

УДК 070:81'27

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.6/61>**Жорнокуй У. В.**Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія»**Коваленко Н. А.**Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія»**Малиш М. М.**Київський університет інтелектуальної власності та права
Національного університету «Одеська юридична академія»

КУЛЬТУРА МОВЛЕННЯ ЯК ОСНОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТА

У статті досліджується роль культури мовлення як фундаментальної основи професійної діяльності журналіста в умовах сучасної трансформації медіапростору. Особлива увага приділяється впливу діджиталізації та новітніх технологій на якість журналістського контенту. Автор аналізує основні виклики, з якими стикаються журналісти при створенні медіаконтенту в різних форматах (телебачення, радіо, інтернет-медіа, соціальні мережі), та досліджує вплив штучного інтелекту на культуру професійного мовлення.

У роботі розглянуто проблему збереження балансу між дотриманням мовних норм та адаптацією до сучасних комунікативних трендів. Значну увагу приділено аналізу мовно-стилістичних особливостей соціальних мереж як нової форми комунікації, що впливає на трансформацію журналістських стандартів. Досліджено вплив автоматизації контенту на індивідуальність авторського стилю та якість медіапродукту.

На основі аналізу наукових джерел та практичних прикладів автор обґрунтовує необхідність системного підходу до формування мовленнєвої компетентності журналістів, який враховував би як традиційні вимоги до культури професійного мовлення, так і специфіку сучасних медіаформатів. У статті наголошується на важливості збереження високих стандартів журналістського мовлення як засобу протидії дезінформації та маніпуляціям.

Дослідження окреслює перспективні напрями подальших наукових розвідок, зокрема вивчення впливу нових медіаформатів на трансформацію мовленнєвих практик у журналістиці та розробку ефективних методик формування мовленнєвої компетентності журналістів в умовах динамічного розвитку медіасфери.

Ключові слова: культура мовлення, журналістика, медіапростір, діджиталізація, мовленнєва компетентність, штучний інтелект, соціальні мережі, мовні норми, автоматизація контенту, дезінформація, професійні стандарти, медіакомунікація.

Постановка проблеми. В умовах стрімкої діджиталізації та трансформації медіапростору значно зростає роль професійного мовлення журналістів як взірця комунікативної культури. Оскільки сучасні ЗМІ мають безпрецедентне охоплення аудиторії через різноманітні платформи (телебачення, радіо, інтернет-медіа, соціальні мережі), їхній вплив на формування мовних норм та мовленнєвої поведінки суспільства стає все більш значущим.

По-друге, спостерігається тенденція до зниження якості мовлення в медіапросторі, що, на нашу думку, пов'язано з комерціалізацією ЗМІ, прагненням до спрощення контенту, орієнтацією

на розмовний стиль та надмірним використанням іншомовних запозичень. Це створює загрозу для збереження мовних норм та культури професійного мовлення.

По-третє, розвиток нових форматів медіакомунікації (блоги, подкасти, стріми) вимагає переосмислення традиційних підходів до культури журналістського мовлення та розробки нових критеріїв оцінки його якості. Важливо знайти баланс між дотриманням мовних норм та відповідністю сучасним комунікативним трендам.

По-четверте, проблема якісної мовної підготовки журналістських кадрів набуває особливої

гостроти в контексті інформаційної безпеки держави, оскільки професійне володіння державною мовою є важливим чинником протидії інформаційним загрозам та збереження національної ідентичності в умовах постійної дезінформації та пропаганди.

Таким чином, дослідження культури мовлення в журналістиці має не лише теоретичне, але й важливе практичне значення для розвитку сучасної медіасфери та підвищення професійного рівня працівників ЗМІ.

