

components. *The practical significance* of the study is determined by application of logical-conceptual analysis of scientific and, consequently, conceptual-terminological universals in practice of compiling multilingual terminological dictionaries. **Conclusions.** The logical-conceptual transformation of scientific universals at the linguistic level of representation raises the problems of correlation of international — national — hybrid terms, internationalization — nationalization / de-nationalization of terminological units in the aspect of revealing their typological varieties in comparable languages, finding out terminological equivalence, synonymy, doubletness, variability, and, consequently, normalization of the linguistic form of expression and harmonization of their meaning.

Key words: cross-lingual lexical equivalent, lingual universal, linguistic universal, scientific universal, concept, terminological space, term, model, Slavic linguistics.

Статтю отримано 30.10.2018 р.

<http://dx.doi.org/10.18524/2307-4558.2018.30.154325>

УДК 811.161.2'276.6'373.47:070

ІВАЩЕНКО Вікторія Людвігівна,

доктор філологічних наук, старший науковий співробітник, професор кафедри видавничої справи Інституту журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка; вул. Волинська, 10, м. Київ, 03151, Україна; тел.: +38 097 8163869; e-mail: vicivashchenko@ukr.net; ORCID ID: 0000-0002-8044-4116

НАРУШЕВИЧ-ВАСИЛЬЄВА Оксана Вікторівна,

кандидат філологічних наук, доцент кафедри українознавства та лінгводидактики Одеської національної академії харчових технологій; вул. Канатна, 112, м. Одеса, 65039, Україна; тел.: +38 067 8358833; e-mail: nov82ua@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-5230-0019

ПРОПОЗИЦІЙНІ МОДЕЛІ СЕМАНТИЗАЦІЇ ТЕРМІНІВ ЖУРНАЛІСТИКИ У СЛОВНИКАХ ГАЛУЗІ

Анотація. *Meta* статті — виявити особливості семантизації термінів журналістики та розробити типологію її пропозиційних моделей у кореляції з типологією пропозиційних функцій. За *об'єкт* обрано пропозиційні моделі семантизації журналістських термінів, зафіксованих в українськомовних словниках галузі, в їх кореляції з пропозиційними функціями. *Предметом* дослідження є віднаходження мінімальних інформаційних складників дефініцій понять журналістських термінів, лексикографованих в українських словниках, та їхня формалізація через конструювання моделей семантизації і пропозиційних функцій. *Результатом* проведеного дослідження є розроблення типології пропозиційних моделей семантизації термінів журналістики, зафіксованих в українських словниках. Зроблено *висновок*, що найтипівшими у словниках журналістських термінів є поліпропозиційні моделі семантизації, які можна схарактеризувати як такі, що виразають одномісно-двомісні пропозиційні функції типу $P_1(X) + P_2(Y, Z)$ та одномісно-багатомісні пропозиційні функції типу $P_1(X) + P_2(Y, Z_1, Z_2, \dots)$. *Практична значущість* наукової розвідки полягає в тому, що її результати можуть бути використані у навчальних курсах «Основи термінознавства», «Лексикологія», «Лексикографія», а також під час укладання словників журналістських термінів.

Ключові слова: термін журналістики, пропозиційна модель, модель семантизації, монопропозиційна модель, поліпропозиційна модель, пропозиційна функція.

Формулювання проблеми та її зв'язок із попередніми дослідженнями. Українська термінологія сьогодні є об'єктом широкого зацікавлення й наукових пошуків, що зумовлено потребою впорядкування та нормалізації галузевих термінологічних систем. У сучасному мовознавстві термінологічні дослідження проводять у багатьох аспектах, одним із яких є вивчення проблеми семантизації термінів у словниках і текстах.

Інтенсивне поповнення термінології сучасної журналістики в українській мові, яке спостерігаємо протягом останніх десятиліть у зв'язку зі стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, нових медіа, вимагає вивчення особливостей її лексикографічної семантизації задля розуміння механізмів формулювання словникових дефініцій.

Огляд наукової літератури з проблеми вивчення журналістських термінів засвідчує, що в полі зору українських науковців перебували переважно історичні аспекти формування й становлення фахової мови журналістики. Це, наприклад, праці М. А. Жовтобрюха [3; 4], А. О. Свашенко [8], Н. В. Орлової [6; 7], дисертація М. О. Гонтар [1] та ін. Зазначені дослідження написані здебільшого в руслі лексикографічної фіксації та констатації процесів формування термінології журналістики, які розкрито лише фрагментарно.

Поза увагою дослідників залишилося чимало цікавих і актуальних проблем. Зокрема, й досі в українському мовознавстві не розкрито глибинні механізми ні лексикографічної, ні текстової се-

мантизації журналістських термінів, хоча саме цей аспект дає можливість краще з'ясувати логіко-семантичні й предметно-логічні зв'язки між поняттями, на позначення яких використано той чи інший термін.

