушується в українському суспільстві – не лише на політичному та соціальному рівні, що відображається на змінах в законодавстві та громадському середовищі, а також вона простежується в мовній та інформаційній сферах через формування та використання фемінітивів. Якщо в українській мові це відобразилося через закріплення тенденції до утворення фемінітивів у Новому українському

правописі [56], водночас в медіапросторі почала зростати кількість їх вживання у журналістських текстах [34].

Згідно з онлайн-словником інфоплатформи GenderГід фемінітиви – це «слова жіночого роду на позначення посад, професій, виду діяльності, зайнятості жінок. Вони є органічними в українській мові (як і в інших мовах, зокрема – і слов'янських), історично обумовленими й утворюються переважно флективним способом – додаванням суфікса до іменника чоловічого роду» [52].

Проблематику фемінітивів у медіа досліджували М. Бондаренко [5], О. Сидоренко та О. Бондаренко [49], їх функціонування в українській пресі простежували Н. Шеховцова [57], О. Козачишина та А. Мосійчук [22], в інтернет-виданнях – Н. Кочукова й І. Бодра [25], їх оцінну характеристику з лінгвокультурологічного аспекту простежила Л. Марчук [30], з структурно-семантичного та функційного аспектів – А. Бречко [6].

Мовна глобалізація: англіцизми

Глобалізація у XXI столітті активно зростає та поширюється, що зумовлює зміни в різних сферах діяльності, зокрема й в мовному аспекті. Домінування англійської мови як мови міжнародного спілкування вплинуло на розвиток української мови, що проявилось у різновиді мовного запозичення як англіцизми. Медіа є одним з перших, хто транслюють зміни в мові, які відображаються у журналістських текстах, в яких часто можна натрапити на нові слова, терміни чи поняття, особливо в інформаційній, технічній чи освітніх напрямках [58].

До англіцизмів в українській мові, зокрема в інформаційному просторі, прикута увага вітчизняних дослідників, адже їх аналізу присвячено чимало наукових праць, з яких пов'язані їх вивчення на матеріалі ЗМІ: О. Атанасова [2], Г. Багрій [3], А. Велика [7], Р. Вишнівський [8], І. Пилипенко [39] тощо.

Основні наукові розвідки щодо англіцизмів в мові медіа пов'язані з специфікою їх побутування в журналістських текстах, доцільність їх вживання, простеження функціонування окремих типів іншомовних запозичень у політичній, економічній, технологічній, спортивній сферах.

ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

За період роботи над практичним медіапроектом було досягнуто наступних результатів.

Для визначення тематики та мети створення проекту були проаналізований інформаційний простір щодо сучасного стану дослідження мовної ситуації в професійних медіа за допомогою наукових та журналістських джерел, інтернет-ресурсів та соціальних мереж.

На основі обраної мети, завдань та цілей окреслені основні напрямки діяльності над медіапроектом, на базі яких був створений деталізований контент-план, за допомогою якого відбувалася реалізація роботи.

Для публікування серії журналістських аналітичних та науково-популярних матеріалів була розроблена онлайн-платформа в формі вебсайту «Око мови медіа», що складається з 7 рубрик, кожна з яких має своє наповнення та виконує окреслену функцію.

Для дослідження місцевих інтернет-медіа був створений та упорядкований список регіональних онлайн-видань України, до якого увійшли медіа з найвищим рівнем дотримання журналістських стандартів та були найпопулярнішими за кількістю переглядів користувачів.

За період аналізу місцевих онлайн-медіа було досліджено їх мовну політику, яка відображалася у їх мовній ситуації; відстежено мовні явища та тенденції, зокрема вживання та використання англіцизмів, фемінітивів, неологізмів війни, застосування оновлених правил українського правопису; промоніторено дотримання журналістами норм української мови на різних структурних рівнях.

Під час реалізації проекту було створено 14 матеріалів: 9 журналістських аналітичних та 5 науково-популярних, які були опубліковані на розробленій онлайн-платформі. Для візуалізації отриманих даних до них були створені діаграми, таблиці, схеми та інфографіки, які наочно демонстрували результати досліджень за тематикою проекту.

