

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Інститут філології  
кафедра української мови

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Проректор з науково-  
методичної та навчальної роботи

О.Б. Жильцов

« 07 » 12 2020 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ  
«Українська мова в ЗМК: Практична стилістика»

галузь знань 06 Журналістика  
спеціальність 061 Журналістика  
освітня програма 061.00.02 Реклама і зв'язки з громадськістю  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Київ – 2020



Розробник: Заєць Валентина Григорівна, доцент кафедри української мови Інституту філології Київського університету імені Бориса Грінченка, кандидат педагогічних наук

Викладач: Заєць Валентина Григорівна, доцент кафедри української мови Інституту філології Київського університету імені Бориса Грінченка, кандидат педагогічних наук;

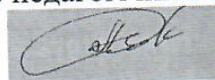
Вінтонів Тетяна Миколаївна, доцент кафедри української мови Інституту філології Київського університету імені Бориса Грінченка, кандидат філологічних наук, доцент;

Дружененко Раїса Сергіївна, доцент кафедри української мови Інституту філології Київського університету імені Бориса Грінченка, кандидат педагогічних наук, доцент;

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри української мови

Протокол від « 2 » 09 2020 р. № 2

Завідувач кафедри доктор педагогічних наук, професор



С.О. Караман

Робочу програму погоджено з гарантом освітньої програми  
\_\_\_\_\_ 2020 р.

Гарант освітньої програми

Робочу програму перевірено  
«    » \_\_\_\_\_ 2020 р.

Заступник директора Інституту філології  
з науково-методичної та навчальної роботи \_\_\_\_\_ Л. І. Зяць

Пролонговано:

на 2020/2021 н.р. (  ) « 03 » 02 2021 р., протокол № 8

на 20\_\_/20\_\_ н.р. ( \_\_\_\_\_ ), «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. ( \_\_\_\_\_ ), «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. ( \_\_\_\_\_ ), «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол № \_\_

## 1. Опис навчальної дисципліни

Найменування показників	Характеристика навчальної дисципліни
	денна форма навчання
Вид дисципліни	обов'язкова
Мова викладання, навчання, оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів/годин	2 /60
Курс	1
Семестр	2
Кількість змістових модулів з розподілом:	2
Обсяг кредитів	2
Обсяг годин, в тому числі:	60
Аудиторні	28
Модульний контроль	4
Семестровий контроль	10
Самостійна робота	18
Форма семестрового контролю	іспит

**2. Мета та завдання навчальної дисципліни** полягає у свідомому практичному оволодінні сучасною українською літературною мовою, заснованою на вивченні її фонетичної, лексико-семантичної і граматичної мовної системи, а також закономірностей, які визначають використання тих або інших виражальних засобів, якими послуговується медійна сфера відповідно до сучасних норм української мови.

**Завдання** навчальної дисципліни полягають у набутті інтегральної компетентності: здатності виконувати складні спеціалізовані завдання в галузі журналістики, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов щодо забезпечення ефективності комунікаційної діяльності.

**Завдання** дисципліни передбачають такі процеси:

- розвивати *інтегральну компетентність*: здатність розв'язувати складні спеціалізовані задачі та практичні проблеми в галузі соціальних комунікацій, що передбачає застосування положень і методів соціально-комунікаційних та інших наук і характеризується невизначеністю умов;
- розвивати *загальні компетентності* такі, як:
  - ЗК01. Здатність застосовувати знання в практичних ситуаціях.
  - ЗК03. Здатність бути критичним і самокритичним.
  - ЗК04. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
  - ЗК08. Здатність навчатися і оволодівати сучасними знаннями.
  - ЗК11. Здатність спілкуватися державною мовою.
- розвивати *фахові компетентності* спеціалізації:
  - СК01. Здатність застосовувати знання зі сфери соціальних комунікацій у своїй професійній діяльності.

### **3. Результати навчання за навчальною дисципліною**

Навчання за дисципліною спрямоване на отримання таких програмних результатів за ОПП 061.00.02 «Реклама і зв'язки з громадськістю», освітнього рівня першого «бакалаврського»:

ПРН-01. Пояснювати свої виробничі дії та операції на основі отриманих знань

ПРН-03. Оцінювати свій чи чужий інформаційний продукт, інформаційну акцію, що організована й проведена самостійно або разом з колегами

ПРН-04. Виконувати пошук, оброблення та аналіз інформації з різних джерел

ПРН-08. Виокремлювати у виробничих ситуаціях факти, події, відомості, процеси, про які бракує знань, і розкривати способи та джерела здобування тих знань

ПРН-11. Вільно спілкуватися з професійних питань, включаючи усну, письмову та електронну комунікацію, українською мовою

ПРН-14. Генерувати інформаційний контент за заданою темою з використанням доступних, а також обов'язкових джерел інформації

#### 4. Структура навчальної дисципліни

Назви теоретичних розділів	Кількість відведених годин				
	Усього	Лекції	Практичні заняття	Самостійна робота	Модульний контроль
<b>Семестр 2</b>					
<b>Модуль I</b>					
Мовна норма та анормативність у практичній стилістиці ЗМК					
<i>Тема 1.</i> Загальна мовна картина в ЗМК. Стилiстична диференціяція лексики медiа та сектору PR	6	2	2	2	
<i>Тема 2.</i> Стилiстичне використання засобiв графiки в мовi ЗМК, медiабаiнгу	4		2	2	
<i>Тема 3.</i> Ресурси фонетики та фонологiї у ЗМК, медiабаiнгу, PR. Орфоепiчні норми та анормативнiсть в комунiкацiї	4		2	2	
<i>Тема 4.</i> Лексична норма в медiйному тексті. Тематичнi групи лексикону реклами та PR-дiяльностi. Словники сектору медiа.	4		2	2	
<i>Тема 5.</i> Лексична норма в дискурсі медiа. Тенденцiї слововислову в сучасному секторі медiа, медiабаiнгу. Порушення норм лексики в PR-дiяльностi.	4		2	2	
<i>Тема 6.</i> Фразеологiя та її стилiстичнi можливостi в медiа та PR-дiяльностi	2		2		
<b>Модульний контроль</b>	2				2
<b>Разом за модуль I</b>	<b>26</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>2</b>
<b>Змiстовий модуль II.</b>					
Стилiстичне використання граматичних парадигм у текстах ЗМК					
<i>Тема 1.</i> Граматична парадигма у текстах ЗМК, медiабаiнгу та PR-дiяльностi як стилiстичний ресурс	6	2	2	2	
<i>Тема 2.</i> Словотвiрнi процеси в iнформацiйному ресурсі медiа, реклами та PR-дiяльностi	4		2	2	
<i>Тема 3.</i> Синтаксичнi норми в дискурсі медiа, рекламному комплексі та PR-дiяльностi	4		2	2	
<i>Тема 4.</i> Стилiстичнi засоби органiзацiї тексту PR-кампанiй	6		4	2	
<i>Тема 5.</i> Оригiнальнi форми синтаксичних конструкцiй сектору медiа, медiабаiнгу та PR-дiяльностi	2		2		
<b>Модульний контроль</b>	2				2

