

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
Інститут журналістики

СТИЛЬ І ТЕКСТ



Випуск 16

2015

Свідоцтво про державну реєстрацію видане
Державним комітетом інформаційної політики,
телебачення та радіомовлення України.
Серія КВ № 4299 від 13 червня 2000 року

**Наукове видання затверджено як фахове у галузі соціальних кому-
нікацій наказом
Міністерства освіти і науки України від 07.10.2015 № 1021**

Голова редколегії
Володимир Різун, д-р філол. наук

Головний редактор
Наталія Шумарова, д-р філол. наук

Редакційна колегія:

Мамалига А. І., д-р філол. наук (заст. голов. ред.);
Пономарів О. Д., д-р філол. наук (заст. голов. ред.); **Гоян О. Я.**,
д-р філол. наук; **Сидоренко Н. М.**, д-р філол. наук; **Шевченко В. Е.**, д-
р. наук соц. ком.; **Хавкіна Л.М.** д-р наук соц. ком.; **Кузнєцова Т.В.** д-
р наук соц. ком.; **Крупський І.В.** д-р іст. наук; **Магеррамлі Гулу** д-р
філол. наук; **Гузун Михайл** д-р філол. наук.

Відповідальний секретар
Ніна Вернигора,
канд. наук із соц. ком.

*Рекомендовано до друку вченою радою Інституту журналістики КНУ ім
Тараса Шевченка (протокол № 4 від 30 листопада 2015 р.)*

Стиль і текст : науковий збірник / за ред. В. В. Різуну ; Інститут журналістики КНУ
імені Тараса Шевченка. – Київ, 2015. – Вип. 16. – 168 с.

У збірнику вміщено матеріали, що присвячені проблемам функціонування
української мови в медійних текстах.

Для науковців, викладачів, аспірантів, студентів та журналістів.

Електронну версію наукового фахового видання передано:

до Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського на депозитарне
зберігання та для представлення на порталі наукової періодики України. Див.:
<http://www.nbuv.gov.ua> (**Наукова періодика України**);

до бібліотеки ім. М. Максимовича КНУ імені Тараса Шевченка для розмі-
щення на сайті (див.: <http://www.library.univ.kiev.ua>);

до бібліотеки Інституту журналістики для розміщення на сайті (див.:
<http://www.journlib.univ.kiev.ua>);

до електронної бібліотеки Інституту журналістики (див.:
<http://www.journ.univ.kiev.ua/periodyka/>).

© Інститут журналістики, 2015

Certificate of Registration issued by
the State Committee on Information Policy
Television and Radio Broadcasting of Ukraine
Series KV № 4299 from June 13, 2000.

**An academic journal is registered as a specialized periodical in the
sphere of social communications according to the Order of the Minister
of Education and Science of Ukraine from 07.10.2015 № 1021**

Head of Editorial Board
Volodymyr Rizun, D. Sc. (Philology)

Editor-in-Chief
Nataliia Shumarova, D. Sc. (Philology)

Editorial board:

Mamalyha A. I., D. Sc. (Philology), Deputy Chief Editor; Ponomariv O.D.,
D. Sc. (Philology), Deputy Chief Editor; Hoian O. Ya., D. Sc. (Philology);
Sydorenko N.M., D. Sc. (Philology); Shevchenko V.Ye., PhD (Philology);
Khavkina L.M. . D. Sc. (Social Communications).; Kuznietsova T.V., D. Sc.
(Social Communications); Krupskiy I.V., D. Sc. (History); Magerramli
Gulu, D. Sc. (Philology); Huzun Mikhail D. Sc. (Philology)

Executive Editor
Nina Vernyhora
PhD (Social Communications)

*The journal was recommended for publishing by the Scientific Council of the In-
stitute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv (Record №
4 dated from November 10, 2014)*

Styl i tekst: an academic journal / edited by V.V.Rizun; Institute of Journalism
of KNU named by Taras Shevchenko. – K., 2015. – Issue 16. –168 p.

This academic journal represents the articles related to the issues of functioning
of the Ukrainian language in media texts.

The academic journal is intended for scientists, lecturers, doctoral and postgrad-
uate students, journalists.

The online version of the academic journal was circularized to:

Vernadsky National Library of Ukraine for depository storage and its portal of
scientific periodicals of Ukraine. See: <http://www.nbuv.gov.ua> (**Scientific periodicals
of Ukraine**).

Maksymovych Library of Taras Shevchenko University of Kyiv for posting on its
web-site (see: <http://www.library.univ.kiev.ua>);

Library of Institute of Journalism for posting on its web-site (see:
<http://www.journlib.univ.kiev.ua>)

Online Library of Institute of Journalism (see: <http://journ.univ.kiev.ua>)

ЗМІСТ

Випуск 16 2015

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ

Хоменко І. А. Превентивна демонстрація ідеологічного концепту у контексті медійної гібридної війни	8
Чернявська Л. Соціальний простір як простір руху смислів в медіадискурсі	18
Шебештян Я. М., Шаповалова Г. В. Обов'язкові та необов'язкові ознаки медіатексту крізь призму основних категорій тексту як лінгвальної одиниці	25
Гінзбург М. Д. Класифікація значень ся-дієслів в українських текстах	34
Загоруйко Н. А. Альтернативний дискурс епістолярної публіцистики В'ячеслава Чорновола	49
Гресько О. В. Мовне питання в системі іномовлення України і ЄС	59
Мірошниченко П. В. Звуковий образ українського радіомовлення як репрезентант мовної ситуації в країні . . .	68

СТИЛІСТИЧНІ КАТЕГОРІЇ

Навальна М. Дифузні процеси в ленсиці наукового та публіцистичного стилів	78
Мариненко І. О. Антропонімні номінації політика як засіб руйнування іміджу	87
Чепурняк Т. О. Поетика фейлетонів Степана Васильченка	96



Аксьонова В. Трансформація мовностилістичних особливостей контенту медіа в контексті національного єднання	107
---	-----

ЖАНРОВА СПЕЦИФІКА

Бикова О. М. Мовно-текстові параметри модифікацій у жанрі сучасного репортажу	116
--	-----

Лешко У. Вінницький журнал для чоловіків "Свой мир": структура, жанрово-тематичне наповнення	131
---	-----

Іванюха Т. В. Жанрово-тематичний спектр духовно-просвітницьких програм українського телебачення	141
--	-----

Грубич К. В. Якість ефірного мовлення як елемент успішності кулінарних телешоу	150
---	-----

Каралкіна Н. В. Роль регіонального телебачення у формуванні громадської думки	157
--	-----

CONTENT

Issue 16 2015

THEORETICAL ISSUES

- Khomenko I.** Preventive deconstruction of the ideological concept in the context of the media hybrid war (on the examples of radio dramas “Utopia” and “Governor”) 8
- Cherniavska L.** Social space as a space of movement of meanings in media discourse 18
- Shebeshtyan Ya. M., Shapovalova H. V.** Mandatory and non-mandatory characteristics of media text through the prism of main text categories as a lingual unit 25
- Ginzburg M.** Classification of the meanings of ся-verbs in the Ukrainian texts 34
- Zahoruiko N.A.** Alternative discourse of Vyacheslav Chornovil’s epistolary publicism 49
- Gresko O. V.** Language question in the system of foreign broadcast in Ukraine and EU 59
- Miroshnychenko P.V.** Sound image of Ukrainian radio broadcasting as a representative of the language situation in the country 68

STYLISTIC CATEGORIES

- Navalna M.** Diffusive processes in the vocabulary of scientific and publicistic style 78
- Marynenko I.O.** Anthroponomical nominations of the politician as a mean of ruining the image 87
- Chepurniak T.O.** Poetics of feuilletons by Stepan Vasylenko 96



Aksyonova V. Transformation of linguistic-stylistic features of Ukrainian media content in the context of national unity	107
---	-----

GENRE SPECIFICITY

Bykova O. Linguistic and text parameters of modifications in the genres of modern reports	116
--	-----

Leshko U. Vinnytsya Magazine for men “Svoy Mir”: structure, genres, topics	131
---	-----

Ivaniukha T.V. Genre and thematic spectrum of spiritual education programs on Ukrainian TV	141
---	-----

Hrubykh K.V. Quality of broadcasting as an element of success of cookery TV show	150
---	-----

Karalkina N.V. The role of regional television in shaping public opinion (the case of TV channel “Tysa-1”)	157
---	-----



Ілля Хоменко,

д-р наук із соц.комунік.

УДК 007:304:001

ПРЕВЕНТИВНА ДЕКОНСТРУКЦІЯ ІДЕОЛОГІЧНОГО КОНЦЕПТУ У КОНТЕКСТІ МЕДІЙНОЇ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ (на прикладах радіоп'єс «Утопія» та «Губернатор»)

Актуальність дослідження детермінована станом нав'язаної Україні гібридної інформаційної війни. Воно присвячене феномену превентивної деконструкції ідеологічних концептів, мета якого полягає у створенні методів захисту від медійної агресії, що випереджали б вірогідні дії супротивника. Методологія базується на системному використанні аналітичних і польових експериментальних складників. Ефект превентивної деконструкції пов'язаний з феноменом художньої прогностики, яка, своєю чергою, ґрунтується на методі абстрактного моделювання реальності. Проблему розглянуто в контексті сучасної політичної ситуації. На конкретних прикладах впровадження інноваційних радіомовних проєктів доведено, що коректна абстрактна модель дійсності може бути ефективним інструментом соціального прогнозування. У випадку, якщо достовірний художній прогноз виявляється конвергентним реаліям медійної війни, відбувається ефект превентивної деконструкції ідеологем, що є складниками ворожої пропагандистської кампанії.

Ключові слова: превентивна деконструкція, ідеологічний концепт, медіа, радіомовлення, радіодрама.

