

## Мова ЗМІ та її вплив на формування культури мовлення

А. Ф. Нечипоренко

Національний технічний університет України «КПІ імені Ігоря Сікорського», Київ, Україна  
Corresponding author. E-mail: allanech67@mail.ru

Paper received 16.02.17; Accepted for publication 25.02.17.

**Анотація.** У статті розглядаються особливості мовлення сучасних засобів масової комунікації та характер їх впливу на зміну мовних норм, формування мовленнєвої компетенції та культури мовлення. Розглянуто приклади лексичних та граматичних новотворів, варіативних форм, визначено їхні основні семантичні групи та моделі творення. Приділено увагу результату впровадження окремих правил харківського правопису через телевізійне мовлення, процесу реактивації лексичних одиниць та граматичних форм. Проаналізовано характер типових помилок у мовленні телепередач у жанрі інтерв'ю.

**Ключові слова:** мовний стиль, літературна мова, культура мовлення, мова ЗМІ, мовна норма, новотвори, варіативні форми, словотвірна модель.

**Вступ.** Потреба у вивченні сучасних тенденцій розвитку української мови, питань мовної культури, виховання мовної свідомості особистості визначає актуальність досліджень науковців мовно-стилістичних особливостей публіцистичного стилю, зокрема стилю масової інформації, оскільки на сьогодні – це чи не найпотужніше джерело формування інноваційного словника, розвитку норм літературної мови, її комунікативних ознак, і для багатьох мовців – це своєрідний освітньо-навчальний канал, що здатен забезпечити потреби у формуванні умінь та навичок правильного, грамотного користування мовними ресурсами.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Медійний дискурс у цілому, зокрема культура мови газетних видань ставали предметом дослідження багатьох українських мовознавців: О. Пономаріва, О. Сербенської, О. Стишова, Л. Масенко, А. Васильєва, Н. Линник та інших; питання культури теле- та радіоефіру розглянуто в дослідженні мовознавця І. Заліпської, стилістичні особливості україномовного контенту блогів мережі Інтернет – Зайцевої С.В., мова телереклами – Денисенко О.В. Розвиток лексичного запасу мови пов'язаний з різноспрямованими процесами: інтернаціоналізацією – націоналізацією, інтелектуалізацією – демократизацією, активізацією – пасивізацією. Усі ці процеси потребують наукового осмислення, зокрема на матеріалі ЗМІ, оскільки «стиль засобів масової інформації очолює ієрархію впливових функціональних сфер літературно-мовної практики. Мова засобів масової інформації, політикуму, розвиток лінгводидактики на національній державній літературно-мовній основі, екстралінгвальні чинники централізації економічного та культурного життя етносу сприяють уніфікації дескриптивної та прескриптивної норм літературної мови, їх поширенню та усвідомленню соціумом» [1, с. 9].

**Мета** статті – проаналізувати особливості мови засобів масової інформації на сучасному етапі та визначити їх вплив на формування культури мовлення.

**Матеріали та методи.** Метою визначається виконання таких завдань: схарактеризувати рівень нормативності мовлення телевізійних передач інформаційного характеру; виявити типові помилки у телевізійному мовленні в жанрі інтерв'ю та вказати на їх характер. Матеріалом дослідження слугували матеріали інформаційних передач лінійного та інтерактивного типу каналів СТБ, 1+1, Інтер та інтерв'ю з політиками, розміщені на YouTube.

**Виклад основного матеріалу.** Враховуючи те, що ЗМІ є не лише інформаційним каналом, а й одним із важливих мовних авторитетів для сучасного мовця, що потужно впливає на формування культури мови та мовлення, професор О. Пономарів зазначає: «З розширенням функцій української літературної мови зростає потреба підвищувати культуру спілкування. Певна річ, усі відразу не можуть заговорити добірною мовою. Однак є люди, які не мають права на помилки (актори, лектори, диктори та інші працівники радіо та телебачення, вчителі, викладачі, науковці), бо їхнє слово мусить бути взірцем для решти громадян України [4, с.12]. Культура мовлення, а разом з тим і культура мислення, – це відображення загальної культури та інтелігентності, рівень освіченості, починається культура мови з самоусвідомлення себе як мовної особистості. На думку вчених, поняття мовної особистості переплітається з етнокультурними та національними рисами індивідуальності, мовна особистість є глибоко національним феноменом. Важливим складником національної свідомості є ставлення до мови, оцінка її як окремих її, самобутньої, здатної до культурного акумулювання знань, досвіду інших народів і до як найповнішого вираження національної мовної картини світу [7, с. 17]. Мовна культура виявляється у дотриманні мовних норм літературної мови, що «відповідають системі мови й сприймаються як зразок суспільного спілкування» у вмінні висловлюватися правильно і виразно, використовуючи за призначенням різні стилістичні засоби; культура мовлення орієнтована на формування креативної особистості, яка має розвинене чуття мови, досконало володіє мовним етикетом, знайома з кращими зразками мовної поведінки [6, с.7].