<b>Усього годин за модуль 2:</b>	<b>24</b>	<b>2</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>2</b>
<b>Семестровий контроль</b>	<b>10</b>				
<b>Разом за семестр</b>	<b>60</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	<b>18</b>	<b>4</b>

## **5. Програма навчальної дисципліни**

### **Лекції**

#### **Модуль I.**

Вступ до вивчення навчальної дисципліни. Фонетичні норми та анормативність в текстах медіа. Лексичні норми сучасної української літературної мови

*Тема 1.* Загальна мовна картина в ЗМК. Стилiстична диференціяція лексики сектору медіа

*Ключові слова:* сучасна українська літературна мова; стилістика графіка; правопис сучасної української літературної мови; мовна норма; культура мовлення

#### **Рекомендовані джерела**

Основна (базова) : 1,2,3,4,6,7,8

Додаткова: 3

#### **Модуль II.**

Стилiстичне використання граматичних парадигм лексики ЗМК

*Тема 1.* Граматична парадигма лексики ЗМК, медіабайнгу та PR-діяльності як стилістичний ресурс

*Ключові слова:* сучасна українська літературна мова; стилістика графіка; правопис сучасної української літературної мови; мовна норма; культура мовлення

#### **Рекомендовані джерела**

Основна (базова): 1,2,3,5,6,7,8

Додаткова: 3

### **Практичні заняття**

#### **Модуль 1.**

*Тема 1.* Загальна мовна картина в ЗМК. Стилiстична диференціяція лексики медіа, сектору медіабайнгу та PR

Основні питання теми:

1. Склад лексики сучасної української мови з погляду її походження в текстах медійного ресурсу.

2. Стилiстична диференціяція лексики медіа, сектору медіабайнгу та PR. Жанрові особливості підстилів дискурсу медіа.

3. Нововходження в словниковому складі дискурсу медіа: структура неолексем, походження. Тенденції до поповнення словникового складу засобами дериватології (на прикладі конверсії). Поняття «лексичної анормативності» в текстах медійного ресурсу.

*Основні поняття:* сучасна українська літературна мова; лексика сучасної української літературної мови; лексична норма; культура мовлення

### **Рекомендовані джерела**

Основна (базова): 1,2,3,4,5,6,7,8

Додаткова: 1,2, 3

*Тема 2.* Стилiстичне використання засобiв графiки в мовi ЗМК, медiабайнгу

Основнi питання теми:

1. Графiчна норма в мовi ЗМК, медiабайнгу.

2. Причини анормативностi.

3. Змiни в правописi: .

4. Графон, графiчнi okaziоналiзми в мовi ЗМК, медiабайнгу, секторi PR-дiяльностi.

*Основнi поняття:* сучасна українська лiтературна мова; сучасний правопис; мова медiабайнгу; графiчна норма; графон; okaziоналiзми графiчнi; культура усного i писемного мовлення

### **Рекомендовані джерела**

Основна (базова): 1,2,3,4,5,6,7,8

Додаткова: 1,2, 3

*Тема 3.* Ресурси фонетики та фонологiї у ЗМК, медiабайнгу, PR. Орфоепiчнi норми та причини анормативностi в комунiкацiї журналіста

Основнi питання теми:

1. Фонетична норма в секторi медiа, медiабайнгу, PR.

2. Причини порушення сучасних фонетичних, орфоепiчних мовних норм.

3. Шляхи покращення культури мовлення журналіста.

*Основнi поняття:* сучасна українська лiтературна мова; фонетична норма; орфоепiчна мовна норма; анормативностi; медiабайнг; культура мовлення

### **Рекомендовані джерела**

Основна (базова): 1,2,3,5,6

Додаткова: 1,2,3

*Тема 4.* Лексична норма в медiйному тексті. Тематичнi групи лексикону реклами та PR-дiяльностi. Словники сектору медiа.

Основнi питання теми:

1. Поняття «лексична норма» в медiйному тексті.

2. Тематичнi групи лексикону реклами та PR-дiяльностi.

3. Словники сектору медiа. Їх типи. Особливостi словникових статей.

4. Тематичнi групи лексем медiабайнгу, PR-дiяльностi.

5. Okaziональнi лексеми в секторi медiабайнгу, PR-дiяльностi.

*Основнi поняття:* сучасна українська лiтературна мова; лексика сучасної української лiтературної мови; лексична норма; неолексеми; авторськi okaziоналiзми; тематичнi групи okaziоналiзмiв; культура мовлення

### **Рекомендовані джерела**

Основна (базова) : 1,2,3,5,7

Додаткова: 1,2,3

*Тема 5.* Лексична норма в дискурсі медiа. Тенденцiї слововислову в сучасному секторi медiа, медiабайнгу. Порушення норм лексики в PR-дiяльностi.

Основні питання теми:

1. Склад лексики сучасної української мови з погляду її походження в текстах медійного ресурсу.
2. Нововходження в словниковому складі дискурсу медіа: структура неолексем, походження.
3. Тенденції поповнення словникового складу (на прикладі конверсії). Поняття «лексичної аномативності» в текстах медійного ресурсу.