Формулювання дослідницьких завдань. У пропонованій науковій розвідці ставимо за мету з'ясувати особливості семантизації термінів журналістики та розробити типологію її пропозиційних моделей. Таке дослідження спрямоване на вироблення рекомендацій щодо уточнення / уніфікації формулювань дефініцій понять журналістської сфери, гармонізації їхнього логіко-поняттєвого змісту.

Матеріалом дослідження слугували дефініції журналістських термінів, дібрані методом суцільної вибірки з трьох галузевих словників: «Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті» за заг. ред. Ю. М. Бідзілі (2007) [10], «Журналістика : словник-довідник» (авт.-уклад. І. Л. Михайлин) (2013) [9] та «Медіалінгвістика : словник термінів і понять» (Л. І. Шевченко, Д. В. Дергач, Д. Ю. Сизонов) (2014) [11].

Виклад основного матеріалу. Семантизацію термінів журналістики у словниках галузі ми досліджували в аспекті когнітивного термінознавства з опорою на поняття *пропозиції*, яке, на думку багатьох науковців, є важливим інструментом семантичного аналізу дефінітивних висловлень, та розроблену в одній із наших попередніх розвідок типологію *пропозиційних моделей семантизації термінів* харчової промисловості (див. про це детально у [5]). Пропозиційну модель визначаємо як «горизонтально розгорнуту структуру типового змісту дефініції (дефінітивного висловлення / тексту) спеціального поняття, яка складається з необхідних і достатніх для вираження цього змісту елементів, пов'язаних між собою типовими відношеннями» [5, с. 146].

У статті пропонуємо також кореляцію *пропозиційна модель семантизації — пропозиційна функція*, за якої пропозиційна модель є репрезентантом тієї чи іншої пропозиційної функції. Визначення останньої віднаходимо у В. Є. Жеребкіна, який розрізняє *аргумент* (наприклад: знак X у функції висловлювання « X — юрист»; X та Y у функції висловлювання « X менший від Y »; X , Y та Z у пропозиційній функції « X знаходиться між Y і Z ») і *предикат* (наприклад: поняття «юрист» у функції висловлювання « X — юрист»; поняття «менший» у функції висловлювання « X менший від Y »; поняття «знаходиться» у пропозиційній функції « X знаходиться між Y і Z ») [2, с. 76]. За кількістю аргументів розмежовують *одномісні пропозиційні функції* (з одним аргументом) і *багатомісні пропозиційні функції* (з кількома аргументами). Відповідно, пропозиційні функції записують у вигляді формул: $P(X)$; $P(X, Y)$; $P(X, Y, Z)$ і т. ін., де X, Y, Z — предметні змінні (аргументи), а P — предикат, який виражає певну властивість або відношення [2, с. 76].

Наразі було виявлено такі основні типи пропозиційних моделей семантизації термінів журналістики в аналізованих словниках галузі, що їх підтримують різні пропозиційні функції:

І. Монопропозиційні моделі:

1. Одномісні пропозиційні функції — $P_1(X)$:

(1.1) « $X - P_1$ »¹, напр.: *Аудиторія* — споживач інформаційної продукції [9, с. 10]; *Телеіномова* — організація телевізійних трансляцій на території зарубіжних держав [10, с. 82]; *Адліб* — звукова імпровізація радіо-, телеведучого під час прямого ефіру [11, с. 19]; *Тираж* — кількість примірників друкованого видання з однією назвою [11, с. 179]; *Тираж* — загальна кількість примірників друкованого видання [10, с. 84; 9, с. 277]; *Коректура* — усунення граматичних помилок у зверстаних сторінках часопису [9, с. 135]; *Добірка* — здійснена внаслідок спеціальної вибірки і опублікована під спільним заголовком сукупність новин [9, с. 50]; *Юстирування* — вивірення і точна підгонка росту шрифту або кліше [10, с. 95];

(1.2) « $X - \text{у галузі} - P_1$ », напр.: *Новина* — у журналістиці — оперативне інформаційне повідомлення [9, с. 174]; *Фільтрування* — в електронній журналістиці — добір новин з інформаційного потоку за їх соціальною значущістю для масової аудиторії [9, с. 287];

(1.3) « $X - \text{букв.} - P_1$ », напр.: *Медіакратія* — букв. — влада журналістики [9, с. 149].