Вступ. Актуальність дослідження зумовлена тим, що сучасна українська комунікаційна система перебуває у стані протидії зовнішній інформаційній агресії. Можливо, вперше в історії людства справжні бойові дії не просто відбуваються на тлі протистояння пропаганди та контрпропаганди учасників збройного конфлікту, а значною мірою на основі медійних стратегій. Атака національного інформаційного простору має такі саме ознаки гібридної війни, як і вторгнення іноземних бойових загонів спеціального призначення в українські територіальні межі. При цьому всі складники медіа війни, нав'язаної Україні, від глобальних ідеологічних обґрунтувань зазіхання на її територіальну цілісність до тактичних виправдань окремих злочинних дій, мають виразні ознаки штучних інформаційних конструктів. Тому праця, присвячена ситуативному аналізу конкретних випадків взаємодії подібного конструкту та українського інформаційного простору, актуальна як академічно, з погляду формування засад відповідної теорії, так і утилітарно, з позицій напрацювання прикладних прийомів і методів захисту українського соціальнокомунікаційного середовища.



Отже, **мета дослідження** – вдосконалення медійних інструментів суспільно корисного впливу та інформаційного захисту держави.

Завдання: встановити принципову можливість превентивної деконструкції суспільно небезпечного ідеологічного концепту, визначити операційні прийоми деконструкції та запропонувати теоретичне пояснення результативності запропонованих дій.

Методи дослідження. Основні результати дослідження було обговорено на міжнародній науковій конференції «Мова, суспільство, журналістика» (Київ, 2015). З погляду утилітарної результативності, тобто впровадження результатів у медійну практику, слід визнати, що медіа проект, на який посилається автор і в створенні якого брав участь, набув самостійного життя за межами ефіру радіостанції-виробника (Національної радіокомпанії України). Його видано у вигляді аудіокниг та літературних публікацій, презентовано в інтернеті. Отже, результати використання цього проекту як засобу захисту національного медіа простору виявилися кращими, ніж на це можна було розраховувати в процесі виробництва.

У новітній медіа-теорії роль інноваційних проектів як складників медіа дослідження обґрунтував Л. Богард [1]. З погляду історії науки цей підхід розвиває теоретичні напрацювання так званої «золотої доби» радіомовлення (20-40-ві р. минулого століття), коли теоретичні узагальнення подавалися як друкований додаток до експериментальних радіо-програм. Такими є, наприклад, лінгвістичні та літературознавчі коментарі Н. Корвіна до власних програм, створених для «Сi-Bi-Ec» [2]. Соціальну функціональність та комунікаційну ефективність радіодрами дослідив Х. Кентріл (теж на матеріалі мовлення вищезгаданої радіостанції) [3]. Типологічний аналіз радіодраматургії у політичному контексті ХХ ст., що вплинув на авторське тлумачення соціальної функціональності художнього радіомовлення, здійснили Г. Швіцке [4], Е. Фішер [5], Р. Догл та Й. Танневіц [6]. У працях Р. Догла, зокрема, досліджено механізми неpubлічного впливу секретних служб нацистської Німеччини на контент імперського радіомовлення, що є надзвичайно актуальним і важливим для розуміння природи виникнення антиукраїнських ідеологем у російському комунікативному просторі. **Новим** порівняно з працями попередників у запропонованій розвідці є введення в науковий обіг поняття превентивної деконструкції та вивчення з окреслених теоретичних позицій комунікаційних феноменів, утворених внаслідок розгортання гібридної інформаційної війни.

Використовуються емпіричні методи, що полягають у системному поєднанні ретроспективного аналізу конкретних медійних феноменів та натурному експерименті з упровадження нових форм комунікаційної діяльності відповідного спрямування. Перший методологічний складник — традиційний для теорії соціальних комунікацій і обґрунтування не потребує.



Другий тобто, комунікаційну інновацію як метод впливу на медійне середовище, з дослідницькою метою, обґрунтовано Н. Корвіном [2], Л. Богардом [1] (США), Р. Доглом [6], Е. Фішером [5], Г. Швіцке [4] (Німеччина). Прикладом системного поєднання аналітичного та інноваційного (інженерного) дослідницького підходу можна назвати спільну діяльність одного з фундаторів прагматичної соціології медіа Х. Кентріла [3] та найяскравішого представника емпіричної школи дослідження радіограми А. Макліша [7] в межах єдиного напрямку соціальних досліджень, зумовлених потребами політичної команди Ф. Д. Рузвельта. У запропонованій праці методи використані реверсивно, тобто експериментальна фаза передувала аналітичній. Пов'язано це з тим, що дослідження вийшло за межі очікуваного. Ефект превентивної деконструкції ідеологічних концептів внаслідок впровадження в інформаційний простір експериментальних форм художнього радіомовлення виявився спонтанно. Таким чином, результати роботи виявилися повнішими, ніж планувалося. Конкретні операційні прийоми дослідження розкрито в основному тексті статті.

Результати й обговорення. Терміном «деконструкція» визначають розуміння у через руйнацію стереотипу або розміщення його у новому контексті [8]. Наукове обґрунтування цього поняття здійснив Ж. Дерріда, продовжуючи «...течію думки, яка починається з Фрідріха Ніцше і проходить крізь Мартіна Хайдеггера [9]».

Отже, передбачається, що утворення стереотипу, кліше, концепту має передувати виникненню руйнівних для нього, але корисних для істини елементів деконструювання. Заперечення повинно спиратися на твердження, а не навпаки. Та чи можливо, щоб деконструктивне послання було поширення у комунікаційному середовищі до того, як у суспільну свідомість почали впроваджувати конструкт? Саме такий феномен є предметом цієї розвідки.

16 квітня 2006 р. в ефірі Першого каналу НРКУ вийшла радіо драма В. Фоменка та І. Хоменка «Утопія». То була п'єса - соціальний прогноз. Розповідь про те, як у неназваній країні починаються процеси, що зовні нагадують відродження, а насправді є інспірованим олігархічними колами переформатуванням влади і перерозподілом власності. І прем'єрі вистави, і повторній трансляції передував анонс - невеликий уривок твору, який передавався щодня впродовж двох тижнів. Семантичною домінантою анонсу, а згодом вистави стало поняття весни як символу оновлення.

«(шум весняного лісу, голоси)

Персонаж 1: *...Природа оновлюється. І країна наша оновлюється. Стає чистішою, сильнішою, здоровішою. Ніби прокидається від мороку. Які сили прокинулися цією весною... Які надії... Навіть уявити страшно.*



Персонаж 2: Так. Страшно.

Персонаж 1: Стійте. Ви на що натякаєте?

Персонаж 2: Ні на що. Я тільки повторив ваші слова.

Персонаж 1: Ви цю демагогію облиште. Я нічого зайвого не сказав.

Персонаж 2: А нас ніхто зайвий і не почув. Тут ліс. Нікого нема. Ми поза зоною досяжності» [10].

Насправді весна виявилася фікцією. Ідеологічною примарою, метою якої було, серед іншого, створити образ ворога, а не розслідувати справжні причини соціальної кризи:

«Персонаж 2: Ворог будь-якого народу завжди, у кожній країні - один. Це - економічна злочинність. Саме вона прагне, залишаючись у тіні, віддати на поталу натовпу інших ворогів. Як правило - фіктивних. Саме вона зацікавлена створювати в країні джерела безладу і вогнища конфліктів. Байдуже кого з ким... Англомовних 7 франкомовними, мусульман з буддистами... Крадіям потрібно, щоб оселя горіла. І щоб поліція казна - чим, чим займалася. Тоді красти буде зручніше...»

Таким чином, концепт «політична весна» набув у творі значення соціального симулякру, вкрай небезпечного для тих, хто у нього повірив.

Варто сказати не тільки про зміст, але й про форму поширення прогнозу, втіленого в обраній драматургічній формі. Як зазначалося, основна думка вистави повторювалася багато разів у короткому радіокліпі-анонсі. Анонс обраний авторами радіосерії, включав кілька секунд вистави – озвученого акторами й оформленого природними та абстрактними шумами тексту. Потім звучала пісня. Її виконував драматичний актор, народний артист України О. Биструшкін, один із найкращих в Україні майстрів інтонування покладеного на музику поетичного твору. Написана авторами спеціально для радіоп'єси (в комп'ютерному аранжуванні Ю. Яценка) пісня стала емоційним камертоном кліпу. Завдяки цьому анонс набув самодостатнього значення. За формою такий твір нагадував скіт (англ. skit) – музично - драматичний жанр, про який варто розповісти докладніше.

У 2014 р. музичний гурт «Танок на майдані Конго» (ТНМК) презентував новий альбом, складниками якого стали пісня «Війна світів» і скіт (skit) – драматична мініатюра на ту саму тему. Прийомом мініатюри стало осучаснення: музиканти перенесли дію однойменної радіоп'єси О. Уеллса та Г. Коха (США, 1938 [11]) в українські реалії. Учасник гурту Олег Михайлюта визначив статус проекту як «...мегаактуальний...», оскільки «те, що відбувається зараз у країні, схоже на те, що відбулося колись в голові в Уеллса [12, с.3]».

Нагадаємо, про що йдеться. У жовтні 1938 р. радіоадаптація роману Герберта Уеллса «Війна світів» (17-та радіовистава драматичної серії Колумбійської радіокорпорації «Театр Меркурій та Орсон Уеллс в ефірі») була помилково сприйнята мільйонами американців як репортаж про



вторгнення марсіян. Колективний афект продемонстрував велику і не завжди керовану силу сучасних засобів комунікації [13]. Впливу програми О. Уеллса і Г. Коха на сучасну культуру присвячено багато досліджень (наприклад, [6]). Але у контексті теми нас цікавить не історія радіопаніки 1938 р., а музично-драматичний жанр, в який втілили сучасну постановку У «Війни світів» – skit. Посилаючись на статтю П. Лисідзе «Коротка історія хіп-хопу», музиканти гурту «ТНМК» стверджують, що скіт як коротка словесно-шумова інтермедія між піснями з'явився на маленьких радіостанціях афроамериканських гетто, і що прийом почали згодом використовувати європейські музиканти, не замислюючись про його первинний смисл, походження [14]. Але не буде помилкою сказати, що подібні малі форми (від музичного треку до рекламного кліпу) стали формою виживання американської радіодрами як такої, творчим гетто, в якому опинилося акустичне мистецтво США доби маккартизму. Великі радіокорпорації тоді змінили формати мовлення, кращі драматурги – Г. Кох, Н. Корвін, А. Макліш, С. Рафаельсон – стали жертвами політичних переслідувань, припинили співпрацю з радіостанціями. Найкраще передають атмосферу тих часів прямі цитати: «Часи «золотої доби» народжуються і вмирають. Найчастіше вони народжуються з першими ознаками весни, у мить морального чи політичного звільнення. Їм настає кінець, коли з'являється цензор або владу перебирає диктатор» (Орсон Уеллс, цит. за [15, с. 5]); «Рятуй, Боже, країну, де панує стукач» (А. Макліш, цит. за [15, с. 301]). Але маленькі етнічні радіостанції США, і українські зокрема, залишили в ефірі місце для акустичного мистецтва.