*Основні поняття:* сучасна українська літературна мова; лексика сучасної української літературної мови; лексична норма; неолексеми; авторські okazіоналізми; тематичні групи okazіоналізмів; культура мовлення

**Рекомендовані джерела**

Основна (базова) : 1,2,3,5,7

Додаткова: 1,2,3

#### Тема 6. Фразеологія та її стилістичні можливості в медіа та PR-діяльності

Основні питання теми:

1. Стилiстичні функції фразеологізмів у секторі медіа, медіабаїнгу, PR-діяльності.
2. Типи фразеологізмів. Їх роль в текстах медіа, медіабаїнгу, реклами
3. Тематичні групи приказок, прислів'їв, крилатих висловів, афоризмів, сентенцій, літературних цитат, ремінісценцій у мові сектору медіа, медіабаїнгу, PR.

*Основні поняття:* сучасна українська літературна мова; фразеологічні зрощення; фразеологічні єдності; фразеологічні сполучення; прислів'я; приказки; крилаті вислови; афоризми; сентенції; ремінісценція; трансформація.

**Рекомендовані джерела**

Основна (базова) : 1,2,3,7,8

Додаткова: 3

### **Модуль II.**

Стилiстичне використання граматичних парадигм у текстах ЗМК

#### Тема 1. Граматична парадигма у текстах ЗМК, медіабаїнгу та PR-діяльності як стилістичний ресурс

Основні питання теми:

1. Граматична парадигма лексику ЗМК, медіабаїнгу та PR-діяльності як стилістичний ресурс
2. Словотвірна аномативність у періодиці як лінгвістична проблема.
3. Okazіоналізми в текстовому ресурсі ЗМК, медіабаїнгу та PR. Граматичні структури авторських okazіональних утворень.

*Основні поняття:* сучасна українська літературна мова; граматична парадигма; лексична норма; okazіоналізми; медіабаїнг; PR; культура мовлення

**Рекомендовані джерела**

Основна (базова) : 3, 4,5,6,7,8

Додаткова: 1,2,3



Тема 2. Словотвірні процеси в інформаційному ресурсі медіа, реклами та PR-діяльності

Основні питання теми:

1. Розкрити поняття «словотвірна норма», «анормативність» у медійному дискурсі.

2. Стилiстичні функції афіксів (суфіксів, префіксів) в медіа, медіабайнгу та PR-діяльності

3. Продуктивні афікси (суфікси, префікси) для маркування осіб за професією, участю в громадсько-політичній діяльності.

4. Засоби продукування вторинних дієслів в текстах медіабайнгу.

5. Вплив словотворчих засобів на стилістичне забарвлення в медіатекстах.

*Основні поняття:* сучасна українська літературна мова; дериватологія, словотвірний тип; афікс; трансформація; вторинні дієслова; okazіоналізми.

**Рекомендовані джерела**

Основна (базова) : 3, 4,5,6,7,8

Додаткова: 1,2,3

Тема 3. Синтаксичні норми в дискурсі медіа, рекламному комплексі та PR-діяльності

Основні питання теми:

1. Роль простого речення в медіа, рекламному комплексі та PR-діяльності. Динаміка та статика використання простих синтаксичних конструкцій.

2. Роль інверсії в дискурсі медіа, рекламному комплексі та PR-діяльності.

3. Відокремлені члени речення у структурі простого речення.

3. Складне речення в дискурсі медіа, рекламному комплексі та PR-діяльності.

4. Стилiстична анормативність синтаксису простого, складного речення.

*Основні поняття:* сучасна українська літературна мова; граматична норма; синтаксична норма; анормативність; просте речення; складне речення; інверсія; культура мовлення

**Рекомендовані джерела**

Основна (базова) : 3,5,6,7,8

Додаткова: 3

Тема 4. Стилiстичні засоби організації медійного тексту, PR-кампаній

Основні питання теми:

1. Поняття «текст» в дискурсі медіа, рекламному комплексі та PR-діяльності. Базові складники тексту.

2. Роль прецедентних феноменів в тексті медіа, рекламному комплексі.

3. Аргументація в журналістському тексті.

4. Герменевтика тексту як інструмент розуміння тексту.

*Основні поняття:* сучасна українська літературна мова; граматична норма; синтаксична норма; анормативність; прецедентний феномен; прецедентна ситуація; прецедентне ім'я; прецедентний текст; просте речення; складне речення; культура мовлення

**Рекомендовані джерела**

Основна (базова) : 1,3,5,7,8

Додаткова: 1,2,3

Тема 5. Оригінальні форми синтаксичних конструкцій сектору медіа, медіабайнгу та PR-діяльності

Основні питання теми:

1. Основні властивості сприйняття журналістського тексту.  
2. Архітектонічна авторська структура тексту. Емоційно-експресивна структура тексту.

3. Комунікативна авторська структура тексту.

4. Поняття про гіпертекст. Методика створення гіпертексту.

*Основні поняття:* сучасна українська літературна мова; мовна норма; текст; види тексту; рекламний текст; гіпертекст; журналістський текст; культура мовлення

**Рекомендовані джерела**

Основна (базова) : 1,3,5,7

Додаткова: 1, 2, 3

## 6. Контроль навчальних досягнень із дисципліни

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студентів

Вид діяльності студента	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2	
		Кількість одиниць	Максимальна кількість балів	Кількість одиниць	Максимальна кількість балів
1. Відвідування лекцій	1	1	1	1	1
2. Відвідування практичних занять	1	6	6	6	6
3. Робота на практичному занятті	10	6	60	6	60
4. Виконання завдань для самостійної роботи	5	5	25	4	20
5. Виконання модульної контрольної роботи	25	1	25	1	25
<b>Разом</b>			<b>117</b>		<b>112</b>
Максимальна кількість балів			<b>229</b>		
Розрахунок коефіцієнта			3,82		

### 6.2. Завдання для самостійної роботи та критерії її оцінювання Змістовий модуль 1.

Тема 1. Загальна мовна картина в ЗМК. Стилiстична диференціяція лексики медіа, сектору медіабайнгу та PR (2 год)

*Вправа 1.* Опрацювати текстовий ресурс матеріалу про використання державної мови в тексті реклами за посиланням <https://uacrisis.org/uk/74542-requirements-on-language-in-advertisement>

*Вправа 2.* Зафіксувати приклади порушення орфоепічних норм на прикладі українськомовних телевізійних передач. Обґрунтувати правильність вимови та написання лексем (до 20-ти прикладів).

