

## Стан української мови на сучасному телебаченні

Вінницький національний технічний університет

### *Анотація*

*У статті досліджено функціонування української мови в телепросторі, простежено сучасний стан мови телебачення, проаналізовано зміни, які відбулися протягом останніх років у телеефірі.*

**Ключові слова:** *українська мова, телепростір, засоби масової інформації, телебачення, жаргонізми, аргонізми, носій мови*

### *Abstract*

*In this article functioning of Ukrainian in an air is investigated, the current state of television language is traced and changes which have happened in TV-cast during recent years are analysed.*

**Keywords:** *Ukrainian, telespace, mass media, television, jargons, argonizm, native speaker*

Засоби масової інформації – це важливе джерело інформування, культурно-просвітницького впливу та формування суспільної думки. Телебачення, на відміну від інших мас-медіа (газет, журналів, радіо), має значні переваги: велику різновікову аудиторію, поєднання звуку й рухомої картини, можливість обрати програму або фільм відповідно до інтересів й уподобань.

Актуальним на сьогодні залишається питання вивчення стану та функціонування української мови в сучасних засобах масової інформації. Відповідно до вимог, які висуває суспільство до сучасних ЗМІ, – інформаційна місткість, сьогочасність, оперативність – журналісти використовують такі мовні засоби, які забезпечують емоційність викладу, докладність, оцінність, переконливість [1, 27].

Метою наукової розвідки є дослідження функціонування української мови в телепросторі, аналіз сучасного стану і змін, які відбулися останніми роками в телеефірі.

Проблема функціонування українського телебачення сьогодні особливо актуальна. Її досліджували у своїх роботах А. Погрібний, С. Караванський, В. Лизанчук, О. Пономарів, В. Радчук та інші. Найбільше привертає увагу мовлення телеведучих. Адже саме вони не лише інформують, а й впливають на мовлення, мовні норми, словниковий запас глядачів. Така наука телеефіру часто результативніша, ніж мова школи, підручників. Зокрема в роботі С. Караванського "Пошук українського слова, або боротьба за національне "я", поруч з аналізом подано шляхи запобігання поширенню мовних ненормативностей, створено словнички-рятівнички від заїкання, від моди, від мавпування [2, 236].

З-поміж усіх засобів масової інформації телебачення є найпотужнішим сучасним інструментом пропаганди. Як засвідчують соціологічні дослідження, рівень довіри до ЗМІ залишається досить високим і сталим. Тому доцільним буде проаналізувати мовну ситуацію на провідних каналах. На найпопулярнішому телеканалі "Інтер" у будні з 18-ти годин трансляції 5,8 години припадає на україномовні передачі, тобто лише 35,3% ефірного часу відведено для державної мови. У неділю українська мова звучить 7 годин із сукупних 17-ти годин трансляції, тобто 41,1%. Середній відсоток україномовних передач становить 38. На телеканалі "1+1" у будні трансляція триває 19 годин, з них 9,6 години – українською мовою, тобто близько 50 %. Ще 26 % відведено для російськомовної продукції з українськими субтитрами. У неділю, коли кількість глядачів найбільша, частка україномовної продукції на цьому телеканалі значно зменшується. Лише 6,75 години лунає українська мова в ефірі, тобто 39%. Якщо говорити про середній показник, то близько 45 % продукції виходить українською мовою [3, 68]. Щодо національного телеканалу УТ-1, то тут ситуація набагато краща: близько 96% ефірного часу зайнято українською мовою. Тільки російські художні фільми й мультфільми транслюють без перекладу. Лише телеканал УТ-1 намагається якнайбільше використовувати українську мову. Проте він не має популярності серед молоді й глядачів середнього

віку. Основну аудиторію Першого національного телеканалу становлять передусім люди старшого віку. На двох інших телеканалах мовна ситуація значно гірша. Пересічний відсоток україномовної продукції не досягає 50.