Таким чином, і за потужністю впливу на аудиторію, і за гостросоціальною спрямованістю музично-драматичний радіокліп виявився надзвичайно ефективним комунікаційним інструментом. Саме тому у період відродження української радіодрами (2002 — 2010 р.) цю форму поєднання у композиційних межах короткого твору пісні та уривка-анонсу радіовистави обрала творча група Першого каналу НРКУ у складі В. Фоменка, Ю. Яценка, В. Обручева, до якої належав і автор цих рядків.

У грудні 2009 р., коли небезпека переродження однієї форми ідеологічного симулякру (ліберального) в іншу (фашистську) з метою консервації олігархічного контролю над ресурсами пострадянських країн стала очевидною, згадана творча група повернулася до тематики радіодрами «Утопія» і до її персонажів. Цього разу, у радіодрамі «Губернатор», акценти у ставленні до політичної «псевдовесни» було розставлено ще виразніше. Винесена в анонс смислова основа вистави була вже заклик до боротьби проти таких можливих наслідків фіктивного «відродження», як формування інститутів олігархічної диктатури та вороже вторгнення:



«Лікар: *...А що від спартанської олігархії лишилося, крім нічних страхить і моторошних видінь?*

Губернатор: *А що, у Спарті теж була олігархія?*

Лікар: *Звісно, була.*

Голос: *...Слухайте радіоп'єсу Володимира Фоменка та Іллі Хоменка «Губернатор», (звучить пісня)*

*Коли за стіл з тобою поруч сяде відчай // І пальці хмар заплюгнуть
очі всіх зірок — // У стиглу ніч, у ніч гірку тебе покличе // Надій
ковток, надій ковток // І вийдеш ти, і вийдеш ти, піднявши комір,
// Не боячись чужої варті ліхтарів. // Надій ковток - тобі завжди
за охорону // І віра в світ, що нагорі. // Скінчиться роль — і справ-
жній біль торкнеться скроні, // І на межі, в орбіті чорної діри // В ос-
танню мить тобі плесне, плесне в долоні Глядач згори, Глядач згори.
// Є в світі те, чого не купиш у крамниці, // Над чим не владні куля,
золото і зло. // ...Для інших буде - ніч і плями на бруківці. // Для тебе
- світло і тепло».*

Звичайно, автори не могли тоді знати, що постріли, очевидно, оплачені іноземним золотом, пролунають у центрі Києва під час подій Євромайдану і що тих, у кого влучать кулі, назвуть Небесною сотнею. Але інший збіг фабули радіоп'єси та дійсності був цілком передбачуваним. Конструкт фіктивного відродження реалізувався повною мірою у Росії. «Русской весной» назвали кремлівські ідеологи процес скеровування соціального протесту у шовіністичний, а згодом антиукраїнський бік. І почалося впровадження цієї ідеологемі вже після того, як її превентивна деконструкція відбулася в українському радіоефірі.

У такій інверсії причин та наслідків немає нічого дивного. Адже російська неоімперська ідеологія є явищем не просто штучним, а сконструйованим із штампів. Природно, що реальне оновлення спирається на нові, свіжі ідеї, у той час як імітація оновлення приречена на відтворення стереотипів. Про це і попереджали аудиторію вистави Першого каналу Українського радіо, підготовлені за участю автора цієї розвідки.

Дуже хотілося б, щоб інші прогностичні моделі, оприлюднені у цій серії радіодрам, не реалізувалися. Щоб, наприклад, не відбулося пересмислення поняття «біженці» (у радіоп'єсі «Ксенофобія» врятовані вигнанці із зони конфлікту виявляються озброєним ворожим загonom).

Але, враховуючи сказане, варто придивитися уважніше до феномена стереотипізації уявлень як ключа до розуміння таємних антиукраїнських операцій. Останні політичні події дають підстави припустити, що і війна проти України, і війна проти власної опозиції здійснюється кремлівськими функціонерами за конвергентними схемами (згадаймо знаряддя провокації 2014 р. — екскаватор на Банковій, який взявся ніби нізвідки там, де йому було не місце, і снігоприбирач, що перекрив рух під час вбивства у Москві Б. Немцова). Так само стереотипними є і



спеціальні комунікаційні технології російської пропаганди. Наприклад, прийом залучення акторів-провокаторів до участі в псевдоінформаційних репортажах (розповіді про «розіп'ятого хлопчика» тощо) використовувався ще «Bi-Bi-Ci» у 20-ті р. минулого століття з метою дискредитації «Великого Страйку» [16]. Британський досвід вивчали і російські дослідники маніпулювання свідомістю [17].

Принаймні деякі з подібних схем до того, як агресія проти України набула характеру збройного протистояння, оприлюднювалися відкрито, на інтернет-форумах та сторінках художніх творів. Той факт, що окремі ідеологічні конструкти російської влади запозичені з так званої «імперської фантастики», визнають самі російські ідеологи [18]. Можливо, що ґрунтовне наукове вивчення відкритих джерел, зокрема художніх творів, оприлюднених до початку війни (як дружніх Україні авторів, так і ворожих), допомогло б краще зрозуміти логіку того, що відбувається тепер. Є підстави вважати, що абстрактне моделювання дійсності як творчий метод радіодраматургії виявилось точнішим методом прогнозування суспільних ризиків, ніж традиційні для журналістики методи збирання фактів та узагальнення.

А щодо комунікаційної ефективності радіодрам-прогнозів, які готувало Українське радіо, то непрямым підтвердженням корисних для держави результатів цієї медійної практики є те, що у часи В. Януковича, невдовзі після звільнення президента НРКУ В. Набруска, роботу у згаданому напрямі було припинено, творчу групу розформовано.

Висновки. Доведено, що превентивна деконструкція ідеологічного концепту можлива. Операційні прийоми її не відрізняються від традиційних прийомів авторського втілення творчого задуму і піддаються науковому тлумаченню на засадах феноменологічного підходу. Інакше кажучи, явище превентивної деконструкції має місце тоді, коли комунікаційний інструмент деконструкції є внутрішньо несуперечливою моделлю реальності, а деконструйований коцепт позбавлений ознак коректно створеної моделі, є штучною, позаісторчною і системно неузгодженою ідеологемою.

Подяки. Автор висловлює подяку колегам з кафедри телебачення та радіомовлення, творчій групі Національної радіокомпанії України, а також постійному літературному співавторові, кінодраматургу В. І. Фоменку за участь в експериментальній частині дослідження.

Джерела та література

1. Алексеева Е., Тузова Т. Деконструкция // История философии. Энциклопедия. / Под ред. А. А. Грицанова. — Минск: Интерпрессервис: Книжный Дом, 2002. — С. 292-293.
2. Володихин Д. Русская имперская фантастика: от утопии к реальности. / Д. Володихин. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bibliosfera.blogspot.com/2011/06/blog-post.html>



3. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. — К. : Оріяни, 2000. — 448 с.

4. *Разлогов К.* Великий мифотворец / К. Разлогов // Уэллс об Уэллсе. — М. : Искусство, 1990. — С. 5–21.

5. *Уэллс О.* Война миров. Радиопостановка / О. Уэллс // Уэллс об Уэллсе ; пер. с англ. — М. : Радуга, 1990. — С. 268–283.

6. *Хаджирадева В.* «Где эти клятые марсиане?» Олег Михайлюта – о новом правительстве и новом альбоме ТНМК / Хаджирадева Виктория . – Аргументы и факты в Украине . – 2014. – 03-09 грудня. – с. 3.

7. *Хоменко І. А.* Соціальна функціональність художнього радіомовлення : Монографія / І. А. Хоменко. — Київ : Київський нац. ун-т, 2012. — 347 с.

8. *Хоменко І.* Псевдоєвристичні форми авізуального і аудіовізуального мистецтва: проблема впливу на аудиторію. / І. Хоменко // Вісник чернігівського державного педагогічного університету. — 2003. — Випуск 21. — С. 181–185.

9. *Хоменко І.* Телевізійні та радіопаніки у пострадянському комунікаційному просторі / І. А. Хоменко // Сучасні проблеми людського суспільства. — Збірник матеріалів III-ї Міжнародної науково-практичної конференції (Великобританія–Україна), InPress, 2011. — С. 33–35.

10. *Хоменко І.* Художньо-документальна програма («feature») з точки зору інформаційної безпеки / І. А. Хоменко, В. І. Фоменко // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. — Симферополь, 2005. — Т. 18 (57). — № 3. — С. 37–42.

11. Ексклюзив.—[Електронний ресурс]. — Режим доступа: <http://obozrevatel.com/chronics/27568-eksklyuziv-fozzi-rasskazal-kak-pisalsyanoviy-albom-tnmk.htm>

12. Cantril H. The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic / Hadley Cantril. — Transaction Publishers, U.S., 2005. — 256 p. — [Illustrations].

13. Crook Tim. The Psychological Power of Radio [Electronic resource] / Tim Crook — Mode of access to the resource: <http://www.irdp.co.uk/hoax.htm>

14. Deconstructionist Theory // The following text was extracted from The Cambridge History of Literary Criticism — vol.8 From Formalism to Poststructuralism. Cambridge University Press, 1995. - [Electronic resource]. — Mode of access to the resource:<http://prelectur.stanford.edu/lecturers/derrida/rorty.html>

15. The Mercury Theatre on the Air — [Electronic resource]. — Mode of access to the resource: <http://www.mercurytheatre.info/>

Reference list

1. Alekseeva E., Tuzova T. Dekonstrukcija // Istorija filosofii. Jenciklopedija. / Pod red. A. A. Gricanova. — Minsk: Interpresservis: Knizhnyj Dom, 2002. — S. 292–293.