*Вправа 3.* Прочитати статтю *Олени Цапок «Фактичні помилки в заголовках українських друкованих ЗМІ»*. Проаналізувати факти, викладені авторкою. Висновки записати.

«Наприклад, в одному з випусків черкаського регіонального видання «От і до» в рубриці новин було розміщено повідомлення під назвою «Усі нагороди в руках черкащан» («От і до» від 6. 10. 09). Далі в статті зазначено, що на чемпіонаті України «абсолютним чемпіоном стала збірна дівчача команда. В індивідуальних заліках срібну медаль отримав у своїй віковій категорії Роман Сидоренко, який, виконавши норматив майстра спорту, поступився кількома очками київському спортсменові. Бронзову нагороду виборов Іван Нікітін. Серед дівчат найкращі результати показала Марина Семенько, яка виборола III місце».

*Рейтинг найвідвідуваніших ресурсів інтернету очолив Goolge* («Газета по-українськи» від 05.08.09.). Фактичну неточність допущено через перестановку місцями двох літер: *g* та *l*. Таку ж помилку допущено й в іншому заголовку, де неточно подано прізвище відомого актора Бреда Пітта. У заголовку *Наречений Кільчицької схожий на Бреда Піта* це прізвище надруковане без подвоєння приголосних *tt* («Газета по-українськи» від 09.02.10.). Фактичну й орфографічну неточність допущено й у прізвищі співака Боббі Макферріна. Так, у заголовку до однієї з газетних публікацій у його прізвищі після частки

*Мак* наступну частину помилково подано з великої літери: *Боббі МакФеррін* заспівав «*Ой, летіли дикі гуси*» («Газета по-українськи» від 01.02.10.). За правилами чинного українського правопису частка *Мак-*, яка передує прізвищу і разом із ним становить його невід'ємну частину, пишеться через дефіс або разом, якщо в такій формі їх засвоїла українська мова (напр., *Макдональдс*). Тому відповідно до зразків написання, поданих у правописі, з великої літери слід писати тільки першу букву прізвища.

Ще в одному заголовку орфографічно неправильно подано прізвище відомого англійського письменника: *Оскар Вайльд* замість *шарфа* носив змію («Газета по-українськи» від 15.10.09.). Відповідно до норм українського правопису англійська літера *w* у власних назвах передається звичайно через *в*: *Вашингтон, Вебстер, Веллінгтон, Вільсон, Вільямс, Вінер, Вінніпег* та ін., але за традицією пишемо літеру *у* в таких власних назвах: *Уайльд, Уеллс, Уельс*. Тож прізвище письменника традиційно потрібно було написати *Уайльд*. Варто зазначити, що типовою фактичною помилкою в заголовках українських видань є розбіжність у кількісних даних. Наприклад, в одному із заголовків до інформаційної замітки зазначено: *Піелонефрит – хвороба кожного другого черкася*. Зі змісту публікації стає відомо, що насправді цю хворобу констатують у кожного другого пацієнта лікарів-урологів, а не кожного другого черкася загалом. Про це свідчать, зокрема, такі слова: *У сезон холодів кількість хворих зростає: кожен другий пацієнт приходить до урологів із піелонефритом* («Вечірні Черкаси» від 30.11.09.). Таким чином, показники, наведені в заголовку, значно перебільшені й спотворюють реальну картину поширення хвороби.

В іншому випадку спотворення кількісних даних пов'язане із неправильним використанням лексеми *кілька*: *Напередодні вихідних у підвалі школи с. Соколівка виявили кілька змій* («Черкаська вежа» від 4.03.09.). У тлумачному словнику подано таке лексичне значення вищевказаної лексеми: «невизначена мала кількість (у межах від трьох до десяти)» (1, с. 834). Водночас далі з тексту

публікації стає відомо, що знайшли тільки дві змії: *Для очистки школи від «небезпечних сусідів» у Соколівку направили спеціалістів, які під час перевірки підвалу вилучили з нього й знешкодили 2 змії.* Тож використання числівника *кілька* спонукає до неправильного сприймання реальних кількісних даних.

*Вправа 4.* Прочитати тексти. Записати поради журналісту-початківцю для успішного вербального і невербального спілкування.

1) *Нью-Йоркська телефонна компанія привела цікаве дослідження, з'ясовуючи, яке саме слово вимовляють люди найчастіше. Із цією метою було прослухано 500 телефонних розмов, що дало змогу визначити найуживаніше слово — ним виявилось слово «я», яке прозвучало 3990 разів.*

2) *Лінгвісти констатують, що міська мова — незалежно від того, яка саме — усе більше стандартизується, зодноманітнюється, тяжіє до кліше, натомість мовлення жителів села значно розкутіше, вільніше, менше обтяжене штампами.*

3) *Представники різних народів використовують жестикуляцію неоднаковою мірою. До прикладу, мексиканець протягом однієї години розмови використовує жести 180 разів, француз — 120, італієць — 80, а фін — усього лише один раз (За інтернетівським виданням).*

Тема 2. Стилiстичне використання засобів графіки в мові ЗМК, медіабаїнгу (2 год)

*Вправа 1.* Написати есе на тему «Вуличне й туристичне мистецтво: погляд у майбутнє чи реальність сьогодення».

Тема 3. Ресурси фонетики та фонології у ЗМК, медіабаїнгу, PR. Орфоепічні норми та причини анормативності в комунікації журналіста (2 год)

*Вправа 1.* Перегляньте відеоресурс телеканалу «1+1» під назвою «Наймасовіше написання диктанту національної єдності» за посиланням <https://www.youtube.com/watch?v=lq4iKJuNRvs>

*Вправа 2.* На основі переглянутого відеосюжету підготуйте поради для журналіста-початківця щодо дотримання мовних (фонетичних, орфоепічних, лексичних) норм.

