



МОВА ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

УДК 81'246+26

Світлана Соколова

ЗАСОБИ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ В МОВНОМУ БУТТІ ДЕРЖАВИ

Статтю підготовлено за матеріалами виступу на Круглому столі «Мовна ситуація в Україні: оцінки стану та моделі змін» в Національній академії наук України з нагоди Міжнародного дня рідної мови 18 лютого 2016 року. У ній наголошено, що практична двомовність великої частини суспільства дає змогу корегувати функціональне навантаження мов у медійному просторі на користь державної мови шляхом підвищення якості українськомовного продукту, розширення його тематичного наповнення, цільового спрямування на певну аудиторію тощо.

Ключові слова: засоби масової комунікації, мовна свідомість, українська мова, російська мова, двомовність, вибір мови.

The article based on a speech at the Round table “Language situation in Ukraine: assessing the state and changing of the models” in The National Academy of Sciences of Ukraine on the occasion of International Native Language Day on 18th February, 2016. The article emphasize that the practical bilingualism of the large part of society allows to correct the functional loading of the language in Media on the favor of the state language by improving the quality of Ukrainian-language product, expansion of thematic content, targeted use to a certain audience.

Keywords: mass media, linguistic consciousness, Ukrainian, Russian, bilingualism, language choice.

Існування сучасної людини важко уявити без засобів масової комунікації, як традиційних друкованих – газет, журналів,

так і електронних – радіо, телебачення, Інтернету, в якому, в свою чергу, можна натрапити на «електронних двійників» друкованих джерел. Цілком закономірна і зміна загальної назви інформаційних ресурсів із засобів масової інформації (ЗМІ), які переважно надавали інформацію (хоча й передбачали можливість зворотного звернення за допомогою листів), на засоби масової комунікації (ЗМК), спілкування з якими можливе в реальному часі (за допомогою прямих включень, дзвінків до студії та голосувань під час прямого ефіру та ін.). Можливості впливу ЗМК на свідомість людей, зокрема й на їхню мовну свідомість, важко переоцінити. Виявляється цей вплив і через висловлювані думки, і через саму мову ЗМК – через її якість, вибір мовних засобів, а в мовно неоднорідному суспільстві – і через вибір самої мови передач або публікацій. За відсутності державного регулювання вибору мови публікації чи передачі він залишається за власником (редактором) або відбувається стихійно. Нерідко як обґрунтування вибору мови видання висувається бажання споживачів читати і слухати інформацію певною мовою, і такий аргумент використовують передусім на підтримку російськомовних видань, висуваючи таким чином на перше місце мову, а не зміст інформації. Утім, як показують соціологічні дослідження, навіть за прямого запитання про мовні переваги у сфері ЗМК на загал більше половини українців не дають однозначної відповіді, обираючи або варіант «українською та російською», або «мова не має значення» і тим самим віддаючи перевагу змісту повідомлення.

Восени 2013 року серед студентів-журналістів різних регіонів України було проведене дослідження (до нього встигли ще потрапити Сімферополь і Донецьк) за анкетною, запропонованою Інститутом української мови НАН України [Бибик 2014]. Результати цього дослідження детально проаналізовані в статтях, опублікованих у журналі «Українська мова» [Руда 2014; Соколова 2014]. Вони показали, що основний критерій вибору засобу інформації, принаймні друкованого – це його зміст. Таку відповідь дали від 64 % (північний регіон) до 92 % (Крим) респондентів, водночас мову видання як чинник вибору назвали лише від 7,27 % (східний регіон) до 24,47 % (західний регіон) опитаних. Причина такої неувagi до власних

мовних уподобань полягає в тому, який саме медійний продукт запропоновано споживачеві. Не дивно, що найвищий відсоток тих, хто зважає на мову, обираючи друковане видання, на заході України, оскільки саме там більша сама можливість вибору за рахунок українськомовних видань. В інших регіонах, зокрема в Києві, майже немає українськомовної преси, тому кияни, зокрема й українськомовні, приречені на примусову двомовність. За даними ще одного опитування, здійсненого Інститутом української мови НАН України (547 респондентів) [Соколова 2013], лише близько половини переважно українськомовних киян слухають радіо і дивляться телевизор лише або переважно українською мовою, а близько 8,5 % взагалі звертаються тільки або переважно до російських джерел.