Метою цієї статті є аналіз культури мовлення як основи професійної діяльності журналіста в контексті новітніх форматів медіакомунікації. Дослідження спрямоване на визначення ключових мовних аспектів, що впливають на якість журналістського контенту, довіру аудиторії та відповідність жанрово-стилістичним нормам. Також розглядається вплив цифрових технологій на мовну культуру журналістів і виклики, які постають перед ними в умовах автоматизації контенту, соціальних мереж та мультимедійної журналістики.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Рівень висвітлення питання культури мовлення журналіста в сучасних дослідженнях можна охарактеризувати як достатньо ґрунтовний, проте такий, що продовжує активно розвиватися у відповідь на технологічні зміни та нові виклики медіапростору. Традиційні аспекти культури мовлення добре розкриті в наукових працях, які акцентують увагу на точності, стилістичній відповідності, достовірності та етичності журналістського тексту. Такі дослідження ґрунтуються на класичних принципах медіалінгвістики та журналістської етики. У той час, як вплив цифрових технологій досліджується все активніше, особливо у контексті соціальних мереж, онлайн-журналістики та мультимедійних форматів. Автори аналізують трансформацію журналістської мови під впливом скорочених форматів контенту, відеоблогів, подкастів, а також взаємодії з аудиторією через цифрові платформи.

Автоматизація контенту та роль штучного інтелекту (далі – ШІ) – це відносно новий аспект, що стає все більш актуальним. Дослідження зосереджуються на ризиках спрощення мовлення, втрати індивідуальності стилю та необхідності критичного підходу до контенту, створеного алгоритмами. Для прикладу, Автори дослідження «Artificial Intelligence in Media and Creative Industries: Present and Future» (2020) аналізують використання ШІ в новинних організаціях та креативних індустріях, включаючи автоматизовану журналістику та персоналізацію контенту [1].

Ярошенко О. у статті «Штучний інтелект у журналістиці: майбутнє медіа під впливом нових технологій» (2024) підкреслює, що розвиток технологій штучного інтелекту відкриває нову еру у журналістиці, створюючи подвійний ефект можливостей та викликів. ШІ суттєво розширює інструментарій працівників медіа, допомагаючи оптимізувати робочі процеси та підвищити продуктивність при створенні контенту. Проте сучасна епоха цифрових технологій та соцмереж вимагає особливої уваги до забезпечення права суспільства на точну й актуальну інформацію. Медіаіндустрія повинна встановити чіткі стандарти відповідального використання ШІ, що передбачає ретельний людський нагляд та чітко визначені технічні параметри при створенні матеріалів. Ярошенко О. наголошує, що у контексті сучасних викликів критично важливим стає вміння журналістів ефективно та етично використовувати технології штучного інтелекту [18].

Ситник О. у статті «Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологія» (2023) стверджує, що впровадження систем штучного інтелекту та їх алгоритмів створює потужні інструменти для оптимізації ресурсомістких процесів у медіа – від збору та обробки даних до створення й дистрибуції контенту через різні канали. ШІ також забезпечує персоналізовані рекомендації медіаконтенту, враховуючи релевантність, взаємодію користувачів та попередній досвід залучення аудиторії. Особливу цінність, на думку Ситника О., представляє здатність ШІ аналізувати взаємодію з користувачами та формувати персоналізований підбір контенту на основі їхніх інтересів та комунікаційних патернів [15]. Проте для ефективного впровадження ШІ в медіасферу необхідне ґрунтовне теоретичне осмислення практичних аспектів його застосування – від методологічних засад до конкретних технологій, принципів та правил використання, а також формування необхідної нормативно-правової основи. Як висновок, зазначимо, що більшість науковців, котрі аналізують проблему використання ШІ-технологій у засобах стикаються з викликами, пов'язаними з автоматизацією контенту та впливом алгоритмів на мову журналістів. Особлива увага приділена питанням втрати індивідуальності стилю та спрощення текстів через використання автоматизованих систем, що власне укріплює питання актуальності порушеної нами проблеми у розрізі існуючих наукових надбань.