*Вправа 3.* Прокоментуйте приклади порушення орфоепічних норм на прикладі українськомовних телевізійних передач. Обґрунтувати правильність вимови та написання лексем.

1) Долає до роботи близько двухсот кілометрів (Любов Марченко, «УТ-1»); 2) Співпрацювати із союзом (Марина Кухар, «1+1»); 3) Мати-зузуля (Лідія Таран, «1+1»); 4) На перетворення чикає територія (Сергій Никифоров, «УТ-1»); 5) Чикайте наступного року (Максим Сухенко, «1+1»); 6) Парадоксальний ан[и]гдот (Лідія Таран, «1+1»); 7) Усе перетвориться на к[і]ївський парк; 8) На логотипі слово «олімпійськ[і]й») (Сергій Никифоров, «УТ-1»); 9) Його зустріли у Ват[і]кані (Світлана Леонтєва, «УТ-1»); 10) Збудували так[і]й завод; Вона прилетіла до К[і]єва (Марія Васильєва, «1+1»); 11) Він не зміг кірувати (Олена Фроляк, «ІСТ\»); 12) Знайшли кошти на відіореєстратор (Азад Сафаров, «5 КАНАЛ»); 13) Понад сарака фастфудів (Сергій Никифоров, «УТ-1»); 14) Він забов'язаний заплатити (Марічка Падалко, «1+1»); 15) Як'е ухвалили на засіданні (Наталія Мосейчук, «1+1»); 16) Не знаю, шо ти розказуєш (Ольга Петрів, «5

КАНАЛ»); 17) Їй вдалося легко поспілкуватися (Марія Васильєва, «1+1»); 18) Незадовго до того відвідали Харків, на щастя жертв не було (Лідія Таран, «1+1»); 19) Гості куштували коро́пів; 20) Тернопільські кухарі влаштували майстер-клас; 20) Вони чекали на го́стей; 21) Коли читали записки (Любов Марченко, «УТ-1»); 22) Спонсорських гроше́й вистачило, Вірші́ Франка (Євген Павленко, «УТ-1»); 23) Поселили до гуртжи́тків; 24) Але госте́й не зустріли (Наталія Мосейчук, «1+1»); 25) Та аеропОрти були заповнені (Олена Мацюцька, «1+1»); 26) Та часу́ бракувало (Марічка Падалко, «1+1»); 27) У мережі про них часто пліткують; Їх обдаровують вірша́ми (Соломія Вітвіцька, «1+1»); 28) Виїхав на зу́стрічну смугу (Світлана Павук, «1+1»); 29) Більше не поверне́ться (Юлія Бориско, «1+1»); 30) Ми бе́ремо приклад (Лідія Таран, «1+1»); 31) Вони поїхали разо́м (Микола Гудкович, «1+1»); 32) Запросили для цьо́го заходу сусі́дів) (Любов Марченко, «УТ-1»); 33) Прибуло сі́мдеся́т ветерана́в (Лідія Таран, «1+1»); 34) (...) але з оголоше́нь в Інтернеті ві́домо (Любов Марченко, «УТ-1»).

*Тема 4.* Лексична норма в медійному тексті. Тематичні групи лекси́кону реклами та PR-діяльності. Словники сектору медіа (2 год)

*Вправа 1.* Прочитайте тексти «з редакторського портфеля» про українських співаків В.Івасюка та Н.Яремчука. Відредагуйте тексти. Визначте способи словотворення підкреслених слів.

*Текст 1.* Володимир Івасюк – український поет і композитор, художник, Герой України (01.03.2009 – за самовіддане служіння Україні на ниві національної музичної культури, створення вершинних зразків української пісенної творчості). В. Івасюк – один із основоположників української естрадної музики, автор ста семи пісень, п'ятдесяти трьох інструментальних творів, музики до кількох спектаклів. Був професійним медиком та скрипалем, чудово грав на фортепіано, віолончелі, гітарі. Майстерно виконував свої пісні. Володів образотворчим талантом, був неординарним художником.

Народився 4 березня 1949 року в місті Кіцмані Чернівецької області в сім'ї вчителів Михайла та Софії Івасюків. У 1955–1963 рр. навчався в місцевій дитячій музичній школі, у 1956–1966 рр. – в Кіцманській середній школі.

У 1963 році вступає до Київської музичної школи ім. М. Лисенка по спеціальності «альт». Провчившись першу чверть, навчання продовжує в музичній школі по класу фортепіано в м. Кіцмані. Навчаючись у школі, створює вокально-інструментальний ансамбль «Буковинка». У 1965 році за перемогу в республіканському конкурсі ансамбль «Буковинка» нагороджений поїздкою по Дніпру.

Першу пісню «Колискова» на вірші батька написав у 1964 р. У 1966 році сім'я переїжджає до Чернівців. Під псевдонімом Весняний надсилає на обласний конкурс пісні «Відлітали журавлі» на вірш В. Миколайчука та «Колискова для Оксаночки» на власний вірш. За пісню «Відлітали журавлі» удостоєний першої премії.

У 1967–1972 рр. повертається до навчання в медичний інститут, пише пісні «Червона рута» і «Водограй» (1970 р), які вперше виконує з Оленою Кузнецовою в передачі українського телебачення «Камертон доброго настрою». У 1971 році режисер Роман Олексів знімає в містечку Яремча український музичний фільм «Червона рута», в якому головні ролі виконують Софія Ротару й

Василь Зінкевич. У фільмі звучить багато пісень Івасюка. «Червона рута» перемагає на першому музичному фестивалі «Пісня-71». На заключному концерті в Останкіно її виконують Назарій Яремчук, Василь Зінкевич і Володимир Івасюк у супроводі естрадно-симфонічного оркестру під керівництвом Ю. Силантьєва. «Червону руту» друкує тижневик «Україна».

На міжнародному пісенному конкурсі «Сопот-74» у серпні 1974 року Софія Ротару перемагає з його піснею «Водограй».