Телебачення, порівняно з іншими засобами масової інформації, значно більше може впливати на формування культури мовлення, оскільки охоплює широку аудиторію, усі сфери життя, популяризує новітні вхідження, формує мову, тож, вочевидь, через телебачення повинна вестися активна пропаганда української мови. Як зазначає науковець О.А. Стишов, мовна практика ЗМІ виходить на перше місце в процесах формування, творення і поширення нових виражальних засобів, функціонального перегрупування лексики, а найголовніше – витворення і закріплення нових мовних норм [5, с.34], адже рівень запроваджених мовних норм через особливості впливу на слухача та телеглядача в цих видах ЗМІ є значно вищим, ніж вплив друкованої періодики [5, с.41].

Розглянемо деякі примітні новотвори у мовленні журналістів аналізованих каналів, що свідчать, про здатність формувати та пропагувати нові норми саме у площині медіа. Безсумнівно, останнім часом глядачі помічали у матеріалі викладу слова/форми слів, варіативні форми, які часто сприймаються пересічними глядачами як порушення/відхилення від усталених норм, проте насправді мають іншу природу та мотивацію використання. Як відомо, наявність варіативних форм – ознака розбудованої стилістичної системи літературної мови. Варіанти літературної норми є ознакою її динамічності, рухливості, а отже, й джерелом постійних мовних змін, що відображають пошуки адекватних засобів мовного вираження [6, с. 59].

Виявлено варіативність мовних норм різного характеру: граматичні варіанти, до яких входять словотвірні та морфологічні модифікації: утворення іменників на позначення осіб за допомогою суфіксів **-ар**: мітингар (мітингарі) = учасник мітингу; кіоскар (кіоскарі) = власник або працівник кіоску; службар (службарі) = той, що знаходиться на службі, службовець; **-івець (-овець)**: атівець = учасник АТО; спортовець (спортовці), спортівець (спортівці) = той, хто займається спортом, спортсмен; посадовець (посадовці) = той, що обіймає певну посаду; інтернатівець (інтернатівці) = той, хто живе в інтернаті; бізнесовець = людина, яка займається бізнесом; урядовець = член уряду; **-ист**: галерист = працівник галереї; **-ник**: урядник (урядники) = службова особа; цілувальник (цілувальники) = той, що цілується; музейник (музейники) = працівник музею; милувальник (милувальники) = той, хто захоплюється побаченим; очільник (очільники) = той, хто очолює; протестувальник (протестувальники) = той, хто протестує; займальник = той, хто займає гроші; комунальник = працівник комунальних служб, дорожник = працівник дорожньої служби, військовик = військослужбовець. Так, іменники жіночого роду творяться за допомогою суфіксів **-ин(я)** та **-к(а)**, останній з яких є більш продуктивним. Новоутворені слова дають змогу заміни прикладки «жінка-...» однослівним варіантом, чим забезпечується й «мовна економія»: **-ин(я)**: продавчиня = жінка-продавець; мисткиня = жінка-митець; педіятриня = жінка-педіатр; майстриня = жінка-майстер; членкиня = жінка, яка є членом певної організації; місциня = місцева жителька; прем'єрка = жінка-прем'єр, реформаторка = жінка-реформатор, дипломатка = жінка-дипломат.

Прикладами лексичних новотворів можуть бути такі: автівка = автомобіль; хмаросряб, небосяг = хмарочос; стравоспис (від «страви» та «список») = меню; ініоземний = іноземний; пустка = пусто; кермування = керування автомобілем; поречка = непорозуміння; жахачка = щось, що може злякати; світлина = фотокартка; велопаркювання = паркування для велосипедів; рельсохід = трамвай; воднічасно = одночасно; мєрство = час обіймання посади мером; мєрський (мерські вибори) = той, що стосується мерії; антивандальний = той, який запобігатиме вандалізму; далекочуй = телефон; емоційка = смайлик; кóрок = затор (калькування з рос. «пробка на дороге»); кримець = житель АР Крим; летун = льотчик.