2. Volodihin D. Russkaja imperskaja fantastika: ot utopii k real'nosti. / D. Volodihin. — [Electronic resource]. — Reference: <http://bibliosfera.blogspot.com/2011/06/blog-post.html>

3. *Kara-Murza S. G.* Manipuljacija soznaniem / S. G. Kara-Murza. — K. : Oriyani, 2000. — 448 s.

4. *Razlogov K.* Velikij mifotvorec / K. Razlogov // Ujells ob Ujellse. — M. : Iskustvo, 1990. — S. 5–21.

5. *Ujells O.* Vojna mirov. Radiopostanovka / O. Ujells // Ujells ob Ujellse ; per. s angl. — M. : Raduga, 1990. — S. 268–283.



6. Hadzhiradeva V. «Gde jeti kljatye marsiane?» Oleg Mihajljuta – o novom pravitel'stve i novom al'bome TNMK / Hadzhiradeva Vikotrija . – Argumenty i fakty v Ukraine . – 2014. – 03-09 hrudnia. – s. 3.
7. Khomenko I. A. Sotsialna funkcionalnist khudozhnoho radiomovlennia : Monohrafiia / I. A. Khomenko. — Kyiv : Kyivskiy nats. un-t, 2012. — 347 s.
8. Khomenko I. Psevdoevrystychni formy avizualnoho i audiovizualnoho mystetstva: problema vplyvu na audytoriiu. / I. Khomenko // Visnyk chernihivskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu. — 2003. — Vypusk 21. — S. 181–185.
9. Khomenko I. Televiziini ta radiopaniky u postradianskomu komunikatsiinomu prostori / I. A. Khomenko // Suchasni problemy liudskoho suspilstva. — Zbirnyk materialiv III-i Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii (Velykobrytaniia–Ukraina), InPress, 2011. — S. 33–35.
10. Khomenko I. Khudozhno-dokumentalna prohrama («feature») z tochky zoru informatsiinoi bezpeky / I. A. Khomenko, V. I. Fomenko // Uchjonye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. — Simferopol', 2005. — T. 18 (57). — № 3. — S. 37–42.
11. Jekskljuziv. — [Electronic resource]. — Reference: <http://obozrevatel.com/chronics/27568-eksklyuziv-fozzi-rasskazal-kak-pisalsya-novyij-albom-tnmk.htm>
12. Cantril H. The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic / Hadley Cantril. — Transaction Publishers, U.S., 2005. — 256 p. — [Illustrations].
13. Crook Tim. The Psychological Power of Radio [Electronic resource] / Tim Crook — Mode of access to the resource: <http://www.irdp.co.uk/hoax.htm>
14. Deconstructionist Theory // The following text was extracted from The Cambridge History of Literary Criticism — vol.8 From Formalism to Poststructuralism. Cambridge University Press, 1995. - — [Electronic resource]. — Mode of access to the resource:<http://prelectur.stanford.edu/lecturers/derrida/rorty.html>
15. The Mercury Theatre on the Air — [Electronic resource]. — Mode of access to the resource: <http://www.mercurytheatre.info/>

Khomenko Illia A.

PREVENTIVE DECONSTRUCTION OF THE IDEOLOGICAL CONCEPT IN THE CONTEXT OF THE MEDIA HYBRID WAR (on the examples of radio dramas “Utopia” and “Governor”)

Relevance of the study is determined on the state of informational war in which Ukraine drawn. The research is devoted by phenomenon of preventive deconstruction of the ideological concept. The main objective of study is to create the method of pre-emptive protection against the media aggression and propose means of its implementation. The methodology is based on the systematic use of analytical methods and field research. The main results of the study prepared by the introduction of innovative radio information space projects and summarizing the data. The study went beyond the expected and envisaged to give full research program. Described in this paper the effect of preventive deconstruction emerged spontaneously. The effect of deconstruction is related to the phenomena of abstract design of reality and fiction prognostication. The problem is studied in the context of political situation in Ukraine on the examples of science fiction and radio drama. Research aims are related to media ecology and informative safety. They consist in perfection of crisis prognostication, certainly - in optimization of methods of prediction of conflict situations. The facts of coincidences of literary prognoses and modern Ukrainian real-



ities are well-proven. The studied facts confirm that prediction of crisis in Ukraine facilities of mass art, in particular, in science fiction and radio drama, was more precisely than journalistic prognoses. It confirms actuality of study of mass art in the context of theory of social prognostication. So, from the point of view of researcher of social communications it is correct to examine a mass art as source hypothetically to reliable information. The result of the study is a proof of the possibility of pre-emptive deconstruction hostile ideological concept.

Key words: preventive deconstruction, ideological concept, media, broadcast, radio drama.

Хоменко Илья Андреевич

ПРЕВЕНТИВНАЯ ДЕКОНСТРУКЦИЯ ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО КОНЦЕПТА В КОНТЕКСТЕ МЕДИЙНОЙ ГИБРИДНОЙ ВОЙНЫ (на примерах радиопьес «Утопия» и Губернатор»)

Актуальность исследования детерминирована состоянием навязанной Украине гибридной информационной войны. Оно посвящено феномену превентивной деконструкции идеологических концептов, цель которого заключается в создании методов защиты от медийной агрессии, опережающих вероятные действия противника. Методология базируется на системном использовании аналитических и полевых экспериментальных составляющих. Эффект превентивной деконструкции связан с феноменом художественной прогностики, которая, в свою очередь, основывается на методе абстрактного моделирования реальности. Проблема рассмотрена в контексте современной политической ситуации. На конкретных примерах внедрения инновационных радиовещательных проектов доказано, что корректная абстрактная модель действительности может быть эффективным средством социального прогнозирования. В случае конвергентности достоверного социального прогноза и реалий медийной войны может иметь место эффект превентивной деконструкции идеологем — составляющих враждебной пропагандистской кампании.

Ключевые слова: превентивная деконструкция, идеологический концепт, медиа, радиовещание, радиодрама.



Людмила Чернявська,

канд. філол. наук

УДК: 316.D12:316.77:81'42

СОЦІАЛЬНИЙ ПРОСТІР ЯК ПРОСТІР РУХУ СМИСЛІВ В МЕДІАДИСКУРСІ

У науковій роботі розглядається поняття соціального простору як простору руху смислів, котрі виробляються під час соціальних практик і поширюються через медіа. ЗМІ транслюють актуальні смисли, і беруть участь у формуванні національних картин світу, здійснюють пошук смислів і ведуть боротьбу за їх легітимізацію. Формування концептів відбувається в координатах соціального простору. Це поняття було розроблено в соціології. Можна виокремити модерний та постмодерний етапи його формування. П. Бурдьє пропонує одну з моделей соціального простору, що є перспективною для досліджень медіадискурсу, зокрема, під час вивчення взаємодії полів – медійного, політичного, економічного, культурного та ін.

Ключові слова: соціальний простір, медіадискурс, соціальне поле, смисли, структурування, медіа.

Вступ. Триває пошук соціальними комунікаціями власного статусу в системі гуманітарного знання, а також визначення методологічної основи, підходів та способів вивчення соціально комунікаційних явищ. Період окреслення їх парадигми пов'язаний із виокремленням соціальних комунікацій як наукового напрямку завдяки розробкам українських учених В. Бебика, В. Владимірова, С. Демченка, Н. Зражевської, В. Іванова, С. Квіта, Б. Потятиника, Г. Почепцова, В. Різуна, О. Холода та ін. Рух смислів, їх генерування та сприйняття відкривають основні напрями досліджень соціальних комунікацій, серед яких просторова парадигма медіадискурсу визначає гру смислів, ігрову взаємодію в соціальному просторі, пропонує актуальні соціальні смисли і бере участь у формуванні соціальної комунікації. Медіа транслюють актуальні смисли, формуючи національну картину світу та ведучи боротьбу за легітимність соціокультурного дискурсу, який вони створюють. Тому виникає необхідність дослідження способів впливу на людину через ЗМІ та їх ефектів у соціальних трансформаціях (С. Макеєв, А. Согорін).

Потреба у визначенні координат у соціальному просторі спонукає до вирішення проблем «просторового повороту», зумовленого змінами у свідомості людини, що співвідносні з його комунікаційними вимірами.

Метою роботи є визначення тенденцій осмислення, поняття соціального простору, а завданням — огляд історичного розвитку соціопросторовості як наукової парадигми соціальних комунікацій та визначення його перспектив.



Результати й обговорення. Проблема «розуміння/порозуміння» (озвучена С. Квітом у герменевтичному вимірі) в контексті соціальної комунікації постає з акцентом на рух смислів, що відбувається в певних координатах. Ці координати визначаються соціальним простором, який, як вказує О. Соколов, є місцем руху ідеальних об'єктів (смислів, образів), що здійснюється в одному з трьох багатомірних хронотопів (генетичний, психічний, соціальний) – соціальному. Соціальна комунікація характеризується смислами «ідеальної реальності» (за визначенням О. Соколова), які можна простежити за допомогою відповідних «інструментів» [1,с.9]. Один із напрямів вивчення цих інструментів у масовій комунікації представляють медіаекологи, які розглядають поняття медіаекології та ноосфери та вивчають їх у системі медіафілософії. Врахувавши розробки В. Вернадського, Е. Леруа, С. Подолінського та ін., Б. Потятиник пропонує своє розуміння ноосфери: «Це – ідеальна реальність. Поза нею – в матеріальному світі – її існування засвідчують лише матеріальні носії інформації (друковані тексти, екранні зображення, електромагнітні хвилі тощо) і матеріальні результати цивілізаційного поступу» [2,с.210]. Проте сама ідея ноосфери як спроби впливу на розвиток Землі має недоліки, на чому наголошують її критики.

Ґрунтуючись на концепції нооцентризму, О. Холод аргументує те, що в парадигмі мислення людини слід брати за основу тезу «Людина є центром подій» [3,с.266], тобто центром космоцентричного відліку. З цим пов'язана поява терміна «енергоінформаційне поле». Цей напрям досліджень є продуктивним, оскільки він має досить прихильників.