З іншого боку, що стало вкрай актуальним у час повномасштабного вторгнення, багато розві-

док присвячено проблемі дезінформаційних стратегій у ЗМІ як метод активного впливу на цільову аудиторію. Як-от, Доскіч Л. «Фейкові новини як новітній засіб маніпуляції та дезінформації» (2022) аналізує проблему маніпуляцій у медіа та значення культури мовлення як засобу протидії дезінформації. Авторка наголошує на важливості фактчекінгу та уникнення суб'єктивних оцінок у журналістських текстах [7].

Колектив авторів розвідки «Defining Fake News» пропонує комплексну типологію фейкових новин, аналізуючи різні форми дезінформації та їх характеристики. Зазначене дослідження також розглядає механізми поширення неправдивої інформації та фактори, що впливають на її сприйняття аудиторією [3]. У той час, як автори видання «Media Manipulation and Disinformation Online» досліджують сучасні методи пропаганди та маніпуляції в онлайн-середовищі, зокрема в соціальних мережах, аналізуючи стратегії, які використовують автори дезінформації, та пропонують рекомендації щодо протидії маніпулятивним впливам у медіа-просторі.

Посібник Пушкаря О. «Культура цифрових медіа» (2022) присвячений трансформації журналістської мови в умовах цифрових комунікацій. Особливий акцент зроблено на скороченні текстів, використанні неологізмів та необхідності збереження балансу між доступністю й точністю мовлення [13].

Городенко Л. та Цимбаленко Є. у розвідці «Мультимедійність як технологія жанрової дифузії в контексті трансформації медіагалузії» (2023) досліджують зміни та трансформації журналістських жанрів під впливом мультимедійних інтерактивних технологій. Зокрема, у статті було проаналізовано жанрові дифузії в інтернет-матеріалах медіа та тенденції їхньої еволюції в умовах мультимедійного середовища; й визначено ключові риси мультимедійних жанрів у порівнянні з традиційними та розглянуто причини їхнього поєднання. Цікаво, що у цій роботі авторами застосовано два підходи до жанрової класифікації: синтетичний, що передбачає «паразитикування» мультимедійних жанрів на традиційних, адаптуючи їх до нового цифрового середовища; інтеграційний, відповідно до якого виділено жанри з мінімальним рівнем поєднання елементів (наприклад, твіттер-репортаж) і складні мультимедійні формати, такі як мультимедійне ток-шоу чи аудіослайд-шоу [4].

Також, зауважимо, що Загалом, хоча фундаментальні принципи культури мовлення досить добре висвітлені, є ще значний простір для досліджень,

особливо щодо адаптації мовних норм у цифрових медіа та балансу між технологічними змінами і традиційними журналістськими стандартами.

Виклад основного матеріалу. Сучасна журналістика існує в умовах стрімкого розвитку цифрових технологій, що впливає на форми медіакомунікації. Однак, незважаючи на динамічні зміни у способах подачі інформації, культура мовлення залишається фундаментальною основою професійної діяльності журналіста. Вона визначає якість медійного контенту, довіру аудиторії та рівень впливу журналістських матеріалів. Основні аспекти культури мовлення журналіста включають точність і достовірність, що передбачає використання правильних термінів, уникнення двозначностей і перевірку фактів. Це особливо важливо в умовах фейкових новин і маніпуляцій.

Новинні телеканали функціонують у форматі постійного діалогу з аудиторією, де телеведучі протягом ефіру демонструють свої професійні навички через манеру спілкування, мовленнєву культуру та поведінкові патерни. Ці елементи формують комплекс професійних компетенцій медійника, що часто увиразнюється даними моніторингових досліджень «Детектора медіа» [6], що лише підкреслює те, що у вітчизняній новинній журналістиці спостерігаються випадки недотримання базових стандартів інформаційного мовлення.