Для аналізу й популяризації медіапроекту та його результатів дослідження були застосовані різні інструменти: онлайн-опитування аудиторії вебсайту,

статистика даних охоплення та переглядів інтернет-ресурсу, участь в міжнародних та всеукраїнських науково-практичних конференціях, публікація наукових статей та тез у фахових виданнях України. З їх допомогою було продемонстровано як потенційній аудиторії (журналісти, редактори медіа, державні службовці, науковці, освітяни), так і суспільству сучасний стан функціонування державної мови в сфері журналістики, щоб порушити проблему мовної компетенції медіафахівців, активізувати й спонукати їх до її вирішення та окреслення майбутньої діяльності задля вдосконалення медіа.

Перспективними напрямками розвитку медіапроєкту вбачаємо в аналітичному, проєктному та освітньому аспектах.

Аналітичним напрямком визначаємо розширення ареалу дослідження серед інших видів професійних медіа (преса, радіо, телебачення) як регіонального, так і всеукраїнського рівня, в яких можна детальніше зрозуміти їх мовну політику, що відображається на мовній ситуації. Новими об'єктами для вивчення можуть стати не лише професійні медіа, а й соціальні мережі, месенджери, телеграм-канали, популярні інтернет-ресурси, які б допомогли визначити, як у них застосовується українська мова, її специфіка функціонування. Для глибокого аналізу та моніторингу усіх медіа необхідно простежити, які в них простежуються спільні та відмінні мовні явища, ознаки, тенденції, окреслити проблематику мови медіа, застосовуючи та удосконалюючи комп'ютерний аналіз їх дослідження та впроваджуючи інші методи для кращого та швидкого отримання результатів.

Проєктний напрямок полягає у розвитку вебсайту «Око мови медіа», зокрема збільшення кількості рубрик та підрубрик, адже зростання дослідження різних видів медіа зумовить систематизацію отриманих результатів аналізу, щоб користувачі могли швидко знаходити необхідну інформацію. Також його розділи будуть вдосконалюватися у наповненні різною корисною та цікавою інформацією щодо мовної ситуації в онлайн-виданнях, приділятиметься більша увага комунікації з аудиторією, зокрема створення інтерактивних засобів для покращення рівня знань української мови на основі матеріалів медіа.

Важливим та необхідним освітнім напрямком є створення й розробка на основі отриманих результатів досліджень онлайн-курсу для журналістів та редакторів щодо формування мовної політики та ситуації в медіа, вдосконалення рівня грамотності з державної мови, покращення їх мовної компетенції як важливої навички сучасного українського медіапрофесіонала. Для освітньої сфери у філології та журналістиці є створення навчально-практичного посібника, базою якого були б матеріали вебсайту та розроблені різного типу завдання та вправи за окремими темами для здобувачів вищої освіти галузей «Журналістика», «Середня освіта» та «Філологія», використання якого можна застосовувати під час вивчення професійних мовних дисциплін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Архипенко Л. Мова ЗМІ як об'єкт лінгвістичних досліджень: історія становлення, специфіка функціонального стилю. *Культура народів Причорномор'я*. 2007. №101. С. 74-76.
2. Атанасова О. А. Про доцільність вживання іншомовних запозичень в українській мові на основі матеріалів ЗМІ. *Актуальні проблеми сучасної лінгвістики та методики навчання іноземних мов в дослідженнях студентів* : зб. ст. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2021. Вип. 17. С. 15-23.
3. Багрій Г. Компаративний аналіз вживання англомовних запозичень у сучасних засобах масової інформації. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Сер.: Філологія (мовознавство)*. 2014. Вип. 20. С. 29–33.
4. Баранник Д. Х. Актуальні проблеми дослідження мови масової інформації. *Мовознавство*. 1983. №6. С. 13–17.
5. Бондаренко М. Фемінітиви в контексті сучасного журналістського дискурсу. *Культура та інформаційне суспільство XXI століття* : матеріали міжн. наук.-теор. конф. молод. учених 20-21 кв. 2023 р. Харків : ХДАК. Ч. 1. 2023. С. 218-219.
6. Бречко А. Назви жінок за професією у засобах масової інформації: структурно-семантичний та функційний аспекти. наукові доробки студентів Інституту філології. Київський університет імені Б. Грінченка. 2019. Т.3. URL: <https://ndsif.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/55> (дата звернення: 08.09.2024).
7. Велика А. М., Чернуха В. В. Англійські запозичення в українських засобах масової інформації. In: *Global science: prospects and innovations Proceedings of VII International Scientific and Practical Conference*, 1-3 March 2024, Liverpool, United Kingdom. С. 512-521.
8. Вишнівський Р. Й. Новітні спортивні англіцизми у мові українських електронних ЗМІ. *Young Scientist*. 2017. № 4.3 (44.3). С. 41-44.
9. Вусик Г. Л., Павлик Н. В. Неологізми як мовне відображення російсько-