2. Одномісні пропозиційні функції — $P_1, P_2, [P_3 \dots](X)$:

(2.1) « $X - P_1, P_2$ », напр.: *Хедлайн-ньюз* — екстрені новини, сенсаційне повідомлення [11, с. 184]; *Бліц-інтерв'ю* [БЛІЦ] — жанровий різновид інтерв'ю, міні-інтерв'ю, стисла енергійна розмова з джерелом інформації, як правило, на місці події [9, с. 13]; *Комунікація* — спілкування, передача інформації, думок, почуттів, волевиявлень людини [10, с. 48];

(2.2) « $X - [\text{у галузі}] P_1, P_2, P_3$ », напр.: *Автор* [у медіа] — журналіст, укладач, творець медійного тексту [11, с. 17].

3. Двомісні пропозиційні функції — $P_1(X, Y)$:

(3.1) « $X - P_1 = Y$ », напр.: *Акустичний ефект* — те саме, що й звуковий ефект [10, с. 11]; *Шумові ефекти* — те саме, що й шуми [10, с. 95];

(3.2) « $X - P_1 Y$ », напр.: *Тележурналістика* — див.: *Телебачення* [9, с. 266]; *Телеоператор* — див.: *Оператор* [9, с. 267].

¹ Тут X, Y, Z — предметні змінні (аргументи) пропозиційних функцій, що відповідають тим чи іншим пропозиційним моделям, а P — предикат, який виражає певну властивість або відношення.

Монопозиційні моделі семантизації засвідчують лаконізм формувань дефініцій відповідних понять подекуди через відсутність чітко окресленого найближчого узагальнювального (родового) поняття; ототожнення понять; відсилання до тотожних понять; маркування сферою функціонування; точний поморфемний переклад іншомовного терміна; перелік родових понять.

II. Поліпропозиційні моделі:

1. Одномісно-двомісні пропозиційні функції:

(1.1) $P_1(X) + P_2(Y, Z)$:

« $X - P_1, [P_1=]Y$ полягає [P_2] у Z », напр.: *Актуальність* — ознака журналістики, яка полягає в оперативному висвітленні важливих на певний момент, злободенних подій, фактів і явищ, назрілих проблем [9, с. 6]; *Інтертекстуальність* — феномен сучасного постмодерного мислення, який полягає в семіотичній взаємодії тексту з культурним середовищем [9, с. 102]; *Кінопубліцистика* — напрям розвитку кіножурналістики, який полягає в інтерпретації дійсності на основі документального її відображення [9, с. 118]; *Монтаж* — творчий процес в аудіальній і зображальній журналістиці, який полягає у створенні цілісного твору з віднятого чи записаного матеріалу [9, с. 166]; *Фотожурналістика* — важливий складник друкованої журналістики, який полягає у створенні зображальних матеріалів за допомогою фотографічних форм і засобів [9, с. 289];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ використовують [P_2] для Z », напр.: *Автентичний* — означення, яке використовують для кваліфікації достовірності певного документа [9, с. 3];

« $X - P_1, у [P_1=]Y$ повідомляється [P_2] Z », напр.: *Замітка* — один із головних інформаційних жанрів, у якому точно, стисло й оперативно повідомляються найсуттєвіші життєві факти [10, с. 40];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ позначає [P_2] Z », напр.: *Кегль (Кегель)* — розмір друкарського шрифту, який позначає відстань між верхньою і нижньою стінками літери [10, с. 46];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ вказує [P_2] на Z », напр.: *Індекс видання* — цифрове позначення, яке вказує на місце газети, журналу чи іншого видання в реєстрі, каталозі періодичних видань країни [10, с. 43];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ супроводжує [P_2] Z », напр.: *Реклама контекстна* — вид реклами в мережі Інтернет, який супроводжує онлайн-публікації [9, с. 236]; *Кліп* — невеликий відеосюжет, який супроводжується ігровим виконанням пісні [10, с. 46];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ свідчить [P_2] про Z », напр.: *Стендап* — знятий на місці події кадр з крупним планом репортера, що свідчить про його безпосередню присутність на події [9, с. 258];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ зображує [P_2] Z », напр.: *Фейлетон* — медійний художньо-публіцистичний жанр, у якому сатирично зображуються недоліки суспільного життя [11, с. 180];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ передбачає [P_2] Z », напр.: *Дайджест* — інформаційно-аналітичний жанр мас-медіа, який передбачає стислий виклад основного змісту медійних матеріалів [11, с. 41]; *Журналістика аналітична* — тип творчої діяльності в журналістиці, який передбачає роз'яснення авторами фактів, подій і явищ на підставі ширшої поінформованості і вищої кваліфікації [9, с. 71];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ містить [P_2] Z », напр.: *Бліц-портрет* — інформаційний жанр медіа, що містить короткі відомості про людину з метою ознайомлення аудиторії з нею чи поглиблення фонових знань про неї [11, с. 30];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ охоплює [P_2] Z », напр.: *Історія журналістики* — наука про процес розвитку масово-інформаційної діяльності від зародження до наших днів, що охоплює всю множинність явищ і творів друкованих, ефірних та електронних організацій масової інформації [9, с. 114];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ створює [P_2] Z », напр.: *Відеосигнал* — змінний електричний сигнал, завдяки якому створюється зображення [10, с. 24];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ характеризується [P_2] Z », напр.: *Абзац* — найменший композиційний фрагмент тексту журналістського чи літературного твору, який характеризується змістовою завершеністю викладеної в ньому думки [9, с. 3];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ вивчає [P_2] Z », напр.: *Девіатологія мас-медіа* — розділ журналістикознавства, що вивчає всі типи відхилень від норм, законів комунікації [10, с. 31–32];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ здійснює [P_2] Z », напр.: *Телевежа* — передавальний центр, із якого здійснюється трансляція телевізійного сигналу [9, с. 265]; *Апаратна* — структурна ланка радіо- чи телевізійного центру, яка за допомогою спеціального технічного устаткування здійснює комунікацію [10, с. 14]; *Коректор* — працівник редакції, який здійснює коректуру [9, с. 135];