Інший традиційний спосіб визначення соціального простору та його параметрів для медіасфери активно розробляли соціологи в модерністській парадигмі початку ХХ ст., враховуючи виникнення нових соціальних реалій, спричинених активним розвитком індустріалізації, найяскравіший вияв якої — низка буржуазно-демократичних революцій. Це був перший етап розвитку поняття соціального простору, коли вчені виявили ключові його аспекти, які озвучив П. Сорокін: соціальний простір як населення землі, де кожна людина має певне становище щодо конкретних соціальних груп та всередині них. Виникає певна система координат, яку дослідник визначає за вертикальними та горизонтальними параметрами. До нього проблему «соціології простору» та «соціального світу» порушували Г. Зіммель, Е. Дюркгейм та ін., проте визначення поняття подає саме П. Сорокін.

Якщо розглядати соціальну систему в контексті інших, наприклад, культурної, особистісної, фізичного середовища виявляється, що всі вони складники взаємодіють між собою. Це стає основою для творення моделі соціетального суспільства Т. Парсона.

На цьому самому етапі було визначено феноменологічні основи просторової ідентичності в соціальному аспекті. А. Шюц окреслює



просторове нашарування повсякденного світу: світу в актуальній досяжності; світу в потенційній досяжності; досяжності, яку можна здобути; соціальному вимірі просторового розподілу. Зони впливу виявляються в останній категорії і поділяються на первинну та вторинну. Учений також порушує проблему, яка на сьогодні є однією з найбільш актуальних – як виміряти вплив. Взаємодія життєсвіту людини, в якому вона діє в контексті природного та соціального світів, та руху смислів (смиловий горизонт визначається культурним шаром) є основою комунікаційної діяльності.

Наступний етап досліджень – розробка структури соціального простору, де соціальний простір стає вихідним пунктом комунікації, надаючи інформацію про світ зрозумілими поняттями та конструкціями. Визначення соціального простору здійснюється у галузі соціальної географії (М. Фуко, А. Лефевр, Ф. Джеймисон, В. Соджа, Д. Гарві, М. Оже, Б. Верлен, Ж. Бордіяр), психоаналізу (К. Левін, Ж. Лакан, Ж. Дерріда, Ф. Гваттарі та Ж. Делез), соціології (П. Бурдьє) та ін. Постмодерний контекст актуалізує простір міста, який опрацьовується в системі соціалістичних ідей у французькому постструктуралізмі.

У соціальній географії спостерігаються різновекторні спроби визначення особливостей соціального простору, його типів, з використанням зокрема, теорії соціалізму. М. Фуко розробляє систему гетеротопології («Інші місця») – прочитання різних місць (одне місце може поєднувати кілька просторів), досліджує вияви соціального простору в мові («Археологія знання»). А. Лефевр пов'язує появу соціального простору із його продукуванням (виробництвом). Крім того, він вказує на існування просторового коду, що утворюється архітектурно, урбаністично, політично, а також мовними ресурсами. Отже, просторова практика є проекцією на всі види суспільної практики. Це дає науковцям можливість говорити про такі типи простору, як просторова практика (передбачає творення простору), репрезентація просторів (через образи), репрезентативний простір (комплекс образів, символів). Суспільні перетворення в освоєнні місця та його сприйняття визначають дискурс соціальної географії.

Психологічна складова частина соціального простору передбачає вирішення проблеми долання простору та визначення просторових координат дискурсу. К. Левін розробляє теорію поля в контексті психологічного простору, за якою полем є людина в життєвому просторі. Її соціалізація — це розширення життєвого простору. Долання меж, переходи з одного соціального простору в інший пов'язані з психологічними труднощами, і ці проблеми в сучасному осмисленні часто трапляються в європейському дискурсі у зв'язку із напливом емігрантів у Європі (наприклад, дослідження Ю. Кристєвої «Самі собі чужі»). Ж. Лакан вказує на символічні структури, що беруть участь у



творенні дискурсу, і простежує їх взаємозв'язок з медіа. Ж. Дерріда розглядає комунікативні можливості просторування. Ф. Гваттарі та Ж. Делез відзначають соціопросторову зумовленість колективного підсвідомого.

Поділ соціального простору на поля здійснює П. Бурдьє, враховуючи такі поняття, як капітал, що може бути різних типів (символічний, економічний, політичний). Він пропонує розрізняти поле журналістики і поле телебачення, адже вони формуються з різними частками певних типів капіталу.

Поле в концепції соціального простору може бути визначене як локалізований простір (тип соціального простору), котрий формується різними типами капіталу, виявляючи провідні позиції цього простору, поділяється на субполя, визначається боротьбою агентів за творення і поширення легітимних форм його сприйняття на когнітивному рівні. Поле відображає особливості різних типів практик (економіки, політики, соціальної, культурної) й уточнює соціопросторові феномени. Наприклад, виокремлення соціального поля дає змогу простежити вироблення і просування політичної продукції, а також особливості її споживання у соціумі.

Концепція соціального простору П. Бурдьє містить теоретичні конструкти габітуса, теорії поля, тощо. Соціальний простір постає як структура, що має подвійну природу є структурованою (як наслідок попередньої боротьби за символічну владу) і здійснює функцію структурування, тобто отримує класифікаційні можливості. Відбувається формування когнітивних структур соціопросторових феноменів, наприклад, відчуття меж, дистанції тощо. Розрізнення стилів життя передбачає боротьбу цих стилів за легітимне бачення світу.

Українські медіа сьогодні отримують новий вектор розвитку, й їх сучасний стан та перспективи розвитку вимагають наукового осмислення. Одну з методологій для досліджень пропонує концепція соціального простору, що презентує розгляд медіа як структурованого і структуруючого феномена. Наприклад, українські медіа мають значний вплив як політичне поле. Власне баланс поєднання медійного, політичного, соціального, культурного полів залишається із перевагою політичного. Про це свідчить, зокрема, дослідження «Академії української преси» (колектив дослідників: Валерій Іванов, президент «Академії української преси», проф.; Наталя Костенко, завідувач відділу соціології культури і масової комунікації Інституту соціології НАН України, проф.; Сергій Макеев, завідувач відділу соціальних структур Інституту соціології НАН України, проф.) із моніторингу теленовин під час виборів восени 2014 р. Воно висвітлювалося у низці публікацій сайту «Телекритика», наприклад, у матеріалі Д. Поладової «Медіаринку потрібна інформаційна революція»



(від 2 груд. 2014 р.; http://video.telekritika.ua/show/opituvannya/2252-mediarinku_potribna_informatsiina_revoltujutsia_02.12.2014). Результати цього дослідження підтверджують низький рівень дотримання стандартів журналістики під час виборчого процесу.

Водночас у звіті «Freedom of the Press 2015» відзначено, що Україна змінила статус медіа із невільних на частково вільні, зменшився юридичний та політичний тиск на журналістів і державні медіа, які перетворюються на канали суспільного мовлення. Існують проблеми з російською пропагандою та випадки реакції на неї у вигляді цензури в медіа [4]. Отже, зафіксовано потоки штучної інформації, до якої зараховуємо пропагандистські матеріали медіа РФ та українських прокремлівських агентів, що пропонують готові ідеї споживачеві без можливості їх критичного осмислення.

Європейська спільнота визнає негативний вплив таких повідомлень, зокрема антизахідних, тому реагує відповідно. Зокрема, Комітет у закордонних справах Європарламенту підтримав резолюцію про виділення коштів на розробку комплексу заходів для боротьби з російською пропагандою (газета «День» від 12 трав. 2015 р; <http://www.day.kiev.ua/uk/news/120515-u-eyvroparlamenti-vydilyat-koshty-na-borotbu-z-rosiyskoyu-propagandoyu>). Шляхи подолання російського медіавпливу активно обговорюють українські медіаексперти (ці процеси висвітлює сайт «Телекритика»).

Економічне поле також має доволі потужний вплив на медійне, адже, за даними Національної ради з питань телебачення та радіомовлення, «2014 року в Україні було видано 1563 ліцензії на послуги мовлення, з яких 1229 – приватним станціям, 298 – телерадіокомпаніям комунальної власності та 36 – державним ліцензіатам» [4,с.4]. Це дає можливість власникам медіа інтерпретувати інформацію відповідно до власних бізнесових інтересів.

З одного боку, боротьба ЗМІ за творення і трансляцію легітимної картини світу корелюється економічними та політичними інтересами їх власників, а з другого — Україна робить поступові кроки на шляху до створення демократичного громадянського суспільства, про що свідчать процеси активізації соціальних практик.

Висновки. Соціальний простір слід аналізувати як систему класифікаційних підходів до соціальних феноменів, відображених у медіадискурсі, що поширює актуальні соціальні смисли.

Дослідження українських науковців стосуються розгляду соціального простору в контексті соціальних комунікацій і відбуваються в таких напрямках: у діапазоні проблем соціальної комунікації як метатеорії (В. Різун, О. Холод та ін.) та в контексті медіаекології (В. Потятиник, Н. Габор тощо).

Становлення поняття соціального простору та закріплення його основної семантичної парадигми, відбувалися в період постмодернізму. Однак



у контексті соціальних комунікацій виникла потреба в чіткішому визначенні цього терміну, зокрема, стосовно сфери мас-медіа.

Література

1. *Потятинник Б.* Медіа: ключі до розуміння. Серія: Медіакритика / Б.Потятинник. – Львів, 2004. – 312с.
2. *Соколов А.* Общая теория социальной коммуникации: [учебное пособие] / А.Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2002 г. – 461 с.
3. *Холод О.* Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз: [навчальний посібник] / О.Холод. – Львів: ПАІС, 2011. – 288 с.
4. Freedom of the Press 2015 (звіт українською) [електронний ресурс]. – Режим доступу: https://freedomhouse.org/sites/default/files/Ukraine%20FOTP%202015_translated.pdf

Reference list

1. Potiatynnyk B. Media: ključy do rozuminnia. Serii: Mediakrytyka / B.Potiatynnyk. – Lviv, 2004. – 312s.
2. Sokolov A. Obshhaja teoriija social'noj kommunikacii: [uchebnoe posobie] / A.Sokolov. – SPb.: Izd-vo Mihajlova V. A., 2002 g. – 461 s.
3. Kholod O. Sotsialni komunikatsii: sotsio- i psykholinhvistychnyi analiz: [navchalnyi posibnyk] / O.Kholod. – Lviv: PAIS, 2011. – 288 s.
4. Freedom of the Press 2015 (zvit ukrainskoju) [Electronic resource]. – Reference: https://freedomhouse.org/sites/default/files/Ukraine%20FOTP%202015_translated.pdf

Cherniavska Liudmyla

SOCIAL SPACE AS A SPACE OF MOVEMENT OF MEANINGS IN MEDIA DISCOURSE

In the paper it is studied the concept of social space as a space of movement of meanings produced during the social practices and spread through the media. The media broadcast the actual meanings and take part in formation of national world view. They are searching for meanings and are fighting for their legitimization. Formation of the concepts occurs in the coordinates of social space. The concept of social space was developed in sociology. We can distinguish the modern and postmodern stages of its formation. The second stage is characterized by developments in social geography, psychoanalysis, sociology. Poststructuralism of P. Bourdieu offers one of the models of social space. This model is promising for research of media discourse, in particular, in terms of studying an interaction of such fields as media, political, economic, cultural ones.