У вересні вищеназваного року розпочинає навчання на композиторському відділенні Львівської консерваторії в класі Анатолія Кос-Анатольського.

У серпні-вересні 1975 року в селі Розтоки на Буковині знімається фільм «Пісня завжди з нами», в якому Софія Ротару виконує шість пісень Володимира Івасюка.

Нову перемогу отримує на фестивалі «Сопот-77»: Софія Ротару виконала пісню «У долі своя весна». Згодом виходить платівка «Софія Ротару співає пісні Володимира Івасюка» та збірка «Моя пісня».

У листопаді 1978 року перемагає на всесоюзному конкурсі композиторів-студентів консерваторій у Москві.

Останні дні життя: поїхав до Львова в ніч з 23 на 24 квітня 1979 року. 24 квітня 1979 – після телефонного дзвінка виходить з дому і більше не повертається.

Текст 2. Назарій Яремчук прожив до прикрого мало (30.11.1951 – 30.06.1995), але встиг стати легендою вітчизняної естради. З ним облетіли світ наші українські пісні – «Червона рута», «Водограй», «Смерекова хата», «Стожари», «Гай, зелений гай», «Родина», «Я піду в далекі гори», «Пісня буде поміж нас», «Писанка», «Гей ви, козаченьки», «Я ще не всі тобі сказав»... «Він так співав, що мав у горлі мозолі. Він так співав, що крилами йому став голос», – написав поет Андрій Демиденко. В одному з останніх своїх інтерв'ю Яремчук сказав: «Кожний з нас повинен постійно бути в польоті – крізь долю, над суєтою. І при цьому, однак, не відриватися від землі. Пам'ятати священні речі – навіть якщо живеш, звідки ти родом, до чого прагнеш, що скажеш людям, з якого колодязя п'єш живу воду. Я вийшов з того віку, коли звертаєш увагу на дрібниці – автографи, популярність. Мене турбує інше: що буде з нашим пісенним садом завтра?»

Назарій Яремчук народився 30 листопада 1951 року в селі Рівня Вижницького району Чернівецької області в селянській родині Назарія та Марії Яремчуків. Мав братів Степана, Богдана та сестру Катерину. Свою четверту дитину батьки назвали Назарієм (це ім'я означає «присвячений Богові»). Народження сина стало для 64-річного батька справжнім святом. Музику в родині Яремчуків любили всі: у батька був чудесний тенор, він співав у церковному хорі; мати, крім гарного голосу, добре грала на мандоліні, у неї також був акторський талант – вона виступала в місцевому народному театрі. Ще маленьким хлопчиком Назарій також почав співати.

І вересня 1959 року пішов до школи у рідному селі. В юнім віці життя здавалося безтурботним, але у дванадцять років Назарій пережив перший тяжкий удар, коли помер батько. Мати вимушена була віддати сина до Вижницької школи-інтернату. Після закінчення восьми класів вищеназваного

закладу продовжив навчання у Вишницькій середній школі №1, яку закінчив у 1969 році.

Після закінчення школи, мріючи стати мандрівником, на зразок Жака Іва Кусто, Назарій подав документи в Чернівецький університет на географічний факультет, але не пройшов конкурс. Тільки з другої спроби у 1970 р. вдалося вступити до університету на омріяну спеціальність.

Після занять залишався послухати репетиції ВІА «Смерічки» Вишницького будинку культури, яким керував Левко Дутковський. Керівник ансамблю помітив постійного відвідувача та запропонував заспівати пісню на вибір. Це була пісня Ігоря Поклада «Кохана». Голос сподобався, і Назарія прийняли до ансамблю. Тож з осені 1969 року хлопець почав співати у «Смерічці».

Знайомство з молодим буковинським композитором, студентом медінституту Володимиром Івасюком відіграло велику роль у житті «Смерічки». Глядачі почули неповторні «Червону руту». А потім — безліч інших пісень молодого автора. Хлопці здружилися на все життя. Влітку 1971 року відбулися зйомки музичного фільму «Червона рута». Цей фільм зробив солістів Назарія Яремчука та Василя Зінкевича народними улюбленицями.

Перше мистецьке визнання принесли пісні «Червона рута» і «Водограй» В. Івасюка, «Горянка» і «Незрівняний світ краси» Л. Дутківського. За виконання цих творів ансамбль «Смерічка» та його солісти Н. Яремчук та В. Зінкевич були удостоєні звання лауреатів Всесоюзного конкурсу «Алло, ми шукаємо таланти», а також «Пісня року-71/72», на яких вони підтвердили високу артистичну майстерність.

Але слава не змінила характер Яремчука. Зоряної хвороби в нього ніколи не було. Майже рік працював на кафедрі лаборантом, потім старшим інженером, поки не зрозумів, що спів для нього на першому місці. У 1973 році ансамбль запрошують на професійну сцену в Чернівці. З цього часу Назарій, сповна віддаючись естрадній пісні, перевівся на заочну форму навчання в університеті. У філармонії Назарій веде активне концертне життя.

У середині 70-х припинив існування дует Зінкевич – Яремчук: Василь став солістом ансамблю «Світязь» (м. Луцьк), а Назарій залишився в «Смерічці». Але співаки зуміли зберегти дружні відносини, і коли в Назарія народилася дочка, Василь став її хрещеним батьком.

У 1978 році Яремчуку присвоєно звання Заслуженого артиста України. Його також нагороджено орденом Дружби народів.

Коли сталася ще одна трагедія, — вбивство Володимира Івасюка, — Назарій був одним із перших, хто незважаючи на заборону влади, приїхав на похорон до Львова. Тоді це могло коштувати всього: кар'єри, спокою, репутації. Траурна колона починалась з великого вінка з білих квітів, який Яремчук ніс із Левком Дутковським. Це було дуже небезпечним в той час, та Володимир був їхнім великим другом, і наслідки нікого не цікавили.

Перший диск-гігант Назарія «Незрівняний світ краси» (1980) — одна із кращих платівок в українській дискографії того періоду.

1981 рік став для Назарія стежкою до міжнародного визнання. Ансамбль «Смерічка» представляє державу на міжнародному конкурсі «Братіславська ліра».