« $X - P_1, P_2, [P_1=P_2=]Y$ здійснює [P_2] Z », напр.: *Більд-редактор* — відповідальний за зовнішній вигляд часопису працівник редакції, фахівець із зображальної журналістики, що здійснює ілюстративне [художнє] оформлення видання [9, с. 13];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ передує [P_2] Z », напр.: *Правка-вичитка* — останній етап роботи над медійним текстом, що передує публікації твору (тексту) [11, с. 139];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ впливає [P_2] на Z », напр.: *Агітація* — друкована та електронна, усна та писемна діяльність, що впливає на свідомість суспільства з метою спонукання його до активних соціальних дій [11, с. 19];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ репрезентує [P_2] Z », напр.: *Аватар* — невеличке зображення, що репрезентує автора перед електронною публікацією [9, с. 3];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ відтворює $[P_2] Z$ », напр.: *Годинник телевізійний* — електронний пристрій, що відтворює точний час на екрані телевізора [10, с. 29];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ пов'язаний $[P_2]$ із Z », напр.: *Редагування* — вид фахової діяльності у ЗМІ і книговидавництві, що пов'язана з підготовкою до випуску у світ друку та аудіовізуальної продукції [10, с. 70];

« $X - P_1, [P_1=]Y$, займається $[P_2] Z$ », напр.: *Телерадіокомпанія (ТРК)* — установа, що займається організацією телевізійних і радіомовних передач [10, с. 83];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ складається $[P_2]$ із Z », напр.: *Блог* — мережевий щоденник одного або кількох авторів, що складається із записів у зворотньому хронологічному порядку [11, с. 30]; *Випуск новин* — підготовлена й видана в ефір програма, що складається з окремих систематизованих інформаційних блоків [10, с. 22];

« $X - P_1, Y$ використовує $[P_2] Z$ », напр.: *Відеоарт* — різновид мистецтва, яке використовує засоби телевізійної передачі [10, с. 23];

« $X - P_1, Y$ застосовується $[P_2]$ для Z », напр.: *Офсет* — різновид плоского друку, який застосовується для відтворення графічних і текстових оригіналів за допомогою проміжного еластичного циліндра [10, с. 60];

« $X - P_1, Y$ регламентує $[P_2] Z$ », напр.: *Кодекси етичні* — загальна назва сукупності міжнародних та національних документів із журналістської етики, які регламентують правила професійної поведінки та діяльності журналістів [9, с. 121];

(1.2) $P_1(X) + P_2(Y, Z) + P_3(Z)$:

« $X - P_1, [P_1=]Y$ складається $[P_2]$ з Z , Z систематизовані $[P_3]$ », напр.: *Випуск новин* — хронологічно обмежена, поставлена в розклад інформаційна програма, що складається з коротких інформаційних сюжетів, систематизованих у певний спосіб [9, с. 18];

(1.3) $P_1(X) + P_2(Y_1, Y_2)$:

« $X - P_1, Y_1$ або Y_2 виходять $[P_2]$ », напр.: *Тижневик* — назва газети або журналу, періодичність виходу яких становить один раз на тиждень [9, с. 277].