Keywords: social space, media discourse, social field, meanings, structure, media.

Чернявская Людмила

СОЦИАЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО КАК ПРОСТРАНСТВО ДВИЖЕНИЯ СМЫСЛОВ В МЕДИАДИСКУРСЕ

В научной работе рассматривается понятие социального пространства как пространства движения смыслов, которые производятся во время социальных практик и распространяются через СМИ. Медиа транслируют актуальные смыслы, и участвуют в формировании национальных картин мира, осущес-



твляют поиск смыслов и ведут борьбу за их легитимизацию. Формирование концептов происходит в координатах социального пространства. Это понятие было разработано в социологии. Можно выделить модерный и постмодернистский этапы его формирования. П. Бурдьё предлагает одну из моделей социального пространства, которая является перспективной для исследований медиадискурса, в частности, при изучении взаимодействия полей — медийного, политического, экономического, культурного и др.

Ключевые слова: социальное пространство, медиадискурс, социальное поле, смыслы, структурирование, медиа.



Ярослава Шебештян

канд. філол. наук

Галина Шаповалова

канд. філол. наук

УДК 070.41

ОБОВ'ЯЗКОВІ ТА НЕОБОВ'ЯЗКОВІ ОЗНАКИ МЕДІАТЕКСТУ КРИЗЬ ПРИЗМУ ОСНОВНИХ КАТЕГОРІЙ ТЕКСТУ ЯК ЛІНГВАЛЬНОЇ ОДИНИЦІ

У статті йдеться про обов'язкові й необов'язкові ознаки медіатексту МТ; зроблено спробу розмежувати первинні та вторинні категорії МТ з урахуванням багаторівневості й різноманітності одиниць тексту; як базові охарактеризовано когерентність, когезію і членованість тексту. Враховано зумовленість викінченості як ознаки тексту іншими облігаторними рисами, її формування в результаті узгодженості багатьох ресурсів, що забезпечують когерентність і когезію. З огляду на включеність МТ у масовокомунікаційний процес / масовоінформаційний простір запропоновано виокремлювати відповідну ознаку з варіантними терміноокресленнями інтегрованість / комунікативність / медійність. Висунуто припущення про вторинність / факультативність деяких ознак у МТ; як обов'язкові ознаки для журналістського тексту інтерпретовано істинність, ефективність, культуромовну довершеність; наголошено на невирішеності проблеми розмежування ознак медіатексту.

Ключові слова: текст, медіатекст (МТ), ознаки тексту, облігаторні ознаки, факультативні ознаки, бажані ознаки.

Вступ. У зв'язку з невирішеністю проблеми статусу тексту в системі мови, остаточною невизначеністю в науковому термінообізі понять «медіатекст», «журналістський текст», потребою глибшого пізнання природи тексту (зокрема медіатексту) як однієї з ланок комунікації актуальним і принциповим вважаємо питання чіткого окреслення основних і факультативних ознак медіатексту (МТ).

Отже, метою цієї розвідки є визначення та розмежування обов'язкових (основних, базових, конститутивних) та необов'язкових (вторинних, факультативних, варіативних) ознак МТ з урахуванням багаторівневості й різноманітності одиниць тексту.

На підставі наявних обґрунтованих і переконливих міркувань науковців (переважно лінгвістів, знавців мови засобів масової інформації [1; 2; 3; 4; 5; 6 та ін.]) та власних спостережень результатів медіатекстовості (зокрема в сучасних вітчизняних виданнях «Дзеркало тижня», «Експрес», «Український тиждень» тощо.) пропонуємо зосередити основну увагу на таких універсальних, властивих творам усіх стилів і



жанрів, ознаках тексту: *когерентність, когезія, членованість, лінійність, викінченість*, а також *модальність, ефективність (дієвість), інтерсуб'єктивність* та ін.

Методи дослідження. Під час розробки теми застосовуватимемо насамперед загальнологічні методи. Приміром, аналітико-синтетичний метод дасть можливість глибше з'ясувати об'єкт (МТ), встановити його структуру, виокремити суттєве й несуттєве (тобто первинні і вторинні ознаки). Результатом абстрагування та ідеалізації буде доповнення аналізу й синтезу для зосередження уваги на характеристиках, що засвідчують сутність явища. Індуктивно-дедуктивний метод, як і метод узагальнення, сприятиме обґрунтуванню гіпотези про облігаторне / факультативне в медіатексті. Крім того, задіяно комплекс емпіричних (спостереження, опис) та теоретичних (зокрема аксіоматичний, гіпотетико-дедуктивний) методів досліджень. Загалом використана в цій розвідці методика узгоджується з основними гносеологічними принципами (об'єктивності, пізнаваності, активного творчого відображення, діалектики, практики, історизму, конкретності істини).

Результати й обговорення. Медіатекст, як і будь-який інший текст, сприймається як цілісне окреме, у всіх планах завершене, утворення завдяки обов'язковим ознакам – зв'язності, цілісності, членованості, лінійності, викінченості, – тобто тим характеристикам, які зумовлені природою цієї одиниці й не залежать ні від тематичної наповненості, ні від стилістичної маркованості, ні від аудиторної спрямованості, ні від волі автора.

Когерентність, безперечно, ґрунтується на тісному взаємозв'язку всіх змістових і формальних складників тексту. Смислова єдність забезпечується взаємодією мікротем та логікою розгортання макротем на рівні тематичної структури. Особливо виразним у цьому контексті є саме МТ, оскільки, на відміну від художнього чи, наприклад, наукового, які можуть мати складну й розгалужену тематичну побудову, він, як правило, монотематичний (це зумовлено потребами масової комунікації, невеликим обсягом тощо). І когерентність тут досягається за рахунок сукупності підпорядкованих основній темі підтем, що ілюструє будь-який, навіть довільно взятий текст. Зрозуміло: жодна тема не може бути висвітлена поза мовними ресурсами, серед яких як інструменти когерентності варто розглядати не тільки граматичні [4, с. 33], а й фонетичні, лексичні, фразеологічні, словотвірні та ін.

До прикладу, проблему місця гуманітарних і суспільних наук у навчальному процесі українських вишів (зокрема технічних) у багатьох аспектах (що засвідчують відповідні мікротемати: *гуманітарні дисципліни й Закон України «Про вищу освіту»*; *ключові компетенції студентів у резолюції Ради Європи*; *роль гуманітарних та суспільних наук у технічній освіті*; *практика країн Євросоюзу і США* та ін.) і реалізує різно-



манітними мовними ресурсами: фонетичними засобами милозвучності (варіювання сполучників, прийменників), лексико-стилістичними (синонімією, терміновживанням, метонімією, метафорою), синтаксичними (вставними конструкціями) тощо: «(...)прагнення скасувати або принаймні скоротити викладання гуманітарних та суспільних наук і посплатися при цьому на світовий досвід, м'яко кажучи, не витримує критики. На Заході розуміють роль цих предметів у формуванні профільних фахівців. А намагання вітчизняних функціонерів вирішити кон'юнктурні проблеми бюджетного дефіциту за рахунок гуманітаріїв та суспільствознавців загрожує зведенням університетської освіти до рівня професійно-технічної, подальшим зростанням прірви у технологічному розвитку між Україною та цивілізованим світом, обмежує можливість адаптації молодого покоління» (Перегуда Є. Про нерозривність союзу фізиків і ліриків // УТ. – 2015. – № 8 (380). – С. 34).

Зв'язність, як уже доведено [8, с. 508], поряд із цілісністю належить до основних ознак тексту. У цьому аспекті на перший план висувається проблема правильності / неправильності побудови зв'язного тексту. Неабиякого значення саме в медіамовленні набуває послідовність розгортання тексту на основі розробки макротем, хоча спосіб і якість розвитку журналістської ідеї в тексті (оскільки є неідеальні, шпаруваті, недостатні за включеними мікротемами тощо приклади) не впливає на саму наявність такої принципової ознаки для тексту як одиниці мови / мовлення. Тому є всі підстави вважати когерентність обов'язковою категорією будь-якого тексту, зокрема і журналістського.