Редакційні статuti телерадіокомпаній зазвичай визначають ключові стандарти, серед яких: дотримання балансу думок, забезпечення достовірності, чітке розмежування фактів і коментарів, всебічне висвітлення подій, своєчасність подачі та точність інформації. Медіаексперти, як українські, так і зарубіжні, розширюють цей перелік, наголошуючи на важливості доступності подачі інформації та високої культури мовлення, а, отже, удосконаленні комунікативної компетентності журналіста, який «... за сутністю своєї професії є працівником сфери комунікації, людиною, яка ніби вмонтована в комунікативну систему, є її складником – збирачем, виробником і передавачем інформації. Кожна людина – учасник комунікації (спілкування), але далеко не для кожної людини спілкування є фаховим заняттям, яким воно є для журналіста» [12, с. 179].

Переконані, що точність інформації безпосередньо впливає на рівень довіри до журналістики, що увиразнює актуальність терміну «якісна журналістика». До речі, саме остання переживає кризу, яка, на нашу думку, поглиблюється частотністю звернення до техногій III, а також поглибленням

проблеми верифікації існуючого пласту інформації: «Проблема кризи якісної журналістики, яку наразі зазнає медіасередовище, спричинена головню значним збільшенням кількості інформації через стрімкий розвиток усесвітньої мережі... Невпинний розвиток технічних засобів перешкоджає фіксації чітких і стабільних критеріїв якості журналістського продукту. Крім того, такі фактори, як значна фрагментація інтернет-аудиторії, постання гібридних форматів (наприклад, соціальних мереж), постійний розвиток нових форматів, котрі використовують потенціал інтернету селективно, ускладнюють формування чітких масштабів виміру якості медійного продукту» [14, с. 40]. Таким чином, підкреслимо, актуальним залишається питання конкурентоспроможності професійної журналістики в умовах інформаційного перенасичення. Криза якісних медіа також зумовлена постійною трансформацією контентного наповнення. Аналіз сучасного медіапростору показує зменшення частки матеріалів на політичну та економічну тематику. Натомість спостерігається розширення інформаційного поля за рахунок локальних новин, кримінальної хроніки та скандальних матеріалів.

Також важливою є зрозумілість і доступність інформації, котру подає певне медіа чи медійна особа зокрема, оскільки сучасна аудиторія споживає контент саме з доступних для них медіа, представлених у різних форматах: текстові матеріали, відео, подкасти, соцмережі. Відповідно, мова журналіста має бути адаптованою до конкретного медіа. «Прагнення забезпечити якість інформування спрямоване на пошук об'єктивних масштабів оцінювання медійного продукту. Причиною дебатів навколо проблеми якості є багатоманітність аспектів виміру, адже треба врахувати найрізноманітніші аспекти медіакомунікації – етичні, правові, редакційні, жанрові тощо. У медіасистемах формуються загальні засади вимог до якісного медіапродукту. По-перше, це правові норми, на яких ґрунтуються і на які орієнтуються медіа, по-друге, базові і специфічні цінності» [14, с. 42].

Стилістична відповідність жанру є ще одним важливим аспектом, адже формат розслідувальної журналістики вимагає аналітичності й аргументованості, у той час як новинні повідомлення – чіткості та лаконічності, оскільки мета цього типу журналістики передбачає «...інформування (завдяки оприлюдненню суспільно значущої інформації), документування (створюючи матеріали, які можуть бути використані для судових проваджень), розслідування (встановлення

раніше невідомих фактів) та аналітику (встановлення зв'язків між фактами, висновки, прогнозування)» [16, с. 226]. Крім того, зауважимо, що етичність і коректність є важливими складовими, оскільки в медіа-середовищі необхідно дотримуватися принципів журналістської етики, не допускати дискримінації, образ та маніпуляцій.

Розвиток цифрових технологій призвів до змін у комунікації між журналістами та аудиторією. Кожен формат має свої особливості: соціальні мережі вимагають лаконічності, динамічності, використання візуального контенту та інтерактивності; подкасти та відеоблоги акцентують увагу на ораторській майстерності, правильній вимові, інтонації та логіці викладу; онлайн-журналістика включає мультимедійні елементи, гіпертексти, а також інтерактивні способи подачі інформації; штучний інтелект та автоматизація контенту ставлять нові виклики перед журналістами щодо збереження унікальності авторського стилю та точності формулювань.