2. Одномісно-багатомісні пропозиційні функції:

(2.1) $P_1(X) + P_2(Y_1, Y_2, Z)$:

« $X - P_1, [P_1=](Y_1 \text{ та } Y_2)$ розкривають $[P_2] Z$ », напр.: *Заголовний комплекс* — сукупність елементів та графічних засобів, які стисло розкривають зміст матеріалу [10, с. 40];

(2.2) $P_1(X) + P_2(Y, Z_1, Z_2, \dots)$:

« $X - P_1, [P_1=]Y$ передбачає $[P_2] Z_1, Z_2, \dots$ », напр.: *Жанри аналітичні* — жанри сфери мас-медіа, що передбачають аналітичний характер пропонованої інформації, пріоритетність компетентного, наукового осмислення проблеми чи процесу над простим інформуванням, констатацією факту [11, с. 50–51]; *Кінонарис* — центральний жанр кінопубліцистики, що на підставі використання зображально-виражальних засобів кіно документального передбачає оперативну інтерпретацію суспільно важливої події, розкриття образу цікавої особи, створення портрету колективу, розповідь про побут, звичаї та людей певного регіону своєї або чужої країни [9, с. 118]; *Комунікація асиметрична* — вид спілкування, який передбачає односторонній рух інформації від її виробника до споживача і відсутність зворотної реакції [9, с. 128];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ містить $[P_2] Z_1, Z_2, Z_3$ », напр.: *Газета* — періодичне видання, що містить офіційні матеріали, оперативну інформацію з актуальних суспільно-політичних, наукових та інших проблем, а також літературні твори, ілюстрації, фотознімки, рекламу, оголошення тощо [10, с. 27];

« $X - P_1$ [галузів], $[P_1=]Y$ означає $[P_2] Z_1, Z_2$ », напр.: *Асиметрія комунікаційних ресурсів* — поняття [зі сфери міжнародної медіакомунікації¹], що означає односторонність руху інформаційних потоків, фільтрацію їх утримання в інтересах інформаційних монополій і пов'язаних із ними фінансових груп [11, с. 25];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ виконує функції $[P_2] Z_1, Z_2$ », напр.: *Гейг-кіпер* — висококваліфікований творчий працівник у великих інформаційних корпораціях, який виконує функції розпорядника інформації, диспетчера [9, с. 40];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ вирізняється $[P_2] Z_1, Z_2, Z_3, Z_4, Z_5, Z_6, Z_7$ », напр.: *Нарис* — один із класичних художньо-публіцистичних жанрів, що вирізняється своєрідною розлогою побудовою, особливим рівнем типізації, добром яскравих мовностилістичних засобів, наявністю об'єкта змалювання (як правило, героя нарису), глибоким творчим осмисленням, образністю, наявністю художнього вимислу, органічним поєднанням белетристики й документалістики [10, с. 57];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ характеризується $[P_2] Z_1, Z_2, Z_3$ », напр.: *Висловлювання* — конкретна мовленнєва одиниця, що характеризується комунікативною спрямованістю, інтонаційним оформленням і ситуативним значенням [10, с. 23];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ забезпечує $[P_2] Z_1, Z_2, Z_3, Z_4$ », напр.: *Відеоконференція* — спілкування обміном звуко- та відеоінформацією, що забезпечує одночасне двостороннє передавання, оброблення, пере-

¹ Тут зберігаємо написання за джерелом добору матеріалу. Реком.: *медіа-комунікація*.

творення та представлення інтерактивної інформації в режимі реального часу за допомогою апаратно-програмних і технічних засобів [11, с. 35];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ використовується [P_2] $Z (Z_1 \text{ і } Z_2)$ », напр.: *Ай-стопер* — предметний знак, який використовується в рекламі і PR для привертання уваги [10, с. 10];

(2.3) $P_1(X) + P_2(Y, Z (Z_1, Z_2, Z_3, Z_4, Z_5))$:

« $X - P_1, [P_1=]Y$ охоплює [P_2] $Z (Z_1, Z_2, Z_3, Z_4, Z_5)$ », напр.: «*Пентада*» — модель комунікативного процесу, яка охоплює п'ять структурних компонентів: комунікатор, повідомлення, канал, одержувач, ефект [9, с. 191];

« $X - P_1, [P_1=]Y$ створюється [P_2] $Z (Z_1 \text{ або } Z_2)$ », напр.: *Громадське телебачення* — система позабюджетного неприбуткового загальнонаціонального (регіонального) телемовлення, що створюється засновниками — юридичними або фізичними особами [10, с. 31];

(2.4) $P_1(X) + P_2(Y, Z) + P_3(Z, Z_1, Z_2, \dots)$:

« $X - P_1, Y$ має [P_2] $Z, Z \in [P_3] Z_1 [та Z_2]$ », напр.: *Журнал мод* — тип жіночих ілюстрованих часописів, предметом висвітлення у яких є опис та зображення сучасного жіночого вбрання та аксесуарів [9, с. 63]; *Журналістика замкової щілини* — твори у мас-медіа, предметом яких є приватне життя осіб [9, с. 74]; *Нарис портретний* — внутрішньожанровий різновид малювання, предметом якого є відтворення героя в усій складності його долі, професійного шляху, внутрішніх переживань, роздумів про життя [9, с. 169];