української війни 2022 року. Закарпатські філологічні студії / редкол.: І. М. Зимомря (голов. ред.), М. М. Палінчак, Ю. М. Бідзіля та ін. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Т. 1, вип. 23. С. 52–57.

10. Гарлицька Т. С. Мова ЗМІ як один із виявів культурної свідомості містян (на матеріалі міської періодики). *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*, 2016. №10 (1). С. 128-134.

11. Грицай І. С. Мовні особливості сучасних засобів масової інформації. *Rozwój nauk humanistycznych. Problemy i perspektywy*. 2012. Вип. 209. С. 38–40.

12. Громадська організація «Детектор.медіа». URL: <https://detector.media> (дата звернення: 20.09.2024).

13. Громадська організація «Інститут масової інформації». URL: <https://imi.org.ua> (дата звернення: 19.09.2024).

14. Деркачова О. С. Неологізми війни як маркер ідентичності українського світу. *Україно моя вишивана: етнокультурний та освітньо-виховний потенціал української вишиванки*: зб. тез III Міжнар. онлайн-конф., 19 трав. 2022 р. С. 157–160.

15. Дудик П. С. Стилїстика української мови : навч. посіб. Київ : Видавничий центр «Академія», 2005. 368 с.

16. Жулінська М., Круглій О. Неологізми як мовне відображення війни. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2022. № 3 (14). С. 103–110.

17. За підтримки Уповноваженого 25 квітня стартує мовний проєкт «Єдині». URL: <https://mova-ombudsman.gov.ua/news/za-pidtrimki-upovnovazhenogo-25-kvitnya-startuye-movnij-proyekt-yedini> (дата звернення: 15.09.2024).

18. Зінченко А. Ю., Ядловська О. С. Мовне законодавство і реклама. *Сучасні вектори відновлення та розвитку України на засадах сталості та безпеки* : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 21 лист. 2023 року). Чернігів : ГО «Науково-освітній інноваційний центр суспільних трансформацій», 2023. 274 с.

19. Ільченко О. А. Інтертекстуальність і прецедентність в україномовних ЗМІ початку ХХІ ст.(на матеріалі метафоричних словосполучень). *Лінгвістичні*

дослідження. 2013. №35. С. 155-160.

20. Інститут української мови НАН України. URL: <https://iul-nasu.org.ua> (дата звернення: 20.08.2024).

21. Інтернет-видання «Texty.org.ua». URL: <https://texty.org.ua> (дата звернення: 20.09.2024).

22. Козачишина О. Л., Мосійчук А.В. Фемінітиви у сучасному українському газетному дискурсі. *Science and Education a new Dimension (Philology)*. VIII(72), Issue 241. 2020. р. 26-30.

23. Козинець І. Відображення війни у мові крізь призму неологізмів. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 61. С. 135–140.

24. Кочерган М. Мовна ситуація і мовна політика в Україні. *Світогляд*. 2008. № 2. С. 18-23.

25. Кочукова Н. І., Бодра І. А. Функціонування фемінітивів у мові українських інтернет-видань. *Науковий вісник Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Сер.: Філологічні науки (мовознавство)*. 2019. № 12. С. 90-93.

26. Кравчук Л. В. Мова мас-медіа як основне джерело збагачення новотворами загальномовного словника. *Іван Огієнко і сучасна наука та освіта. Сер. : Історична та філологічна*. 2013. Вип. 10. С. 53-58.

27. Макаревич П. Ю. До питання визначення поняття «політичний медіа-дискурс». *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2012. № 1. С. 79—82.

28. Мапа регіональних медіа. Інститут масової інформації, Детектор.media. URL: <https://map.detector.media> (дата звернення: 20.09.2024).