З когерентністю тексту тісно пов'язана й інша обов'язкова ознака – когезія. Вона реалізується за допомогою всіх текстових засобів: структурно-композиційних, змістових, мовних. Можна погодитися з розмежуванням лінійної та вертикальної зв'язності [4, с. 34], хоча поняття лінійної зв'язності певною мірою збігається з поняттям лінійності тексту як окремої ознаки. Зрозуміло, що лінійна зв'язність виявляється в безпосередньому (контактному) зв'язку всіх елементів тексту, що доводять, зокрема, синонімія, узгодження видо-часових форм дієслів, послідовність синтаксичних конструкцій тощо. Наприклад, граматична зв'язність переконливо обґрунтована А. Мамалигою в результаті вивчення різноманітних видів зв'язку: ланцюжкового, паралельного, корелятивного та ін. [2, с. 103]. Вертикальна когезія ґрунтується на тематичній узгодженості кожної частини тексту з макротемою, яка, своєю чергою, зафіксована в його назві. Порівняймо макро- і мікротеми в публікації І. Лосева «*Страсті по академії. Про головні хвороби НАНУ і шанси на одужання*». Макротема: головні проблеми НАНУ і деякі способи їх вирішення; мікросеми: з історії НАНУ, історично сформована специфіка НАН України та перспективи / «минуле й майбутнє українського наукового Олімпу», роль академічної науки в українському соціумі, структура та принципи ді-



альності НАНУ, необхідність модернізації Національної академії наук України, НАНУ «перетворилася з живої та діяльної організації на пам'ятник самій собі. Потрібні нові ідеї, нові форми, нові керівники. Історія кидає виклик. На нього треба відповідати» (УТ. – 2015. – № 5 (377). – С. 20–21). Зауважимо, що саме в текстах, які прямо пов'язані за змістом із реальністю (а це науковий, діловий і публіцистичний), заголовки відображають основну тему, тобто виступають темовидільними компонентами. Дискусійним, зокрема з погляду логіки, видається запропонований у посібнику І. Кочан [4, с. 35–37] розподіл засобів зв'язності на логічні, асоціативні, образні, композиційно-структурні, стилістичні, ритмоутворювальні. Адже образне мовлення ґрунтується на асоціаціях і водночас є виразним стилістичним засобом (передусім у художній творчості), крім того, воно виявляється в конкретних фрагментах тексту, тобто входить до його структури (наприклад, як у згаданому вище тексті І. Лосева: велика наука «неможлива за перебування при владі метушливого, крадійкуватого класу торгашів, які мислять тільки на рівні тут і тепер, змушуючи країну постійно, щопонеділка розпочинати «нове життя» з кожною новою групою, якій вдалося взяти під контроль державний апарат. Саме тому знаний соціолог Євген Головаха назвав їхнє панування «моментократією»; «науковий потенціал досі є одним із небагатьох справжніх козирів України в міжнародному розподілі праці»; «НАНУ – величезне підприємство з десятками «цехів»-інститутів і лабораторій, тисячами працівників. Це ієрархізована структура, така собі піраміда, на верхівці якої перебуває вища влада... Під ними академічна номенклатура..., ще нижче – наукові «посполиті», практично безправні наукові співробітники, навіть якщо вони доктори і кандидати наук»; «Вибори академіків і членкореспондентів відбуваються без участі наукових колективів академічних інститутів (може, трохи демократичніше, ніж вибори понтифіка Колегією кардиналів, але не набагато)» (УТ. – 2015. – № 5 (377). – С. 20–21)).

Безперечно, розуміння цілісності як облігаторної ознаки МТ та її дослідження вимагають виявлення функціонального навантаження всіх елементів та компонентів тексту. До прикладу, у граматичному аспекті варто брати до уваги такі складники тексту, як «1) речення; 2) групи речень, об'єднані логічним і синтаксичним зв'язком, та елементи: 1) дане (предмет висловлювання); 2) нове – основний зміст висловлювання», що виформовуються в текстову цілісність за допомогою різноманітних зв'язків (контактного, дистантного, ланцюгового, паралельного тощо) [7, с. 139–140]. Загалом важливою тут є загальна функціональна спрямованість твору. З огляду на те, що при всій різноманітності функцій журналістського тексту домінує прагнення поінформувати соціум про суспільно значущі події / реалії, визначення засобів когезії в конкретному тексті



потребує насамперед урахування всіх лінгвальних (лексичних, фразеологічних, синтаксичних тощо) особливостей реалізації прямого і прихованого змісту. А декодування смислу (спрямоване на змістову структуру, авторське ставлення до повідомлюваного, авторські наміри, розмежування свідомого й несвідомого та ін.) здійснюється за допомогою методів теорії тексту [8, с. 508], які, звичайно, не можна ігнорувати під час аналізу когезії в журналістському творі. Підкреслюємо, що когерентність і когезія перебувають у тісному взаємозв'язку, реалізуються за допомогою засобів усіх рівнів, тому не можуть розглядатися ізольовано одна від одної.

Серед базових універсальних ознак слід зазначити і членованість тексту, тобто можливість його структурування за різними параметрами та з різною метою. Наприклад, глибинне й поверхнєве, концептуальне, методичне, змістове, графічне [4, с. 38], інтонаційне, граматичне тощо. Але вияв цієї ознаки все ж уможливорюють когерентність і когезія, тобто зазначена риса певною мірою вторинна, а тому не може виявлятися окремо та як перша в ієрархії ознак. До прикладу, членованість добре ілюструють змістовий поділ на тематичні компоненти (за розгортанням мікротем), логіко-поняттєвий поділ (за стрижневими поняттями, ключовими словами), граматичний поділ (за синтаксичними конструкціями, надфразними єдностями), графічний поділ (за абзацами).

Викінченість як ознака тексту зумовлена уже згаданими облігаторними рисами, формується на основі узгодженості задіяних ресурсів, що забезпечують когерентність і когезію, які, своєю чергою, нагадаємо, втілюються у взаємодії всіх синтагматично-парадигматичних засобів та зв'язків. Стосовно журналістського тексту викінченість можна тлумачити в широкому сенсі як гармонійність змісту і форми, що втілюється на різних рівнях (тематичному, логіко-поняттєвому, емоційно-експресивному тощо) і різними засобами (здебільшого лінгвальними).

Оскільки всі ці ознаки притаманні текстам різної стильової належності, змістової, жанрової, функціональної специфіки, важливо виокремити те обов'язкове, що дає змогу кваліфікувати певний текст як медіатекст. На наше переконання, це включеність МТ у масовокомунікаційний процес, вужче – у масовоінформаційний простір, тобто актуалізація в ЗМІ. (Тут під поняттям «включеність» ми розуміємо процес від створення професійним чи непрофесійним автором твору суспільно значущої тематики з наміром масового інформування спільноти до його оприлюднення в масмедіа.) Пропонуємо називати цю рису *інтегрованістю / комунікативністю / медійністю*. З огляду на те, що МТ є центральною ланкою масового інформування, саме ця ознака дає можливість виокремити його з-поміж інших текстів – власне публіцистичних, художніх, ділових, наукових. Крім того, оскільки медіатекст має щонайменше дві форми реалізації (як результат непрофесійної і професійної мисленнєво-мовленнєвої



діяльності), то професійний МТ повинен характеризуватися ще й обов'язковими культуромовними комунікативними рисами, як-от: змістовність, нормативність / правильність, логічність, точність, ясність, різноманітність, багатство тощо.

Факультативними / варіативними можна вважати вторинні ознаки, що не виявляються самостійно, як правило, не мають спеціальних засобів реалізації й суттєво не впливають на сприйняття тексту як окремої лінгвальної одиниці. Наприклад, *модальність*, яка відображає авторську емоційну позицію щодо повідомлюваного. Вона хоч і не є визначальною, однак притаманна тексту (обумовлена його природою, авторським началом) та може свідчити не тільки однозначно про позитивне чи негативне, а й про нейтральне ставлення. Незважаючи на те, що в МТ можливі різноманітні вияви авторських емоцій, саме нейтральність найбільш узгоджується із загальновизнаними принципами журналістської творчості (неупередженості, збалансованості, правдивості та ін.). Нагадаємо, що в науковому обігу є й спеціальне поняття публіцистичної модальності, під яким розуміють «суб'єктивно-об'єктивне ставлення до дійсності, в котрому суб'єкт мовлення і є авторським я (продуцент мовлення)» [9, с. 14].

Ефективність / дієвість / результативність не є самостійною ознакою і залежить від рівня формально-змістового втілення теми, від культуромовних якостей створеного тексту тощо. Цим поняттям справедливо приділено багато уваги в науковій літературі з журналістикознавства [10; 11; 12 та ін.], але способи визначення ступеня ефективності / дієвості / результативності будь-якого медіатексту залишаються відкритим питанням. Попри неприйнятність такої ознаки для тексту як лінгвальної одиниці, її, без сумніву, можна вважати бажаною. Ефективність, як і очікувана результативність, забезпечується всіма текстовими засобами (від тематичних до стилістичних усіх рівнів), хоча її передумовою є передусім вдало обрана соціально значуща проблематика, врахування інформаційних потреб спільноти.

З огляду на все сказане таку пропонувану науковцями категорію, як *інтерсуб'єктивність* [4, с. 43], варто розглядати в контексті ефективності, оскільки адекватне розуміння реципієнтами одного й того самого тексту, сприйняття його таким, як це задумував автор, є одним із чинників, що її забезпечує. Так само, на наше переконання, слід тлумачити ознаки *переконливості, апелятивності, впливу*. Зауважимо, що з огляду на сутність МТ як найважливішої ланки масової комунікації недоцільно вважати апелятивність самостійною ознакою тексту.

До важливих (хоча й не облігаторних) рис МТ можна зарахувати істинність / правдивість. Аналіз зразків журналістської творчості демонструє наявність текстів з істинною та неістинною інформацією (особливо виразними прикладами оманливих суджень є твори багатьох сучас-



них російських журналістів про українсько-російські взаємини). Звичайно, сама природа журналістики й основні професійні стандарти передбачають створення й оприлюднення винятково правдивих текстів, тому істинність / правдивість варто кваліфікувати як бажану рису.

Висновки. Принциповим у теорії медіатексту, отже, є питання про його диференційні ознаки, що дають змогу виокремити МТ з-поміж інших, визначити межі поняття й дати йому оптимальне термінологічне окреслення. Оскільки облігаторні ознаки не можуть розглядатися як диференційні (саме на їх основі мовні одиниці кваліфікуються як текст), слід вказати на те особливе, що характеризує МТ. Це, по-перше, зв'язок змісту з реальною дійсністю, відповідність реальному історичному часу (він «не ущільнюється й не інтенсифікується» [9, с. 15]), спрощена, розрахована на масову аудиторію інтерпретація соціально значущих реалій, що зумовлює, крім іншого, порівняно невеликий обсяг. По-друге, яскраве превалювання засобів публіцистичного функціонального стилю літературної мови за наявності елементів інших стилів (контамінація – залучення ресурсів офіційно-ділового, наукового, художнього, конфесійного, розмовного). По-третє, включеність у масовий комунікаційний процес, оприлюднення у ЗМІ.