Сучасне українське телебачення перебуває в пошуках нових параметрів своєї діяльності. У тележурналістських колах з'явилося поняття елітарний носій мови – це не той, що ніколи не робить помилок, а той хто здатний бачити їх у себе, бути в постійних пошуках шляхів удосконалення своєї мовної особистості. Один із ефективних способів – вдумлива робота зі словниками, які допомагають уникнути невластивих українській мові висловів, активізувати природні ресурси української мови [4, 19]. Уже за років незалежності, пізнаючи себе, Україна почала придивлятися до свого мовного обличчя. З одного боку, "мовна" Україна розкривалася – і насамперед перед світом – у багатстві літературного різновиду національної мови, до формування й утвердження якого докладало зусилля не одне покоління письменників, науковців, священнослужителів, юристів інтелігентних людей різних соціальних верств, записуючи, як казав І. Франко, її нестертий слід "самостійно між культурні мови" [4, 20]. На сьогодні мову ЗМІ заповнив суржик: мішанина в подачі текстів і мікротекстів українською та російською мовами у співвідношенні часто не на користь державної мови; такою мішаниною заповнено звуковий простір; мовний дискомфорт супроводжує у столиці та в інших великих містах сходу й півдня. Якщо додати сюди американізм, то є всі підстави твердити про маргінальність мовного життя. У сучасній мові засобів масової інформації відбуваються також процеси лібералізації й демократизації, характерні для мов усіх посттоталітарних суспільств. На лексичному рівні це простежується в руйнуванні меж між так званими стилістичними категоріями слів. Зазнає змін і сама структура тексту, автори, не обтяжуючи себе жодними дотепер усталеними нормами і рамками, шукають потрібної їм тональності своїх текстів. Просторіччя, жаргонізми, арготизми, яким раніше визначали місце на периферії, "вирвалися" з неї і опановують різні, навіть "поважні" тексти. Щоразу частіше лунають на телеканалах слова й вирази, які колись уживали лише на вулиці, у спілкуванні серед певних, соціально маркованих груп, або новотвори:

1. Жаргон кримінального середовища (*замочити, пахан, глухар, стрелка, бабки, мент*). Такі донедавна не зрозумілі для загалу, вживані лише певними групами мовців, слова стали тепер відомими чи не всім, їх чують діти, школярі, молодь; вони вже не викликають здивування, обурення. Найчастіше вони лунають у телесеріалах і фільмах на кшталт "Менти", "Бандитський Петербург", "Бригада", "Кріт".

2. Молодіжний сленг. Найчастіше ним послуговуються перекладачі іноземних фільмів, а також ведучі та гості розважальних молодіжних програм. Так, уже звичним стало чути *прикольно, класно, фігня, кайф, кльово, балдіти*. Помітно використовують сленг і в рекламі ("*Чері – прикольна вишня*" і под.).

3. Неологізми, що їх створюють журналісти, піарівці, рекламисти: *депутати тузляться* (про події навколо острова Тузла); *більшовики* (більшість у парламенті); *снікерсни у своєму форматі; шейканемо, бейбі*.

4. Нецензурна лексика. Вона, здається, вирвалася з підвалів і під'їздів та набула "офіційного статусу", передусім у численних художніх фільмах, особливо популярних серед молоді. Безперечно, це далеко не позитивні зміни [4, 49].

Українське телебачення має ще багато проблем, оскільки журналістам далеко до зразкового мовлення. Але ж бажання слухати вимагає кваліфікованого мовця. Сподіваємося, що нова генерація журналістів приділятиме більше уваги мовній підготовці: набуватиме фундаментальних знань, прагнутиме володіти багатим лексичним запасом, навчиться правильно будувати висловлювання, грамотно говорити, формуватиме справжні мовні особистості.