Детальніше зупинимось на аналізі мовно-стилістичних особливостей соціальних мереж. Сучасну мову соціальних мереж часто називають «новою мовою» [11]. Деякі дослідники розглядають її як третю форму мовлення нарівні з усною та писемною, що свідчить про формування віртуальної комунікації як окремого феномена. Домінантною рисою мови соціальних мереж, переконані, є можливість швидкого й легкого зворотного зв'язку з аудиторією і легкість його відслідковування, незалежно від місця перебування користувача. Погоджуємось з думкою Грисюка В. та Орел Л., що спілкування на цих платформах може мати як чітку структуру, так і відбуватися в імпровізованій формі, що робить соціальні мережі більш схожими на усну комунікацію, ніж на традиційні засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо чи преса [5, с. 16].

Соціальні мережі мають високий рівень динамічності, оскільки дають змогу творити щось нове. «Для соціальних мереж характерною є риса відсутності чіткої структури. Кожна людина, яка спілкується в соціальних мережах, має право писати, що їй забажається. Сучасні індустріальні спільноти є динамічними, адже вони змінюються дуже швидко. Саме через це мова є надзвичайно перемінною та рухливою... Мова сучасного Інтернету досі малодосліджена: одні науковці вважають її «псевдогендерною», інші – такою, що перебуває під креативним впливом молодіжної субкультури» [11, с. 97].

Культура мовлення є невід'ємною складовою професійної майстерності журналіста, неза-

лежно від формату медіа. Вона не лише впливає на якість інформаційного контенту, а й визначає рівень довіри суспільства до журналістики загалом. Підкреслимо, що в умовах новітніх форматів медіакомунікації важливо зберігати баланс між адаптацією до технологічних змін і дотриманням мовних стандартів та журналістської етики.

У сучасному інформаційному суспільстві особливого значення набуває культура мовлення як невід'ємний компонент професійної компетентності фахівців різних галузей, особливо представників медіасфери. Переконані, що журналістика є однією з найвідповідальніших галузей використання мови, оскільки помилки журналістів тиражуються великими накладками і впливають на мовну свідомість тисяч людей.

Цифрові технології суттєво вплинули на мовну культуру журналістів, створюючи нові виклики в умовах автоматизації контенту, соціальних мереж та мультимедійної журналістики. Пушкар О. зазначає, що швидкість поширення інформації в соціальних мережах часто призводить до зниження якості мовлення, оскільки журналісти прагнуть оперативно реагувати на події, жертвуючи ретельністю перевірки фактів та стилістичною точністю [13]. Це підтверджується прикладом, коли в гонитві за швидкістю публікації новин деякі видання допускають граматичні помилки та неточності у формулюваннях.

У статті «Тенденції й особливості функціонування онлайн-медіа» (2024) автори Трачук Т., Андрющенко М. аналізують вплив автоматизованих систем на створення новинного контенту. Вони зазначають, що використання алгоритмів для генерації новин може призвести до уніфікації стилю та втрати індивідуальності авторського мовлення [17]. Наприклад, автоматично згенеровані статті часто позбавлені емоційної забарвленості та глибини аналізу, що характерно для матеріалів, створених людьми.

На нашу думку, поєднання тексту, відео та аудіо в одному матеріалі вимагає від журналістів адаптації стилю мовлення до різних платформ. Наприклад, для відеорепортажів важливою є лаконічність та виразність, тоді як для подкастів – розмовний стиль та інтонаційна виразність.

Ці приклади демонструють, як цифрові технології змінюють підходи до мовлення в журналістиці, ставлячи перед фахівцями нові завдання щодо збереження якості та індивідуальності контенту.

Комунікативна ефективність журналістського тексту безпосередньо залежить від рівня мовленнєвої компетентності автора. Вважаємо, що про-

фесійне мовлення журналіста має бути взірцем у використанні мовних засобів, оскільки воно виконує не лише інформативну, а й культуротворчу функцію.