Поява таких синонімічних варіантів до кодифікованих словникових лексем може бути результатом, на

думку дослідників, наслідком активізації процесу дистанціювання, віддалення від російської мови шляхом пошуку таких слів, які б несли в своїй структурі характерні ознаки словотворення системи української мови та посилення уваги до питомих джерел української національної мови [5]. Окремі слова (автівка, прем'єрка, евро, світлина, мисткиня, поліціант тощо) поступово вживлюються у мовлення. Існує деяка неоднозначність у ставленні мовців до інновацій, а часом і просто негативне ставлення до подібних змін. Такий факт можна пояснити тим, що не всі респонденти ознайомлені з історією розвитку української мови, не розуміють мотивації таких входжень, вважають їх штучними.

Поява вимовних варіантів, «реактивованих» форм у мовленні журналістів, насамперед пов'язана із впровадженням у теперішнє мовлення деяких положень «харківського правопису», відомого як правопис Голоскевича або скрипниківка, що був прийнятий 1928 р. шляхом голосування на Всеукраїнській правописній конференції, та Проекту правопису 1999 року: *етер, поліціант, евро, Европа, Діяна, офіціант; комедіант; законопроект, недіятр, діяспора, Маріупіль* тощо.

Функціонування в мові ЗМІ розмовних та жаргонних лексем пов'язане з прагненням до оновлення й оживлення мовної стилістики, із намаганням відійти від канонів спілкування радянської доби, підкреслюючи невимушеність, неофіційність, гнучкість усного мовлення та ін. Однак нагромадження таких мовних засобів не можна вважати доцільним, нормативним, оскільки воно часом створює прямо протилежний ефект – відрази та протесту проти такого способу подання інформації. Несвідоме використання знижених мовних засобів свідчить як про низьку культуру мовлення учасника комунікації, так і про небезпечну тенденцію розмивання стильових меж. Мова ЗМІ спрямована передусім на широке коло читачів і зорієнтована на загальноживану лексику і фразеологію. Проте демократизація мови хоч і сприяє функціонуванню яскравих експресивних стійких висловів із метою увиразнення викладу, водночас і руйнує естетику тексту.

На сьогодні відзначаємо заполітизованість суспільства, глядач цікавиться політичними новинами в країні, роботою керівних органів, уважно слідує за коментарями членів уряду. Наш мовностилістичний експеримент аналізу інтерв'ю окремих урядовців дав змогу визначити типові помилки депутатів, які можуть стати невдалим зразком для пересічного глядача. Умовою експерименту стало лімітованість часу: п'ятихвилинне прослуховування виступів представників уряду, що дасть змогу визначити і статистику порушень. Установлено, що 23% відхилень складають орфоепічні помилки, зокрема фіксуємо нетрадиційне для української мови акання: [а]кремі, [а]собливо, [а]станній, чітк[а], п[а]чаток, [а]кремих к[а]мандирів, жостк[а] тощо, нерозрізненість у вимові е/е, і/і: сЄрїозно, зМовий, пЄнсїй, грївен; наголоси: вІлмоги, не бУло, нОвий, провЕли, листОпада; 24% - лексичні помилки, серед них русизми: я рахую, невїрне рїшення, скачок в економїці, в обличчі президента (замість в особі), вірно приймати рїшення, країня необхідність, бувий президент, приймати участь, мутна вода; не розпізнання паронімів, що призводить до порушення точнос-

ті висловлення: зокрема *компанія-кампанія, відносини-відношення, стан-становище-положення*; 53% - граматичні неточності: *Роттердаму (замість Роттердама)*, а також неправильне побудова словосполучень з прийменниками: *заходи по покращенню, входить в коло, по кількості родин, по структурі, із-за обставин, в повній мірі, питання по звільненню, працюють по принципах*, відмінювання числівників та узгодження числівників з іменниками: *сто п'ятдесяттю, 53 суб'єкта*. Тож гіпотетично ці ж помилки можуть інтегруватися у мовлення українців.

**Висновки.** Отже, як показало дослідження, у мові ЗМІ поступово модифікуються загальноприйняті нор-

ми, піддається зміні сучасне українське мовлення, поступове поповнюється лексичний склад української мови, активно видозмінюються старі словникові форми, «реактивуються» питомі елементи, утворюються нові слова. Враховуючи активний вплив мови ЗМІ на формування культури мовлення українців, слід підкреслити потребу в контролі за якістю ефіру та друкованих видань.

Перспективу досліджень вбачаємо в аналізі нормативності інтернет-текстів та їх впливу на формування мовної компетентності, а також вироблення засобів запобігання потраплянню мовних покручів у текстову канву та у мовлення інтернет-користувачів.