Отже, стан ефірного мовлення в Україні не дуже втішний. Журналістам все більше треба відходити від уживання росіянізмів і використовувати українську мову. Молодь, дивлячись та слухаючи передачі на телебаченні та радіо, буде наслідувати унормовану українську мову і, взагалі, значно зросте їхня духовність. Будемо сподіватися, що стан українського ефіру поліпшиться і телебачення вийде на гідне місце у світі. Багато потрібно працювати над удосконаленням ефірного мовлення. Для розв'язання проблем подальшого покращення діяльності телебачення в Україні потрібні зусилля не лише журналістів-практиків, а й теоретиків – учених-лінгвістів, соціологів, психологів, філософів, культурологів та ін. Від їхніх поглиблених наукових досліджень та висновків, на які могла б ґрунтуватися практика, залежить також і рівень телевізійної критики у пресі, її можливості кваліфіковано аналізувати творчі здобутки й прорахунки на телеекрані.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Стадній А. Мовні та позамовні чинники виникнення й функціонування конотативно маркованих дієслів у текстах ЗМІ / Стадній А. Мовні та позамовні чинники виникнення й функціонування конотативно маркованих дієслів у текстах ЗМІ / А. Стадній // Materials of the XII International scientific and practical conference, «Conduct of modern science- 2016», November 30 - December 7, 2016 on Philological sciences, p. 27-30.
2. Караванський С. Пошук українського слова, або боротьба за національне "я"/ Караванський С. – Київ : Академік, 2001. – 236 с.
3. Дончик В. Мова не винна : (Про суржик, двомовність і грамотність на українському ТВ) / В. Дончик // Слово і час. – 2001. - № 2. – С. 68-77.
4. Мацюк З. О. Українська мова професійного спілкування: Навчальний посібник: Навч. посібник для фак. журналістики /А. П. Коваль, Г. Я. Солганик, О. Ф. Пінчук та ін. - К. : Вища шк., 1983. - 151 с.
5. Штурнак О. Порушення мовних норм на українських телеканалах (УТ-1, 1+1, ІНТЕР) / О. Штурнак // Телевізійна й радіожурналістика: Зб. наук.–метод. праць. – Львів, 2003.
6. Дмитровський З. Є. Телевізійна журналістика. Навч. посібник. / З. Є. Дмитровський. – Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2006. – 208 с.
7. Бабич Н. Д. Практична стилістика і культура української мови : Навч. посібник / Н. Д. Бабич. – Львів : Світ, 2003. – 432 с.
8. Шаповал Ю. Г. Телевізійна публіцистика: методологія, методи, майстерність: Монографія / Ю. Г. Шаповал. – Львів: Видавничий центр Львівського національного університету імені Івана Франка, 2002. – 233 с.
9. Ваніна О. Значення голосу і манери говорити для теле- і радіожурналістів / О. Ваніна // Телевізійна й радіожурналістика: Зб. наук.–метод. праць. – Львів, 2002.
10. Жугай В. Проблеми якісної продукції в українському телебаченні / В. Жугай // Телевізійна й радіожурналістика: Зб. наук.–метод. праць. Львів, 2000.

**Колядич Марія Вікторівна** – студентка групи КІВ-16б, факультет комп'ютерних систем та автоматики, Вінницький національний технічний університет, смт.Черняхів Житомирська обл., [mashakoljadich@mail.ru](mailto:mashakoljadich@mail.ru),

Науковий керівник: **Стадній Алла Сергіївна** – кандидат філологічних наук, старший викладач кафедри мовознавства, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, [stadniy.alla@ukr.net](mailto:stadniy.alla@ukr.net)

**Kolyadych Maria** – student of KIV-16b, Faculty of Computer Systems and Automation, Vinnytsia National Technical University, Chernyakhiv Zhytomyr region, [mashakoljadich@mail.ru](mailto:mashakoljadich@mail.ru),

Supervisor: **Stadniy Alla Sergiyivna** – senior researcher of Philology, Department of linguistics , Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, [stadniy.alla@ukr.net](mailto:stadniy.alla@ukr.net)