Специфіка журналістської діяльності полягає в особливій відповідальності за якість медіапродукту, адже ЗМІ формують мовне середовище та впливають на розвиток комунікативної культури суспільства. Яцимирська М. підкреслює, що «... сучасний журналіст повинен досконало володіти засобами мовного впливу, розуміти психологічні механізми сприйняття інформації різними аудиторіями» [19, с. 78].

Особливої уваги заслуговує проблема підготовки телевізійних виступів та радіоефірів. Дослідники медіакомунікацій (І. Михайлин, В. Здоровега) наголошують на важливості врахування специфіки каналу комунікації при підготовці журналістських матеріалів [8; 10]. Зокрема, телевізійне мовлення вимагає особливої чіткості артикуляції, правильного темпоритму, вміння працювати з інтонацією.

У контексті сучасних трансформацій медіапростору актуалізується проблема спічрайтингу як особливого напрямку журналістської діяльності. А. Мамалига зауважує, що «...створення якісних текстів для публічних виступів вимагає не лише досконалого володіння мовою, але й розуміння психології сприйняття усного мовлення, знання риторичних прийомів та технік впливу на аудиторію» [9, с. 156].

На жаль, варто констатувати зниження рівня мовленнєвої культури в засобах масової інформації. Це зумовлено як загальними тенденціями розвитку медіасфери (посилення розважального компоненту, орієнтація на розмовний стиль), так і недостатньою увагою до мовної підготовки журналістських кадрів.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведений аналіз особливостей культури мовлення в журналістській діяльності засвідчує її визначальну роль у формуванні професійної компетентності працівників медіасфери. Високий рівень мовленнєвої культури журналіста є не лише показником його особистої професійної майстерності, але й важливим чинником впливу на загальний рівень мовної культури суспільства, оскільки медіатексти виконують нормотворчу та культуротворчу функції в сучасному комунікативному просторі.

Особливої актуальності проблема якості журналістського мовлення набуває в контексті сучасних трансформацій медіасфери, зокрема поси-

лення впливу розмовного стилю, тенденцій до спрощення мови ЗМІ та зниження загального рівня мовленнєвої культури в медіапросторі. Це зумовлює необхідність системного підходу до формування мовленнєвої компетентності журналістів, який би враховував як традиційні вимоги до культури професійного мовлення, так і специфіку сучасних медіаформатів.

Перспективним напрямом подальших наукових розвідок видається дослідження впливу нових медіаформатів та соціальних мереж на трансформацію мовленнєвих практик у журналістиці, зокрема аналіз специфіки мовного оформлення контенту для

різних платформ та цільових аудиторій. Важливим аспектом таких досліджень може стати вивчення балансу між дотриманням мовних норм та адаптацією до сучасних комунікативних тенденцій.

Актуальним залишається також питання розробки ефективних методик формування та вдосконалення мовленнєвої компетентності журналістів в умовах динамічного розвитку медіасфери. Це передбачає створення комплексних навчальних програм, які б поєднували традиційні підходи до розвитку культури мовлення з інноваційними практиками, орієнтованими на специфіку роботи в сучасному медіапросторі.

Список літератури:

1. Anantrasirichai N., Bull D. Artificial Intelligence in the Creative Industries: A Review. 2020. 62 p. DOI:10.48550/arXiv.2007.12391/
2. Marwick A., Lewis R. Media Manipulation and Disinformation Online. Data & Society Research Institute, 2017. 106 p. URL: https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_MediaManipulationAndDisinformationOnline.pdf
3. Tandoc E. C., Lim Z. W., Ling R. Defining Fake News: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 2023. Vol. 8, № 2. P. 137-153. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.
4. Городенко Л., Цимбаленко Є. Мультимедійність як технологія жанрової дифузії в контексті трансформації медіагалузії. *Наукові записки Інституту журналістики*, 2023. Т. 1 (82). С. 11–32. URL: http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2023/06/82_1.pdf
5. Грисюк В., Орел Л. Роль соціальних мереж у сприйнятті літератури та мистецтва. *Новітні тенденції в медіагалузії : матеріали Всеукраїнської науковопрактичної конференції студентів та молодих вчених (Київ, 4 квітня 2023 р.)*. К. : Навчально-науковий інститут журналістики, 2023. С. 16-19.
6. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/>
7. Доскіч Л. С. Фейкові новини як новітній засіб маніпуляції та дезінформації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, 2022. № 4. С. 72–77.
8. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості. Львів: ПАІС, 2018. 268 с.
9. Мамалига А. І. Сучасні напрями досліджень мови соціальних комунікацій. *Стиль і текст*, 2012. Вип. 13. С. 15-21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sit_2012_13_4
10. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Київ: ЦУЛ, 2019. 496 с.
11. Ніколаєва Т. М. Лексико-семантичні аспекти мови соціальних мереж. *Закарпатські філологічні студії*, 2019. Вип. 9(2). С. 96-101. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/trphst_2019_9%282%29_21
12. Панасенко Н. Професія-журналіст: професійно-важливі якості та психологічні особливості. *Актуальні проблеми психології*, 2019. Том V. Випуск 19. С. 177-186.
13. Пушкар О. І. Культура цифрових медіа [Електронний ресурс] : навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 164 с
14. Сарміна Г. Проблема якісної журналістики періоду дигітальної ери масової комунікації. *Діалог: медіа студії*, 2017. №23. С. 37-52.
15. Ситник О. Проблематика впровадження штучного інтелекту в сучасних ЗМІ та медіатехнологіях. *Український інформаційний простір*, 2023. Число 12. С. 252-265.
16. Старкова Г. В. Яресько К. В. Розслідувальна журналістика в Україні та її впливи. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації*, 2020. Т. 31 (70). №2. С. 222-228.
17. Трачук Т. А., Андрющенко М. Ю. Тенденції й особливості функціонування онлайн-медіа *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 2024. Том 35 (74), № 4, Ч. 2. С. 212-220. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.2/34>.
18. Ярошенко О. Штучний інтелект у журналістиці: майбутнє медіа під впливом нових технологій. *Наукові записки Інституту журналістики*, Том 1 (84), 2024. С. 139-157.
19. Яцимірська М. Культура фахової мови журналіста. Львів: ПАІС, 2020. 332 с.

Zhornokui U. V., Kovalenko N. A., Malysh M. M. SPEECH CULTURE AS THE FOUNDATION OF A JOURNALIST'S PROFESSIONAL ACTIVITY

The article explores the role of speech culture as a fundamental basis of a journalist's professional activity in the context of the modern transformation of the media space. Particular attention is paid to the impact of digitalization and emerging technologies on the quality of journalistic content. The author analyzes the key challenges journalists face when creating media content in various formats (television, radio, online media, social networks) and examines the influence of artificial intelligence on the culture of professional speech.

The study addresses the problem of maintaining a balance between adherence to linguistic norms and adaptation to contemporary communication trends. Significant attention is given to the linguistic and stylistic features of social networks as a new form of communication that influences the transformation of journalistic standards. The research also investigates the impact of content automation on the individuality of an author's style and the quality of media products.

Based on the analysis of scientific sources and practical examples, the author substantiates the need for a systematic approach to the development of journalists' speech competence, which would consider both traditional requirements for professional speech culture and the specifics of modern media formats. The article emphasizes the importance of preserving high standards of journalistic language as a means of countering disinformation and manipulation.

The study outlines promising directions for further research, including the impact of new media formats on the transformation of speech practices in journalism and the development of effective methodologies for enhancing journalists' speech competence in the dynamic media environment.

Key words: *speech culture, journalism, media space, digitalization, speech competence, artificial intelligence, social networks, linguistic norms, content automation, disinformation, professional standards, media communication.*