29. Мартиненко В. В. Особливості мови ЗМІ. *Актуальні проблеми сучасної філології та методики викладання мов у вишах*. 2018. С. 62-63.

30. Марчук Л. М. Лінгвокультурологічний аспект оцінної характеристики фемінітивів у мові ЗМІ. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. № 38, Т. 3. С. 118–121.

31. Матвіюк С. О., Житарюк М. Г. Законодавство України щодо захисту державної мови в національному телепросторі. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень* : Зб. матеріалів І Міжнар. наук.-практ. конф., 18 лист. 2022 р. Вінниця: ДонНУ ім. Василя Стуса, 2022. С. 35-38.

32. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. *ОПОРА*. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyi-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292> (дата звернення: 06.09.2024).

33. Назаренко Я. В. Грамотність як головна вимога до редагування матеріалів преси. *Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2020»*. XXII Всеукр. наук. конф. молод. учених. Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2020. С. 537-538.

34. Назарук В. Жінки у місцевих ЗМІ: уже називаємо, але ще стереотипно. *Четверта влада*. URL: <https://4vlada.com/zhinky-u-mistsevyh-zmi-uzhe-pazyvaiemo-ale-shche-stereotypno> (дата звернення: 04.09.2024).

35. Нечипоренко А. Ф. Мова ЗМІ та її вплив на формування культури мовлення. *Science and Education a New Dimension*. 2017. №5. С. 67-69.

36. Новини рубрики #Плюсуй українську. URL: <https://1plus1.ua/tag/urok-ukrainskoi-movi> (дата звернення: 17.09.2024).

37. Оверчук О.Б., Михальова Д.Є. Неологізми часів війни з РФ. Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави: збірник наукових праць МВС України, ХНУВС, Наукового парку «Наука та безпека». 2022. С. 227–228.

38. Освітньо-розважальне шоу «Солов'їне шоу». URL: <https://www.youtube.com/@SolovyineShow/videos> (дата звернення: 19.09.2024).

39. Пилипенко І. О. Варіативність англomовних запозичень у сучасних українських ЗМІ. *Мова і культура*. 2017. Вип. 20. Т. IV (189). С.131-136.

40. Питання українського правопису: постанова Кабінету Міністрів України від 22.05.2019 р. № 437. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/437-2019-p#Text> (дата звернення: 02.09.2024).

41. Пономарів О. Д. Стилїстика сучасної української мови: підр. 3-тє вид., пере- роб. і доповн. Тернопіль: Навчальна книга Богдан, 2000. 248 с.

42. Про внесення змін до перелїку галузей знань і спеціальностей, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої та фахової передвищої освіти : постанова Кабінету Міністрів України від 30.08.2024 р. № 1021. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vnesennia-zmin-do-pereliku-haluzei-znan-i-spetsialnostei-za-iakum-a1021> (дата звернення: 01.09.2024).

43. Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 27.06.2024 р. № 2704-VIII. *Голос України*. 2019. 16 трав. (№ 90). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text> (дата звернення: 01.09.2024).

44. Про медіа : Закон України від 13.12.2022 р. №2849-IX. *Голос України* 2022. 31 груд. (№267). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 04.09.2024).

45. Проєкт «Мова – ДНК нації». URL: <https://1plus1.ua/tag/urok-ukrainskoi-movi> (дата звернення: 18.09.2024).

46. Проєкт «МовиТИ». URL: <https://study.ed-era.com/uk/courses/course/1696> (дата звернення: 18.09.2024).

47. Прокопенко Н. М., Хачатар'ян К. Синтаксичні ресурси мови ЗМІ: стилістичний аспект (на матеріалах газети «День»). *Журналістська освіта в Україні: світові професійні стандарти: XIII Всеукраїнська науково-практична конференція* (м. Суми, 11-12 травня 2017 р.). Суми : СумДУ, 2017. С. 115-118.

48. Савчук Р. Л. Мова засобів масової інформації : хрестоматія до дисципліни. Івано-Франківськ : ПНУ, 2017. 135 с.

49. Сидоренко О. П., Бондаренко О. Є., Садимака М. Гендерні наративи в мас-медіа: фемінітиви vs маскулінітиви. *Філологічні трактати*. 2022. Т. 14, №1. С. 124-134.