У 1986 році пісні у виконанні Назарія звучали, як реквієм для ліквідаторів аварії в Чорнобильській АЕС.

Назарія обожнювали мільйони, він був знаменитим співаком, але й простою щиросердечною людиною.

У червні 1995 року довготривала хвороба забрала життя Назарія Яремчука.

Тема 5. Лексична норма в дискурсі медіа. Тенденції слововислову в сучасному секторі медіа, медіабайнгу. Порушення норм лексики в PR-діяльності (2 год)

*Вправа 1.* Проаналізуйте 50 лексичних одиниць у словнику А.Нелюби та Є.Редька «Лексико-словотвірні іновації». Вкажіть okazіональні одиниці. Поясніть способи творення авторських okazіоналізмів.

## Модуль II.

Стилістичне використання граматичних парадигм лексики ЗМК

Тема 1. Граматична парадигма у текстах ЗМК, медіабайнгу та PR-діяльності як стилістичний ресурс (2 год)

*Вправа 1.* Прочитайте тексти видань «Україна молода» за посиланням <http://umoloda.kiev.ua/number/0/2006/125850/>) та «День» (за посиланням <https://day.kyiv.ua/uk>).

*Вправа 2.* Проаналізуйте стилістичну роль синтаксичних конструкцій. Проведіть мовні обрахунки використання простих та складних речень. Обґрунтуйте стилістичну доцільність вживання складних речень.

Тема 2. Словотвірні процеси в інформаційному ресурсі медіа, реклами та PR-діяльності.

*Вправа 1.* Поясніть спосіб творення лексем в текстах реклами.

«Закупись по-чорному! Знижки на комбайни та кавомашини!», «Неральмуй! Снікерсуй!», «Свято, щоб боржомити!», «Боржомити – це з оптимізмом дивитися в майбутнє!»

*Вправа 2.* З поданих іменників утворіть okazіоналізми за допомогою малопродуктивних та усталених словотвірних типів.

Зубр, зцілитель, ізюм, ілюзія, імпорт, імпульс, концерт, кочівник, крес-салат, квартет, контакт, контроль, крикун, контекст, камінь, калюжа, калька.

*Вправа 3.* З поданих лексем утворіть дієслова-okazіоналізми за допомогою малопродуктивних та усталених словотвірних типів.

Кочівник, концерт, мерзлота, кубковий, лабіринт, лавинний, лаванда, ламкий, лантух, лебединий, лежебок, лісопарк, макаронник, маневрування, медозбір, мелодизм.

Тема 3. Синтаксичні норми в дискурсі медіа, рекламному комплексі та PR-діяльності

*Вправа 1.* Побудуйте рекламні слогани, ввівши в текст лексичні одиниці.

Імпорт, контакт, концерт, калька, нагадати, навсібіч, наводнення, нагір'я.



*Вправа 2.* Побудуйте рекламні слогани, ввівши в текст лексичні одиниці.  
Нагромаджений, надлюдина, намальований, насолода, неземний, нічогонероблення

*Тема 4.* Стилiстичнi засоби органiзацiї тексту PR-кампанiй. Визначити стилiстичнi функцiї засобiв словотворення у словах з текстiв медiа.

*Вправа 1.* Проаналiзувати текстовий ресурс вiдеореклами за посиланням [https://www.youtube.com/watch?v=kzh\\_cJ8jXdE](https://www.youtube.com/watch?v=kzh_cJ8jXdE).

*Вправа 2.* Створити текст реклами за допомогою лексем, поданих нижче.

А) Новомодний, новатор, обандеролити, iлюзiя, контакт, iнтерес, острiв.

Б) Обридливий, обрушення, нотки, алегро, алегрето, пантера.

### **Критерiї оцiнки результатiв самостiйної роботи**

У процесi виконання самостiйної роботи викладач оцiнює:

- рiвень засвоєння студентом навчального матерiалу, винесеного на самостiйне опрацювання;
- вмiння використовувати теоретичнi знання при виконаннi практичних задач;
- обґрунтованiсть та логiчнiсть викладення самостiйно вивченого матерiалу;
- повноту розкриття теми дослідження;
- оформлення матерiалiв згiдно з висунутими вимогами;
- максимальна кiлькiсть балiв за виконану роботу – 5.

### **6.3. Форми проведення модульного контролю та критерiї оцiнювання Критерiї i норми оцiнювання модульної (контрольної) роботи**

<i>Максимальна кiлькiсть балiв - 25</i>	<i>Критерiї оцiнювання</i>
25 – 20	Завдання виконанi якiсно (90% – 100% виконання усiх роздiлiв модульної (контрольної) роботи).
19 – 15	Завдання виконанi якiсно з достатньо високим рiвнем правильних вiдповiдей (89% – 75% виконання усiх роздiлiв модульної (контрольної) роботи).
14 – 10	Завдання виконанi якiсно з середнiм показником правильних вiдповiдей (74% – 50% виконання всiх роздiлiв модульної (контрольної) роботи).
0	Завдання не виконано (виконання 49% усiх роздiлiв модульної (контрольної) роботи).

Модульний контроль проводиться в письмовiй формi: письмове тестування, ведення таблицi, модульна контрольна робота.