« $X [у галузі] - P_1, Y$ має [P_2] Z, Z визначається [P_3] Z_1, Z_2 та Z_3 », напр.: *Архітектоніка* [в медіа] — побудова медійного тексту, структура якого визначається його комунікативною метою, текстологічними функціями та впливом на аудиторію [11, с. 24];

(2.5) $P_1(X) + P_2(Y, Z_1, Z_2, Z_3) + P_3(Y, Z)$:

« $X - [у галузі] P_1, Y$ має змогу висловити [P_2] Z_1, Z_2 чи Z_3 (Y має змогу заповнити [P_3] Z)», напр.: *Сторінка зворотного зв'язку* — [в інтернет-журналістиці] спеціальне місце, де читачі мають змогу висловити свої думки, пропозиції чи зауваження щодо ведення часопису, заповнивши текстом спеціальне вікно [9, с. 258].

Поліпропозиційні моделі семантизації засвідчують конкретизацію загальнонаукових та міжгалузевих переважно опосередкованих родових понять, які більшою мірою задіяні у формулюваннях дефініцій власне журналістських понять через уточнення широкозначності за допомогою маркерів сфери функціонування (напр., *в інтернет-журналістиці* та ін.), номінальності (напр., *поняття, назва*), класифікаторів (напр., *тип, жанр, вид, один із жанрів* та ін.), переліку конкретних видових або суміжних понять тощо.

Загалом особливістю термінології журналістики є її «розмитість», слабка структурованість, оскільки вона переважно змістовно складніша, ніж термінологія технічних наук. Словникові статті журналістських термінів у зазначених вище лексикографічних працях часто не мають вичерпного визначення відповідного поняття. У різних словниках, за різного авторства, вони можуть наповнюватися новим або додатковим змістом, що, власне, й засвідчують різні модифікації пропозиційних моделей семантизації того самого терміна.

У подальших розвідках пропозиційного моделювання семантики журналістських термінів вважаємо за доцільне до аналізу долучити ще й словники: Мащенко І. Г. «Енциклопедія електронних мас-медіа. Термінологічний словник основних понять і виразів: телебачення, радіомовлення, кіно, відео, аудіо» (2006), Кривошея Г. «Журналістика: поняття, терміни» (2004), Вартанов Г. І. «Засоби масової інформації. Короткий словник термінів і понять» (2005) та простежити в них особливості такого моделювання, щоб узагальнити основні тенденції лексикографічної семантизації досліджуваних одиниць окресленої галузі знання.

Висновки.

1. Моделювання семантики термінів з опорою на поняття пропозиційної моделі, яка є одним із типів ментально-мовних структур репрезентації знань, дає змогу дослідити особливості когнітивної діяльності фахівців у сфері журналістики, спосіб їхнього мовомислення та формулювання галузевих понять з огляду на авторську настанову термінографічної праці, а отже, особливості номінації понять та семантизації відповідних термінів цієї галузі.

2. Моделі семантизації журналістських термінів у різний спосіб розкривають зміст відповідних понять та репрезентують розмаїто різні типи побудови дефініцій, що їх регулюють різні правила. З-поміж основних розрізняємо моно- й поліпропозиційні моделі, які підтримують одномісні, двомісні, одномісно-двомісні та одномісно-багатомісні пропозиційні функції.

3. Найтиповішими у словниках журналістських термінів є поліпропозиційні моделі семантизації, які можна схарактеризувати як такі, що увиразнюють одномісно-двомісні пропозиційні функції типу $P_1(X) + P_2(Y, Z)$ та одномісно-багатомісні пропозиційні функції типу $P_1(X) + P_2(Y, Z_1, Z_2, \dots)$, що, власне, й засвідчує загальну тенденцію до конкретизації широкозначних та опосередкованих міжгалузевих родових понять у структурі лексикографованих дефініцій журналістських понять.

4. Монопропозиційні моделі представлені меншою мірою з огляду на необхідність за допомогою поліпропозиційних моделей конкретизувати семантику тих чи інших термінів журналістики. Серед

монопропозиційних поширеними є моделі, що репрезентують такі пропозиційні функції: одномісні — $P_1(X)$; $P_1, P_2, [P_3 \dots]$ (X) та двомісні — $P_1(X, Y)$.

5. Основну роль в експлікації семантики термінологічної одиниці у галузевому словнику відіграє авторська настанова термінографічної праці.