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Биби́к С.П. Усна літературна мова в українській культурі повсякдення: комунікативно-прагматичний та нормативний аспекти: автореф. дис...д-ра філол. наук: 10.02.01/ С.П. Биби́к; НАН України, Ін-т укр.мови. – К., 2013. – 41 с.
2. Залінська І.Я. Комунікативні ознаки української мови в прямому радіо та телефірі: автореф. дис... канд філол. наук: 10.02.01/НАН України, Ін-т укр.мови. – К., 2012. – 20 с.
3. Мацько Л. І. Стилїстика української мови/ Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько; [ред. Л. І. Мацько] – К.: Вища школа, 2005. – 462 с.
4. Пономарів О. Українське слово для всіх і для кожного/ О.Пономарів. – К.: Либідь, 2013. – 359 с.
5. Стишов А.О. Українська лексика кінця ХХ століття: (На матеріалі мови засобів масової інформації). – 2-ге вид., переробл./ А.О. Стишов. – К.: Пуґач, 2005. – 388 с.
6. Українська мова. Енциклопедія / [ред. В. М. Русанівський]. – К.: «Українська енциклопедія» ім. М. П. Бажана, 2000. – 750 с.
7. Яцимирська М. Культура фахової мови журналіста/ М.Яцимирська. – Львів: ПАІС, 2004. – 332 с.

#### МАТЕРІАЛ ДОСЛІДЖЕННЯ

1. <https://www.youtube.com/watch?v=clUXUJF4VRs>
2. <https://www.youtube.com/watch?v=-OcCMJORZoU>
3. <https://www.youtube.com/watch?v=fqG4cjE7bTU>
4. <https://www.youtube.com/watch?v=ICCeC4QRwss>
5. <https://www.youtube.com/watch?v=HzUZvS7CzJA>
6. [https://www.youtube.com/watch?v=CcTmcy\\_VoaM](https://www.youtube.com/watch?v=CcTmcy_VoaM)
7. <https://www.youtube.com/watch?v=hsyKh7SuI8k>
8. <https://www.youtube.com/watch?v=yILnGyZQ1PQ>

#### REFERENCES

1. Bybyk, S.P. Oral Ukrainian literary language in everyday culture: communicative-pragmatic and normative aspect: Doctoral Thesis in Philological Sciences : 10.02.01/ S.P. Bybyk; Academy of Science , Ukrainian Language Institute. – K., 2013. – 41 p.
2. Zalinska, I.Ia. Communication features live Ukrainian language radio and television: Doctoral Thesis in Philological Sciences : 10.02.01/ Academy of Science , Ukrainian Language Institute . – K., 2012. – 20 p.
3. Matsko, L. I. The style of Ukrainian language/ L. I. Matsko, O. M. Sydorenko, O. M. Matsko – K.: Vyshcha shkola, 2005. – 462 p.
4. Ponomariv, O. Ukrainian word for everyone and for everyone / O.Ponomariv. – K.: Lybid, 2013. – 359 s.
5. Styshov, A.O. Ukrainian vocabulary of the late twentieth century: (on the material language media)/ A.O. Styshov. – K.: Puhach, 2005. – 388 p.
6. Ukrainian language. Encyclopedia/ [ed. V. M. Rusanivskyi]. – K.: «Ukrainska entsyklopediia» im. M. P. Bazhana, 2000. – 750 p.
7. Yatsymirs'ka, M. Culture of professional language journalist/ M.Yatsymirska. – Lviv: PAIS, 2004. – 332 p.

#### Media language and its influence on the formation of speech

##### A. F. Nechyporenko

**Abstract.** In the article features of modern broadcast media and the nature of their impact on changing the language rules and the formation of speech competence of speech. Examples of lexical and grammatical tumors, variant forms, defined their basic semantic groups and model creation. Attention is paid to the result of implementing certain rules Kharkiv spell through television, reactivation process of lexical items and grammatical forms. The nature of the typical mistakes in speech in the genre of TV interviews.

**Keywords:** style language, literary language, speech culture, language media, linguistic norm growths divergent forms, derivational model.

#### Язык СМИ и его влияние на формирование культуры речи

##### A. Ф. Нечипоренко

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности речи современных средств массовой коммуникации и характер их влияния на изменение языковых норм, формирование речевой компетенции и культуры речи. Рассмотрены примеры лексических и грамматических новообразований, вариативных форм, определены их основные семантические группы и модели образования. Уделено внимание результату внедрения отдельных правил харьковского правописания через телевизионное вещание, процесса реактивации лексических единиц и грамматических форм. Проанализирован характер типичных ошибок в речи телепередач в жанре интервью.

**Ключевые слова:** языковой стиль, литературный язык, культура речи, язык СМИ, языковая норма, новообразования, вариативные формы, словообразовательная модель.