За даними аналітичного огляду «Становище української мови в Україні в 2014-15 роках», оприлюдненого рухом «Простір свободи» у липні 2015 року (http://osvita.mediasapiens.ua/mediaprosvita/research/analitichniy_oglyad_stanovische_ukrainskoi_movi_v_20142015_rokakh/), порівняно з минулими роками зменшилася частка українськомовних газет та журналів, російська мова продовжує домінувати в національному теле- та радіоефірі, зокрема:

- Частка **газет**, що видаються українською мовою, продовжує падати і становила за 2014 рік 29,5%.
- З **журналами** та іншими періодичними виданнями ситуація катастрофічна – лише 9,9% від загального накладу випущено в 2014 українською мовою (у 2010 році цей показник становив 19,6%).
- В прайм-тайм восьми найрейтинговіших **телеканалів** частка російської мови в ефірі становила 44%, а української – 30%. При цьому зріс до 26% час «двомовних» ефірів.
- Частка пісень українською мовою в ефірі п'яти найрейтинговіших **радіостанцій** становить мізерні 5% від загальної кількості пісень.

Українськомовний споживач далеко не завжди може задовольнити свої потреби й в Інтернеті, оскільки навіть наявність на певному ресурсі українськомовної сторінки не забезпечує інформацію саме українською мовою. Так,

підрахунок кількості анонсів українською та російською мовами на головній сторінці **української версії** відомого електронного ресурсу ukr.net (в той самий день тричі з інтервалом у півгодини) показав, що повністю українськомовним є лише інтерфейс сторінки, а анонси новин (як і власне новини) запропоновані українською лише в 20-30 % випадків:

**Використання мов на порталі новин ukr.net
(українська версія) 17.02.16:**

Рубрика	Мова анонсу						Усього анонсів
	Українська			Російська			
	I	II	III	I	II	III	
Головне	1	1	3	2	2	0	3
Політика	2	2	1	3	3	4	5
Економіка	1	0	3	4	5	2	5
Події	2	1	2	3	4	3	5
Суспільство	2	2	1	3	3	4	5
Київські новини	1	3	2	4	2	3	5
Технології	0	1	1	5	4	4	5
Авто	0	1	0	5	4	5	5
Спорт	0	2	2	5	3	3	5
Здоров'я	0	1	1	5	4	4	5
Шоу-бізнес	0	1	2	5	4	3	5
За кордоном	0	1	2	5	4	3	5
Курйози	2	2	0	3	3	5	5
Фоторепортаж	0	0	0	5	5	5	5
Відео	2	2	2	3	3	3	5
Загалом	13	20	22	60	53	51	73
%	17,8	28,8	30,1	82,2	72,6	69,9	100

Серед анонсів російською мовою трапляються посилання на російську версію двомовних ресурсів, яка нерідко до того ж представлена неякісним автоматизованим перекладом з української мови, про що можна здогадатися за характером мовних невправностей, на зразок: *произошла ДТП (дорожно-транспортное происшествие* – сер.р., пор. укр. *дорожно-*

транспортна пригода – жін.р.) пламя от них не погас (пор. укр. *вогонь – чол.р.*), *существует политическая тенденция вытеснения беженцев из территории России обратно в Украину* (сплутування російських префіксів *с-* і *из-*, які в українській мові є варіантами того самого афікса, утім ця помилка може бути й наслідком інтерференції в оригінальному тексті). Під час звернення до власне ресурсу примусове перемикання мови з російської на українську може спричинити перехід на головну сторінку, тобто втрату конкретної інформації, отже, щоб отримати інформацію, українськомовний споживач змушений у більшості випадків робити це російською мовою або, принаймні, докласти додаткових зусиль.