Література

1. Гонтар М. О. Українська терміносистема журналістики : формування, структурна організація та функціонування : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01. К. : НАН України, Ін-т укр. мови, 2011. 280 с.
2. Жеребкін В. Є. Логіка : підручник. К. : Знання, 2004. 255 с.
3. Жовтобрюх М. А. Мова української періодичної преси (кінець XIX — поч. XX ст.). К. : Наук. думка, 1970. 304 с.
4. Жовтобрюх М. А. Мова української преси (до середини дев'яностих років XIX ст. К. : Вид-во Академії наук УРСР, 1963. 415 с.
5. Нарушевич-Васильєва О. В. Концептуальні засади розроблення пропозиційних моделей семантизації термінів харчової промисловості // Термінологічний вісник : зб. наук. праць : у 2 ч. К. : Ін-т укр. мови НАН України, 2015. Вип. 3 (2). С. 140–156.
6. Орлова Н. Основні етапи формування термінології телевізійної журналістики // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Лінгвістика. Херсон, 2014. Вип. 21. С. 187–191.
7. Орлова Н. В. Формування фахової мови журналістики наприкінці XVIII — першій половині XIX ст. // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. : Філологія. Харків, 2007. № 766. Вип. 51. С. 262–265.
8. Свашенко А. О. З історії термінів періодики // Українська мова і література в школі. К., 1985. № 10. С. 62–64.

Джерела ілюстративного матеріалу

9. Журналістика : словник-довідник / авт.-уклад. І. Л. Михайлин. К. : Академвидав, 2013. 320 с.
10. Словник журналіста : терміни, мас-медіа, постаті / за заг. ред. Ю. М. Відзіві. Ужгород : Закарпаття, 2007. 224 с.
11. Шевченко Л. І., Дергач Д. В., Сизонов Д. Ю. Медіалінгвістика : словник термінів і понять / за ред. Л. І. Шевченко. 2-ге вид., випр. і доп. К. : ВПЦ «Київський університет», 2014. 380 с.

References

1. Hontar, M. O. (2011), *Ukrainian Terminology System of Journalism : formation, structural organization and functioning : Thesis [Ukrainska terminosystema zhurnalistyky : formuvannia, strukturna orhanizatsiia ta funktsionuvannia : dys. ... kand. filol. nauk : 10.02.01]*, NASU Institute of Ukrainian Language, Kyiv, 280 p.
2. Zherebkin, V. Ye. (2004), *Logic : textbook [Lohika : pidruchnyk]*, Znannia, Kyiv, 255 p.
3. Zhovtobriukh, M. A. (1970), *The language of the Ukrainian periodical press (the end of the 19th – beginning of the 20th centuries) [Mova ukraïnskoi periodychnoi presy (kinets XIX — poch. XX st.)]*, Nauk. dumka, Kyiv, 304 p.
4. Zhovtobriukh, M. A. (1963), *The language of the Ukrainian press (until the mid-nineties of the 19th century) [Mova ukraïnskoi presy (do seredyiny devianostykh rokiv XIX st.)]*, Vyd-vo Akademii nauk URSR, Kyiv, 415 p.
5. Narushevych-Vasyliieva, O. V. (2015), «Conceptual basis of the development of propositional models of food industry terms semantization», *Terminological bulletin : Collected works [«Kontseptualni zasady rozroblennia propozytsiinykh modelei semantyzatsii terminiv kharchovoi promyslovosti»]*, *Terminolohichnyi visnyk : zbirnyk naukovykh prats*, NASU Institute of Ukrainian Language, Kyiv, issue 3(2), pp. 140–156.
6. Orlova, N. (2014), «The main stages of the formation of the terminology of the television journalism», *Scientific Herald of the Kherson State University. Series : Linguistics [«Osnovni etapy formuvannia terminolohii televiziinoi zhurnalistyky»]*, *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Ser. : Linhvistyka*, Kherson, issue 21, pp. 187–191.
7. Orlova, N. V. (2007), «Formation of professional language of journalism at the end of the 18th — the first half of the 19th century», *Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series : Philology [«Formuvannia fakhovoi movy zhurnalistyky naprykintsi XVIII — pershii polovyni XIX st.»]*, *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Ser. : Filolohiia*, no. 766, issue 51, pp. 262–265.
8. Svashenko, A. O. (1985), «From the history of periodical terms», *Ukrainian language and literature at school [«Z istorii terminiv periodyky»]*, *Ukrainska mova i literatura v shkoli*, Kyiv, no. 10, pp. 62–64.

Sources of illustrative materials:

9. Mykhailyn, I. L. (2013), *Journalism : dictionary-directory [Zhurnalistyka : slovnyk-dovidnyk]*, Akademvydav, Kyiv, 320 p.
10. Bidzili, Yu. M. (ed.) (2007), *Journalist's dictionary: terms, mass media, figures [Slovnyk zhurnalista : terminy, mas-media, postati]*, Zakarpattia, Uzhhorod, 224 p.
11. Shevchenko, L. I., Derhach, D. V., Syzonov, D. Yu. (2014), *Medialinguistics : Dictionary of Terms and Concepts [Medialinhvistyka : slovnyk terminiv i poniat]*, VPTs «Kyivskiy universytet», Kyiv, 380 p.