### 6.5. Шкала відповідності оцінок

<b>Рейтингова оцінка</b>	<b>Оцінка за стобальною шкалою</b>	<b>Значення оцінки</b>
<b>A</b>	<b>90 – 100 балів</b>	<b>Відмінно</b> – відмінний рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу з можливими незначними недоліками
<b>B</b>	<b>82 – 89 балів</b>	<b>Дуже добре</b> – достатньо високий рівень знань (умінь) в межах обов'язкового матеріалу без суттєвих (грубих) помилок
<b>C</b>	<b>75-81 балів</b>	<b>Добре</b> – в цілому добрий рівень знань (умінь) з незначною кількістю помилок
<b>D</b>	<b>69-74 балів</b>	<b>Задовільно</b> – посередній рівень знань (умінь) із значною кількістю недоліків, достатній для подальшого навчання або професійної діяльності
<b>E</b>	<b>60-68 балів</b>	<b>Достатньо</b> – мінімально можливий допустимий рівень знань (умінь)
<b>FX</b>	<b>35-59 балів</b>	<b>Незадовільно з можливістю повторного складання</b> – незадовільний рівень знань, з можливістю повторного перескладання за умови належного самостійного доопрацювання
<b>F</b>	<b>1-34 балів</b>	<b>Незадовільно з обов'язковим повторним вивченням курсу</b> – досить низький рівень знань (умінь), що вимагає повторного вивчення дисципліни

## 7. Навчально-методична карта дисципліни «Українська мова в ЗМК: Практична стилістика»

**Разом: 60 год., лекції – 4 год., практичні заняття – 24 год., модульний контроль – 4 год., самостійна робота – 18 год  
семестровий контроль – 10 год**

Тиждень	Змістовий модуль 1.						Змістовий модуль 2.				
Модулі	Мовна норма та анормативність у практичній стилістиці ЗМК						Стилістичне використання граматичних парадигм у текстах ЗМК				
Назва модуля	Мовна норма та анормативність у практичній стилістиці ЗМК						Стилістичне використання граматичних парадигм у текстах ЗМК				
Лекції	1						2				4
Дати											
Теми лекцій	<i>Тема 1.</i> Загальна мовна картина в ЗМК. Стилістична диференціація лексики медіа та сектору PR						<i>Тема 1.</i> Граматична парадигма у текстах ЗМК, медіабайгу та PR-діяльності як стилістичний ресурс				
Теми практичних занять	<i>Тема 1.</i> Загальна мовна картина в ЗМК. Стилістична диференціація лексики медіа та сектору PR 10+1=11 б	<i>Тема 2.</i> Стилістичне використання засобів графіки в мові ЗМК, медіабайгу 10+1=11 б	<i>Тема 3.</i> Ресурси фонетики та фонології у ЗМК, медіабайгу, PR. Орфоепічні норми та анормативність в комунікації 10+1=11 б	<i>Тема 4.</i> Лексична норма в медійному тексті. Тематичні групи лексикону реклами та PR-діяльності. Словники сектору медіа. 10+1=11 б	<i>Тема 5.</i> Лексична норма в дискурсі медіа. Тенденції слововислову в сучасному секторі медіа, медіабайгу. Порухення норм лексики в PR-діяльності. 10+1=11 б	<i>Тема 6.</i> Фразеологія та її стилістичні можливості в медіа та PR-діяльності 10+1=11 б	<i>Тема 1.</i> Граматична парадигма у текстах ЗМК, медіабайгу та PR-діяльності як стилістичний ресурс 10+1=11 б	<i>Тема 2.</i> Словотвірні процеси в інформаційному ресурсі медіа, реклами та PR-діяльності 10+1=11 б	<i>Тема 3.</i> Синтаксичні норми в дискурсі медіа, рекламному комплексі та PR-діяльності 10+1=11 б	<i>Тема 4.</i> Стилістичні засоби організації тексту PR-кампаній 10+10+1+1=22 б	<i>Тема 5.</i> Оригінальні форми синтаксичних конструкцій сектору медіа, медіабайгу та PR-діяльності
Самостійна робота	5	5	5	5	5	-	5	5	5	5	-
Контроль	Модульна контрольна робота 1.						Модульна контрольна робота 2.				

## 8. Рекомендовані джерела

### Основна (базова)

#### Основна література до курсу

1. Антисуржик. Вчимося ввічливо поводитись і правильно говорити / За заг. ред. О. Сербенської. – Львів: Світ, 1994. – 152 с.
2. Антоненко-Давидович Б. Як ми говоримо. – К.: Либідь, 1991. – 254 с. За посиланням: [http://shron1.chtyvo.org.ua/Antonenko-avydovych/Yak\\_my\\_hovorymo.pdf](http://shron1.chtyvo.org.ua/Antonenko-avydovych/Yak_my_hovorymo.pdf)
3. Караман С.О. Сучасна українська літературна мова : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / С.О.Караман, О.В.Караман, М.Я.Плющ[та ін.]; за ред. С.О.Карамана. – К.: Літера ЛТД – 2011. – С. 17–38.
4. Капелюшний А.О. Практична стилістика української мови : навчальний посібник. – Вид. 2-ге перероблене. – Львів: ПАЮ. 2007. 400с.
5. Навальна М. Динаміка лексики української періодики початку ХХІ ст. – Видавничий Дім Дмитра Бураго. Київ. 2011. 319 с.
6. Нелюба А., Редько Є. Лексико-словотвірні інновації (2015–2016). Словник / Загальна редакція А. Нелюби. – Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2017. – 204 с.
7. Пономарів О.Д. Стилiстика сучасної української мови: Підручник. — 3-тє вид., пере- роб. і доповн. — Тернопiль: Навчальна книга –Богдан.2000. 248 с.
8. Український правопис. Видавництво «Наукова думка». 2020. 390 с. - Режим доступу:<https://osvitoria.media/experience/novuj-pravopys-povnuj-tekst-ta-osnovni-zminy/> – Назва з екрана

#### Додаткова література:

1. Заєць В. Г. Динаміка словотвірної норми в інформаційному ресурсі українськомовного ЗМІ кінця ХХ-початку ХХІ ст. / В. Г. Заєць // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія : Філологія (мовознавство): збірник наукових праць / [гол. ред. Н. Л. Іваницька]. – Вінниця : ТОВ «фірма «Планер» . 2016. Вип. 23. С. 15–20. Режим доступу до журн.: <https://www.vspu.edu.ua/science/art/a190.pdf>
2. Заєць В. Г. Аналіз запозичених афіксів в українськомовній періодиці Scientific Journal «ScienceRise» № 6(35). 2017. С. 61–64. ISSN ISSN 2313-8416 (Online), ISSN 2313-6286 (Print)
3. Культура фахового мовлення: Навчальний посібник / За ред. Н. Д. Бабич. – Чернівці: Книги ХХІ. 2006. 496 с. Режим доступу: <http://194.44.152.155/elib/local/sk718399.pdf>