

Результати соціологічного опитування цієї студентської аудиторії показали: 72 % респондентів переконані, що в медіапросторі України українську мову дискримінують; 60% — вважають, що українська мова тільки частково функціонує у ЗМК; 58% — зазначили, що відбувається поступова англізація мовного простору українських ЗМК з метою підвищення рейтингу медіа-видань, наслідування «мовної моди», для розкутішого висловлення думок, крім того — через незнання українських відповідників. 55% — надають перевагу новітнім електронним ЗМК; 53% студентів цілком негативно ставляться до поширення двомовності в ЗМК, відзначаючи негативний вплив російської мови на мовну культуру українського суспільства.

Цікаве й те, що 78% респондентів переконані, що використання суржику в мові ЗМІ — це вияв неповаги до реципієнтів.

Отже, проведене опитування, спрямоване на оцінку регіональної західноукраїнської преси, відбиває думки широкого кола читачів, зокрема, молоді щодо статусу української мови як державної, функціонування російської мови та поширення двомовності в медіапросторі сучасної України. Важливо, що сьогодні мова і стиль газети й журналу для молоді — це не тільки проблема культури спілкування, інформування, це образ держави в інформаційному просторі.

Світлана Бибик

КОЛОКВІАЛІЗАЦІЯ МОВИ ПРЕСИ: НОВА НОРМА ЧИ САБОТАЖ КУЛЬТУРИ СПІЛКУВАННЯ?

Коли ми говоримо про вплив засобів масової інформації на мовну свідомість читачів чи слухачів, то повинні враховувати специфіку нинішніх ЗМІ, яку узагальнено в одній із публікацій представив професор Ігор Леонідович Михайлин:

1. Дискурсивність журналістського тексту, орієнтованого на соціальне сьогодення. Відповідно, переважання «в стилетвірній категорії автора *людини приватної*».

2. Орієнтація на *повсякденну* мовну практику: «Яких би складних предметів і явищ журналістика не торкалася, вона повинна спростити своє повідомлення про них до рівня *повсякденної свідомості* [виділення наше. — С. Б.] більшості громадян. Інакше вона залишиться незрозумілою, а її мета (повідомити про новину) недосягнутою. Щоб бути зрозумілою, мова журналістики мусить бути *повсякденною*».

3. *Універсальність* лексико-тематичного діапазону.

4. *Інноваційність* мови журналістського тексту.

5. *Діалогічність* із залученням висловлень інших людей, «чужої мови».

6. Дифузія елементів *усності* в газетно-журнальному дискурсі — необхідний компонент аргументації та документальності факту, події, про яку йдеться в повідомленні.

У мові газет, журналів багато лексики розмовної сфери вживання, яка відображає мовні портрети учасників діалогів. Варто акцентувати увагу на просторічній периферійній лексиці, елементах соціолектів, які порушують уявлення про стильову норму мови публіцистики, скажімо до 90-х років ХХ століття.

На зміну врівноваженому стилю подачі інформації прийшла мода на перенесення на шпальти висловлення інтерв'юера, яке передає афективні стани мовців, їх розкутості, характерної для побутової ситуації, їх епатажності. Тому, наприклад, у писемній мові повідомлень «Газети по-українськи» та журналу «Країна» прижилися лексеми *ідіот, блін, гад, придурок, козел* та інші. Отже, часто середньолітературний стандарт спілкування межує з фамільярно-розмовним.

Суржик у сучасному газетно-журнальному повідомленні — це знак повсякденної мовної культури представників українського соціуму. Це не лише слова і словоформи, а й цілі фраземи (*скамейка для очікування, отсталий ученик* тощо).

Чи місце таким явищам у друкованих ЗМІ? Якщо ми говоримо про вплив мови ЗМК на мовну свідомість українців, то варто сказати, що руйнується не лише стильова норма, сформована за попередній період історії мови — до 90-х років ХХ ст.,

розхитуються й писемні, орфографічні норми, коли з видання до видання переходять ненормативні лексеми, коли в написанні відтворюють «акання» (*маладец*), «шокання» (— *Чуємо, шось страшно бахнуло*), асиміляцію приголосних (*ніззя*).

Л. О. Ставицька зазначала: «Побутує стійка (особливо серед журналістів) думка, що їхня мова — дзеркало мови населення. Насправді мова населення віддзеркалює мову журналістів, під її впливом у суспільстві поширилися знижені слова — як модні. Інакше кажучи, стійка тенденція до жаргоновживання у газетно-публіцистичному дискурсі засвідчує пейоризацію мови згори». Т. Ю. Ковалевська вважає, що «узвичаєння» розмовних варіантів у мові політикуму інтенсифікує не позитивне, а негативне його забарвлення, адже «надання «побутовості» політичному дискурсові ми не вважаємо його релевантною ознакою».

Отже, мовознавці стоять перед дилемою: чи то визнавати, що стильова норма змінилася — вплив художньої оповідності на стилістику газетного тексту у жанрах повідомлення — і змиритися з навалюю просторіччя, анормативів у мові газети, чи то заявляти про надмір фактографічно-документальних компонентів у мові газети. ЗМІ, очевидно, мають дбати не про розхитування, а про усталення літературної норми.

Марина Навальна

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СТИЛІСТИЧНІ ВИЯВИ ЖАРГОННОЇ ЛЕКСИКИ В ЗАГОЛОВКАХ ІНТЕРНЕТНОГО ВИДАННЯ «УКРАЇНСЬКА ПРАВДА»

Для мови українських засобів масової інформації початку XXI ст. характерне вживання жаргонної лексики, яку фахівці вважають одним із найдискусійніших явищ мовної культури. Сьогодні жаргонізми активно функціонують у ЗМІ, зокрема і в мові українських інтернет-видань — у публікаціях на молодіжну, кримінальну й суспільно-політичну тематику.