ИВАЩЕНКО Виктория Людвиговна,

доктор филологических наук, старший научный сотрудник, профессор кафедры издательского дела
Института журналистики Киевского университета имени Бориса Гринченко;
ул. Волынская, 10, г. Киев, 03151, Украина; тел. : +38 097 8163869;
e-mail: vicivashchenko@ukr.net; ORCID ID : 0000-0002-8044-4116

НАРУШЕВИЧ-ВАСИЛЬЕВА Оксана Викторовна,

кандидат филологических наук, доцент кафедры украиноведения и лингводидактики
Одесской национальной академии пищевых технологий; ул. Канатная, 112, г. Одесса, 65039, Украина;
тел.: +38 067 8358833; e-mail: nov82ua@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-5230-0019

ПРОПОЗИЦИОНАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ СЕМАНТИЗАЦИИ ТЕРМИНОВ ЖУРНАЛИСТИКИ В СЛОВАРЯХ ОТРАСЛИ

Аннотация. *Цель* статьи — выявить особенности семантизации терминов журналистики и разработать типологию её пропозициональных моделей в корреляции с типологией пропозициональных функций. В качестве *объекта* выбраны пропозициональные модели семантизации журналистских терминов, поданных в украиноязычных словарях отрасли, в их корреляции с пропозициональными функциями. *Предметом* исследования является установление минимальных информационных составляющих дефиниций понятий журналистских терминов, лексикографированных в украинских словарях, и их формализация через конструирование моделей семантизации и пропозициональных функций. В *результате* проведённого исследования разработана типология пропозициональных моделей семантизации терминов журналистики, зафиксированных в украинских словарях. Сделан вывод о том, что наиболее типичными в словарях журналистских терминов являются полипропозициональные модели семантизации, которые можно охарактеризовать как такие, которые подчеркивают одноместно-двухместные пропозициональные функции типа $P_1(X) + P_2(Y, Z)$ и одноместно-многочестные пропозициональные функции типа $P_1(X) + P_2(Y, Z_1, Z_2, \dots)$. *Практическая значимость* научной работы состоит в том, что её результаты могут быть использованы в учебных курсах «Основы терминоведения», «Лексикология», «Лексикография», а также при составлении словарей журналистских терминов.

Ключевые слова: термин журналистики, пропозициональная модель, модель семантизации, монопропозициональная модель, полипропозициональная модель, пропозициональная функция.

Victoria L. IVASHCHENKO,

Doctor of Philology, Senior Researcher, Professor of the Department of Publishing
at the Institute of Journalism, Borys Grinchenko Kyiv University; 10 Volynska str., Kyiv, 03151, Ukraine;
tel.: +38 097 8163869; e-mail: vicivashchenko@ukr.net ; ORCID ID: 0000-0002-8044-4116

Oksana V. NARUSHEVYCH-VASYLIEVA,

PhD (Candidate of Philological Sciences), Associate Professor of the Department
of Ukrainian studies and linguodidactics, Odessa National Academy of Food Technologies;
112 Kanatna str., 65039, Odessa, Ukraine; tel.: +38 067 8358833;
e-mail: nov82ua@gmail.com; ORCID ID: 0000-0002-5230-0019

PROPOSITIONAL MODELS OF SEMANTIZATION OF JOURNALISTIC TERMS IN BRANCH DICTIONARIES

Summary. The *purpose* of the article is to identify features of semantisation of journalistic terms and develop a typology of its propositional models in correlation with the typology of propositional functions. As an *object* it has been chosen propositional models of semantization of journalistic terms presented in Ukrainian branch dictionaries in their correlation with propositional functions. The *subject* of the research is to find out minimal informational elements in definitions of journalistic terms lexicographically noted in Ukrainian dictionaries and their formalization via constructing models of semantization and propositional functions. In the *result* of the study it has been developed a typology of propositional models of journalism term semantization recorded in Ukrainian dictionaries. It is concluded that the most typical polypropositional models found in dictionaries of journalistic terms are those that can be characterized as such that define single-double propositional functions of the type $P_1(X) + P_2(Y, Z)$ and single-multipositional functions of the type $P_1(X) + P_2(Y, Z_1, Z_2, \dots)$. *Practical significance* of the results of the research is that they can be used in the training courses «Fundamentals of Terminology», «Lexicology», «Lexicography» as well as in compiling dictionaries of journalistic terms.

Key words: journalistic term, propositional model, model of semantization, monopropositional model, polypropositional model, propositional function.

Статтю отримано 15.10.2018 р.