50. Система моніторингу ЗМІ та соцмереж LOOQME. URL: <https://uk.looqme.io> (дата звернення: 20.09.2024).

51. Сімора Д. С. Мовні трансформації в медіа. *Актуальні проблеми кримінально-правового, кримінального процесуального та криміналістичного забезпечення протидії злочинності* : матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (08 груд. 2023 р., м. Дніпро). Дніпро : Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2024.

52. Словник фемінітивів. *GenderGid*. URL: <https://gendergid.org.ua/a/> (дата звернення: 08.09.2024).

53. Співак І. В. Мовне законодавство та мовна політика в Україні як вони є. *Право та державне управління*. 2019. № 2, ч. 2. С. 12-19.

54. Струганець Л. Диференційні ознаки норми літературної мови. *Культура слова*. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2011. Вип. 74. С. 34–43.

55. Уповноважений із захисту державної мови. URL: <https://mova-ombudsman.gov.ua> (дата звернення: 20.08.2024).

56. Уряд офіційно затвердив фемінітиви в українській мові. *Texty.org.ua*. URL: https://texty.org.ua/fragments/93983/Urad_oficijno_zatverdyy_feminityvy_v_u_krajinskij_movi-93983/ (дата звернення: 01.09.2024).

57. Шеховцова Н. А. Фемінітиви в українській пресі. *Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство і літературознавство)*. 2017. Вип. 9. С. 143–146.

58. Шинкар Т. Актуалізація англіцизмів у сучасному медіатексті. *Society. Document. Communication. Соціум. Документ. Комунікація*, 2019. №7. С. 109-122.

59. Шумацька Г., Путрашик В. Мовне законодавство України в проєкціях онлайнового медіапростору Закарпаття. *Науковий вісник Ужгородського університету : серія: Філологія*; / ред.кол.: Н. Венжинович (гол.), Г. Шумицька та ін. Ужгород : ПП Данило С. І., 2019. Вип. 2(42) : На пошану професора Василя Добоша (до 95-річчя від дня народження). С.118-129.

60. Яцимірська М. Мова ЗМІ в культурному і творчому дискурсі. *Вісник Львівського університету. Сер.: Журналістика*. 2014. Вип. 39. С. 344–349.

61. Official Measure of the Digital World. *SimilarWeb*. URL: <https://www.similarweb.com> (дата звернення: 16.09.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

СПИСОК РЕГІОНАЛЬНИХ ОНЛАЙН-ВИДАНЬ УКРАЇНИ

Область	Назва онлайн-медіа	Посилання на медіа
Вінницька	Суспільне Вінниця	https://suspilne.media/vinnytsia/
	«Вінниця-Інфо»	https://vinnitsa.info
	«Вежа»	https://vezha.ua
	«I-VIN»	https://i-vin.info
Волинська	Суспільне Луцьк	https://suspilne.media/lutsk/
	«ВолиньPost»	https://www.volynpost.com
	«ГІТ»	https://uagit.tv
	«Волинські новини»	https://www.volynnews.com
Дніпропетровська	Суспільне Дніпро	https://suspilne.media/dnipro/
	«056.ua – Сайт міста Дніпра»	https://www.056.ua/
	«1KR.UA»	https://1kr.ua/ua
	«Дніпро Оперативний»	https://dnepr.express.ua
Донецька	Суспільне Донбас	https://suspilne.media/donbas/
	ІА «Вчасно»	https://vchasnoua.com
	«ТЕЛЕгазета»	https://telegazeta.com.ua/forms/news.php
	«POKROVSK.NEWS»	https://pokrovsk.news
Житомирська	Суспільне Житомир	https://suspilne.media/zhytomyr/
	«Житомир.info»	https://www.zhitomir.info/
	«Житомир.news»	https://www.zhitomirnews.com
	«Рупор Житомира»	https://ruporzt.com.ua
Закарпатська	Суспільне Ужгород	https://suspilne.media/uzhhorod/
	«Голос Карпат»	https://goloskarpat.info
	«Закарпаття онлайн»	https://zakarpattya.net.ua
	«Uzhgorod.net.ua»	https://uzhgorod.net.ua
Запорізька	Суспільне Запоріжжя	https://suspilne.media/zaporizhzhia/
	«Zprz-City»	https://zprz.city
	«Бердянськ 24»	https://www.brd24.com
	«Репортер UA. Запоріжжя»	https://zp.reporter.ua
Івано-Франківська	Суспільне Івано-Франківськ	https://suspilne.media/ivano-frankivsk
	«Галка»	https://galka.if.ua
	«Курс»	https://kurs.if.ua
	«ПіК»	https://pik.net.ua
Київська	Суспільне Київ	https://suspilne.media/kyiv/