Отже, незважаючи на офіційний статус української мови як державної, за функціонуванням у сфері масової комунікації вона поступається російській, і цей дисбаланс останнім часом зростає. За таких умов захист права російськомовних на використання російської мови перетворюється на захист права не знати (навіть не розуміти) державну мову і обмеження прав українськомовних на використання рідної мови. Реальний білінгвізм більшості населення України (принаймні на рівні сприйняття мов) дає змогу корегувати функціональне навантаження мов, не створюючи суспільної напруги. За даними вже згаданого опитування студентів, частка тих, хто свідомо обирає суто російськомовний продукт, досить невелика (від майже 7 % на заході до 18,5 % на сході, лише в Криму вона зростала до третини опитаних). Водночас саме там найбільше виявилось тих, хто не звертає уваги на мову видання, а це – потенційні споживачі українськомовного продукту. Звичайно, зараз у тих регіонах ситуація змінилася, і оцінити її об'єктивно, мабуть, неможливо. Але треба використати готовність читати українською тих, хто може це робити (третина мешканців заходу, близько половини респондентів у центрі та на півночі, близько 60 % у Києві та на півдні країни, майже 80 % опитаних студентів зі сходу). Звичайно, дані, отримані від студентів-гуманітаріїв, не можна беззаперечно поширювати на все населення відповідних регіонів, проте їхні відповіді на інші питання анкети, зокрема про мову повсякденного спілкування, мову комфорту тощо,

загалом відповідають мовним перевагам мешканців регіонів, які вони представляють, тому можуть бути підставою для детальнішого соціолінгвістичного обстеження, зокрема й з метою подальшого корегування мовного навантаження у сфері ЗМК.

За останні два роки під гаслом «Єдина країна – єдина країна» значно зросла кількість передач з двома ведучими, які розмовляють різними мовами, а на деяких каналах – і загальна кількість російськомовних блоків. Окремі канали ТБ у російськомовному блоці навіть здійснюють закадровий переклад інтерв'ю українськомовних. Аналіз ставлення інформантів до теле- та радіопередач, у яких одночасно використовують українську та російську мови [Руда 2013], показав, що в більшості регіонів воно негативне в понад половині респондентів. Схвально ставляться до паралельного використання мов представники сходу (майже половина) і півдня – майже третина. Обговорюючи питання двомовності ЗМК, слід звертати увагу на те, чи є це концепцією передачі, яку запроваджують ведучі, чи гість обирає мову, якою йому легше висловлюватися. Зважаючи на реальну мовну ситуацію в країні, можна погодитися з тим, що запрошена до спілкування пересічна людина може обрати мову, якою їй зручніше висловлюватися, але журналісти, посадові особи, діячі культури мають бути зорієнтовані на те, що саме вони можуть посприяти реальному удержавленню української мови.

Двомовність ЗМК не лише розхитує позиції державної мови, вона ще й не найкращим чином впливає на якість мови самих джерел інформації – як української, так і російської. Мові публічних людей, яких ми чуємо в теле- і радіоефірі, нерідко притаманні:

- інтерференція і навіть суржик: українсько-російський і новий російсько-український; двомовне спілкування провокує такі помилки навіть у тих, хто добре володіє мовою, за рахунок так званого несвоєчасного перемикавання мовних кодів;
- обценізми (вживання лайки) і жаргонізми як спосіб привернути увагу;

- ігнорування складних для засвоєння норм української мови (наприклад, відмінювання числівників, кличного відмінка, ступенів порівняння, дієприкметників, пасивних форм дієслова та ін.).

В уже згаданому опитуванні студентів-журналістів було й питання про якість українських ЗМК. Найбільше претензій висловлено до української мови на телебаченні й радіо (до 30% і більше негативної оцінки), показники щодо преси дещо нижчі (від 4 до 12,5 %). І проблема полягає не лише в тому, що низька якість мови знижує оцінку самого медійного засобу, але й у несвідомій пропаганді, тиражуванні неякісного мовлення.

У мовно неоднорідному суспільстві спостерігаємо такі напрямки впливу мови ЗМК на мовну свідомість споживачів цієї продукції:

- вибір мови передач (випуску друкованих та електронних ЗМІ);
- якість мовлення (культура мови, репертуар передач / тематика публікацій);
- у передачах, присвячених морально-етичним проблемам, важливий навіть зв'язок мовної ознаки персонажів з морально-етичною, оскільки багаторазове повторення ситуацій, коли інтелігентний, розумний, гарний російськомовний ведучий (який розуміє українську, а за потреби й може нею висловитись) протиставлений українськомовним людям з низьким рівнем освіти, самооцінки, а нерідко й інтелекту, формує відповідну кореляцію на підсвідомому рівні;
- спеціальні програми (публікації) з мовної проблематики, спрямовані на підвищення культури мови і заохочення до самовдосконалення.