	«Вечірній Київ»	https://vechirniy.kyiv.ua/
	«Наш Київ»	https://nashkiev.ua
	«Погляд»	https://poglyad.tv
Кіровоградська	Суспільне Кропивницький	https://suspilne.media/kropyvnytskiy/
	«З перших уст»	https://zpu.kr.ua/
	«Кіровоград24»	https://kirovograd24.com
	«Точка доступу»	https://dostyp.com.ua/
Луганська	«Трибун»	https://tribun.com.ua
	«Ірта Факс»	http://irtafax.com.ua
	«Сєверодонецьк онлайн»	https://sd.ua
	«0642.ua – Сайт міста Луганськ»	https://www.0642.ua
Львівська	Суспільне Львів	https://suspilne.media/lviv/
	«Гал-інфо»	https://galinfo.com.ua/
	«Дивись.info»	https://dyvys.info
	«LVIV MEDIA»	https://lviv.media
Миколаївська	Суспільне Миколаїв	https://suspilne.media/mykolaiv/
	«Свідок.info»	https://svidok.info/uk
	«0512.ua – Сайт міста Миколаєва»	https://www.0512.com.ua
	«МикВісті»	https://nikvesti.com/ua
Одеська	Суспільне Одеса	https://suspilne.media/odesa/
	Думська	https://dumskaya.net
	«Махала»	https://mahala.com.ua
	«Одеса Online»	https://odessa.online
Полтавська	Суспільне Полтава	https://suspilne.media/poltava/
	«Коло»	https://kolo.news
	«Полтавщина»	https://poltava.to
	«Полтава 365»	https://poltava365.com
Рівненська	Суспільне Рівне	https://suspilne.media/rivne/
	«Рівне Вечірнє»	https://rivnepost.rv.ua
	«ОГО»	https://ogo.ua
	«Рівне Медіа»	https://rivne.media
Сумська	Суспільне Суми	https://suspilne.media/sumy/
	«SumyPost»	https://sumypost.com/
	«Цукр»	https://cukr.city
	«Сумські дебати»	https://debaty.sumy.ua
Тернопільська	Суспільне Тернопіль	https://suspilne.media/ternopil/
	«Терен»	https://teren.in.ua/
	«Тернополяни»	https://ternopoliany.te.ua
	«За Збручем»	https://zz.te.ua

Харківська	Суспільне Харків	https://suspilne.media/kharkiv/
	«Status quo»	https://www.sq.com.ua/ukr
	«KharkivToday»	https://2day.kh.ua/ua
	«Харків Times»;	https://times.kharkiv.ua
Херсонська	Суспільне Херсон	https://suspilne.media/kherson/
	«Український Південь»	https://pivdenukraine.com.ua
	«Вгору»	https://vgoru.org
	«Кавун.City»	https://kavun.city
Хмельницька	Суспільне Хмельницький	https://suspilne.media/khmelnyskiy/
	«Всім»	https://vsim.ua/
	«Є»	https://ye.ua
	«Городок.City»	https://horodok.city
Черкаська	Суспільне Черкаси	https://suspilne.media/cherkasy/
	«Прочерк»	https://procherk.info/
	«ЗМІ.ck.ua»	https://zmi.ck.ua
	«Про все»	https://provce.ck.ua
Чернівецька	Суспільне Чернівці	https://suspilne.media/chernivtsi/
	«БукІнфо»	https://bukinfo.com.ua
	«А.С.С.»	https://acc.cv.ua
	«Молодий буковинець»	https://molbuk.ua
Чернігівська	Суспільне Чернігів	https://suspilne.media/chernihiv/
	«Високий Вал»	https://val.ua
	«ЧЕline»	https://cheline.com.ua
	«0462.ua – Сайт міста Чернігів»	https://www.0462.ua