Отже, мова ЗМК може і повинна бути одним з важелів впливу на мовну свідомість громадян, на формування їхньої мовної компетенції; практична двомовність великої частини суспільства і надання переваги передусім змісту інформації, а не її формі дає змогу корегувати функціональне навантаження мов у медійному просторі на користь державної мови шляхом підвищення якості українськомовного продукту, розширення

його тематичного наповнення, цільового спрямування на певну аудиторію тощо.

Для зміцнення позицій української мови як державної потрібне:

- державне регулювання частки українського мовлення (українськомовної преси);
- налаштування електронних ресурсів на вибір мови інформації (принаймні, якщо є можливість) відповідно до вихідних настанов споживача;
- мовний регламент для державних діячів під час публічного спілкування;
- моніторинг якості української мови ЗМК, соціо- і психолінгвістичний моніторинг зі зворотним зв'язком;
- запровадження серії культурно-освітніх програм, присвячених українській мові, на спеціальному каналі або на місцевих каналах з урахуванням мовної ситуації в конкретних регіонах.

Бибик С.П. Українська мова в ЗМК сьогодні / С.П. Бибик, С.О.Соколова // Українська мова. – 2014. – № 2. – С. 133-145.

Руда О.Г. Двомовність засобів масової комунікації в оцінках майбутніх журналістів / О.Г. Руда // Українська мова. – 2014. – № 3. – С. 84-92.

Соколова С.О. Мова засобів масової комунікації очима майбутніх журналістів / С.О. Соколова // Українська мова. 2014. – № 3. – С. 71-83.

Соколова С.О. Основні типи мовної поведінки киян (за даними анкетування) / С.О. Соколова // Українська мова. – 2013. – № 2. – С. 38 – 55.

Статтю отримано 22.03.2016

Svitlana Sokolova

THE MASS COMMUNICATION IN THE LINGUISTIC BEING OF STATE

The influence of Mass Media on people's consciousness, including their linguistic understanding manifests itself through the expression of thoughts and through the Mass Media as well, through its quality, choice

of language tools, and in linguistic inhomogeneous society by the choice of language broadcasts or publications.

In accordance with results of the questionnaire carried out in 2013 by the Institute of Ukrainian Language NASU, the main selection criteria of medium is its content (64 – 92 % of answers), language as a factor of choice named only from 7.3% (eastern region) to 24.5% (western region) of respondents. In spite of the official status of Ukrainian as the state language, in functioning in the field of mass communication it is inferior to Russian language, and this imbalance increases recently. Ukrainian-user can not always satisfy his or her needs in the Internet, because the presence on a certain source of the Ukrainian page does not provide getting the information in Ukrainian. The simultaneous use of Russian and Ukrainian languages in Mass Media has got the negative influence on the quality of the language used, so as Ukrainian, as well as Russian. To the language of the public people on TV and Radio the interference and even doublespeak (surzhik) are often peculiar; jargon and slang are used to attract peoples' attention; ignoring the complicated rules for learning Ukrainian language and etc.

The practical bilingualism of the large part of the society allows to correct the functional loading of the language in Media on the favor of the state language by improving the quality of Ukrainian-language product, expansion of thematic content, targeted use to a certain audience. It was offered to establish such measures to strengthen the position of the state language in mass media: email settings, resources of the language selection for information under consumer outgoing instructions; Language regulations for state officials during a public communication monitoring the quality of Ukrainian mass media and socio-psycholinguistic monitoring with feedback; the introduction series of cultural and educational programs devoted to Ukrainian language on a special channel or local channels on the basis local linguistic situation in concrete regions.

УДК 811.161.2'271

Ірина Заліпська

ПОРУШЕННЯ ЛІТЕРАТУРНИХ НОРМ У МОВІ ПРЯМОГО ЕФІРУ

Статтю присвячено дослідженню мови прямого радіо- і телеэфіру. Схарактеризовано прямий ефір як сегмент сучасного медіапростору. Проаналізовано найчастотніші порушення норм сучасної української літературної мови.