Усі ознаки доцільно розглядати з погляду їх обов'язковості / не обов'язковості для тексту як лінгвальної одиниці. Універсальними облігаторними в МТ вважаємо когерентність, когезію, членованість, лінійність, викінченість, інтегрованість; факультативними – модальність, інтерсуб'єктивність та деякі інші. До того ж з огляду на те, що журналістський текст є результатом професійної мовної практики, обов'язковими (хоч безпосередньо й не пов'язаними з природою тексту як одиниці) вважаємо істинність, ефективність, культуромовну довершеність. Риси, що наближають МТ до взірцевого, ідеального, можна окреслювати як бажані. Сама проблема розмежування ознак тексту, зокрема тексту медіа, на обов'язкові, варіативні та бажані є, на наш погляд, недооціненою науковцями. Її активніша розробка (якщо не остаточне вирішення) сприятиме більш глибокому розумінню природи, якісних і функціональних особливостей МТ, дає можливість доповнити теорію та внести відповідну інформацію в наукові джерела.

Література

1. *Серажим К. С.* Текстознавство: [підручник] / К. С. Серажим. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 527 с.
2. *Мамалига А.* Синтаксис тексту // Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / В. В. Різун, А. І. Мамалига, М. Д. Феллер. – К.: РВЦ «Київський університет», 1998. – С. 61 – 221.
3. *Ганич Д. І., Олійник І. С.* Словник лінгвістичних термінів / Д. І. Ганич, І. С. Олійник. – К.: Вища школа, 1985. – 360 с.
4. *Кочан І. М.* Лінгвістичний аналіз тексту: [навч. посіб.] / І. М. Кочан. – [2-е



вид., переробл. і допов.]. – К.: Знання, 2008. – 423 с.

5. Методика проведення лінгвістичного аналізу тексту / *І. І. Ковалик, Л. І. Мацько, М. Я. Площ.* – К., 1984.

6. Українська мова: Енциклопедія / [редкол. *Русанівський В. М., Тараненко О. О. (співголови), Зяблюк М. П. та ін.*]. – К.: Українська енциклопедія, 2000. – 752 с.

7. *Гуйванюк Н. В., Кардашук О. В., Кульбабська О. В.* Синтаксис сучасної української мови. Схеми і таблиці: [навч. посіб.] / Н. В. Гуйванюк, О. В. Кардашук, О. В. Кульбабська. – Чернівці: Рута, 2003. – 159 с.

8. Лингвистический энциклопедический словарь / [гл. ред. *В. Н. Ярцева*]. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.

9. Солганик Г. Я. К определению понятий «текст» и «медiateкст» / *Г. Я. Солганик* // Вестник Московского университета. Сер. 10. Журналистика. – 2005. – № 2. – С. 7-15.

10. *Здорова В. Й.* Теорія і методика журналістської творчості: [підручник] / В. Й. Здорова. – [вид. 2-е, перероб., допов.]. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.

11. *Різун В. В.* Теорія масової комунікації: [підручник] / В. В. Різун. – К.: Видавничий центр «Провіта», 2008. – 260 с.

12. *Москаленко А. З.* Теорія журналістики: [підручник] / Анатолій Москаленко. – К.: Експрес-об'ява, 1998. – 336 с.

Reference list

1. Serazhym K. S. Tekstoznavstvo: [pidruchnyk] / K. S. Serazhym. – K.: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr «Kyivskiy universytet», 2008. – 527 s.

2. Mamalyha A. Syntaksys tekstu // Narysy pro tekst. Teoretychni pytannia komunikatsii i tekstu / V. V. Rizun, A. I. Mamalyha, M. D. Feller. – K.: RVTs «Kyivskiy universytet», 1998. – S. 61 – 221.

3. Hanych D. I., Oliynyk I. S. Slovyk lnhvistychnykh terminiv /D. I. Hanych, I. S. Oliynyk. – K.: Vyshcha shkola, 1985. – 360 s.

4. Kochan I. M. Lnhvistychnyi analiz tekstu: [navch. posib.] / I. M. Kochan. – [2-e vyd., pererobl. i dopov.]. – K.: Znannia, 2008. – 423 s.

5. Metodyka provedennia lnhvistychnoho analizu tekstu / I. I. Kovalyk, L. I. Matsko, M. Ia. Plushch. – K., 1984.

6. Ukrainska mova: Entsyklopediia / [redkol. *Rusanivskiy V. M., Taranenko O. O. (spivholovy), Ziabliuk M. P. ta in.*]. – K.: Ukrainka entsyklopediia, 2000. – 752 s.

7. Huivaniuk N. V., Kardashchuk O. V., Kulbabska O. V. Syntaksys suchasnoi ukrainskoi movy. Skhemy i tablytsi: [navch. posib.] / N. V. Huivaniuk, O. V. Kardashchuk, O. V. Kulbabska. – Chernivtsi: Ruta, 2003. – 159 s.

8. Lingvisticheskij jenciklopedicheskij slovar' / [gl. red. *V. N. Jarceva*]. – M.: Sov. jenciklopedija, 1990. – 685 s.

9. Solganik G. Ja. K opredeleniju ponjatij «tekst» i «mediatekst» / G. Ja. Solganik // Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 10. Zhurnalistika. – 2005. – № 2. – S. 7-15.

10. Zdoroveha V. I. Teoriia i metodyka zhurnalistickoi tvorchosti: [pidruchnyk] / V. I. Zdoroveha. – [vyd. 2-e, pererob., dopov.]. – Lviv: PAIS, 2004. – 268 s.

11. Rizun V. V. Teoriia masovoi komunikatsii: [pidruchnyk] / V. V. Rizun. – K.: Vydavnychiy tsentr «Prosvita», 2008. – 260 s.

12. Moskalenko A. Z. Teoriia zhurnalistyky: [pidruchnyk] / Anatolii Moskalenko.



– К.: Ekspres-ob'iava, 1998. – 336 s.

Shebeshtian Yaroslava, Shapovalova Halyna

Mandatory and non-mandatory characteristics of media text through the prism of main text categories as a lingual unit

The article analyzes the mandatory and non-mandatory characteristics of media text (MT). An attempt is made to distinguish primary and secondary categories of the MT, taking into consideration multifacetedness and diversity of text units. Coherence, cohesion and text division are defined as basic ones. It is taken into account conditionality of completeness as the text feature of other obligatory features, its formation as a result of consistency of multiple resources that ensure coherence and cohesion. In view of inclusion of media text into the mass-communication process/mass-information dimension, the authors propose to distinguish the relevant feature with variant definitions of terms integrity/communicativity/media. Assumption is made on the secondary role of certain MT features. Ingenuity, effectiveness and cultural-lingual completeness are interpreted as mandatory characteristics for the journalistic text. Emphasis is put on the outstanding problem of the MT characteristics distinction.

Keywords: text, media text (MT), text characteristics, obligatory features, secondary features, desirable features.

Шебештян Ярослава, Шаповалова Галина

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ И НЕОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ПРИЗНАКИ МЕДИАТЕКСТА СКВОЗЬ ПРИЗМУ ОСНОВНЫХ КАТЕГОРИЙ ТЕКСТА КАК ЛИНГВАЛЬНОЙ ЕДИНИЦЫ

В статье идет речь об обязательных и необязательных признаках медиатекста МТ; сделана попытка разграничить первичные и вторичные категории МТ с учетом многоуровневости и разнообразия единиц текста; как базовые охарактеризованы когерентность, когезия и структурированность текста. Учтена обусловленность завершенности как признака текста другими облигаторными признаками, ее формирование в результате согласованности многих ресурсов, которые обеспечивают когерентность и когезию. Учитывая включенность МТ в массово-коммуникационный процесс / массовоинформационное пространство, предложено выделять соответствующий признак с вариантными терминопредопределениями интегрированность / коммуникативность / медийность. Выдвинуто предположение о вторичности / факультативности некоторых признаков в МТ; как обязательные признаки для журналистского текста интерпретированы истинность, эффективность, речевая совершенность; акцентировано внимание на неразрешенности проблемы разграничения признаков МТ.

Ключевые слова: текст, медиатекст (МТ), признаки текста, облигаторные признаки, факультативные признаки, желаемые признаки.



Михайло Гінзбург,

доктор технічних наук

УДК 81'366.57:811.161.2

КЛАСИФІКАЦІЯ ЗНАЧЕНЬ СЯ-ДІЄСЛІВ В УКРАЇНСЬКИХ ТЕКСТАХ

Грунтуючись на працях О. Курило, С. Смеречинського, Ю. Шевельова та інших мовознавців, проаналізовано значення дієслів з афіксом -ся (ся-дієслів) і виокремлено їхні чотири основні значення (зворотне, безособове, пасивне й активне), а також дев'ять різновидів зворотного значення. Показано, що через багатозначність ся-дієслів та сама словформа може передавати різні прямі й переносні значення. Проаналізовано конкретні контексти, описано кожне значення (кожен різновид) і досліджено його відмінність від інших значень. Зроблено висновки, що нормам української мови відповідають зворотне значення ся-дієслів у підметових реченнях та безособове у безпідметових, тоді як пасивне й активне значення ся-дієслів не властиві українській мові та є наслідком впливу російської та польської мов відповідно.

Ключові слова: ся-дієслово, лексичне значення, зворотне значення, безособове значення, пасивне значення, активне значення.

Вступ. Одним із проблемних питань українського мовознавства є правила вживання дієслів з афіксом -ся, які далі називатимемо ся-дієсловами. Важливість цієї проблеми зумовлена поширеністю таких дієслів, які становлять близько третини (33 %) від загальної кількості всіх українських дієслів.

Український афікс -ся – це колишня коротка форма знахідного відмінка зворотного займенника *себе*. Хоча ся-дієслова – це загальнослов'янське мовне явище, кожна мова має власні норми їх уживання. На особливостях використання ся-дієслів, що відрізняють українську мову від російської та польської, наголошували ще О. Курило [1, с. 87—88; 2, с. 34—36] і С. Смеречинський [3, с. 24—28]. Останній виокремив чотири різновиди конструкцій із ся-дієсловами та визначив ті з них, «що властиві українській народній мові, у ній максимально поширені та становлять її характеристичну особливість», і ті, що їй не властиві. Підсумовуючи результати цих праць, можна зробити висновок, що нормам української мови відповідають зворотне значення ся-дієслів у підметових реченнях та безособове у безпідметових, тоді як пасивне й активне значення ся-дієслів не властиві українській мові та є наслідком впливу російської та польської мов відповідно.

Проблемних питань уживання ся-дієслів торкалися у своїх працях Ю. Шевельов [4, с. 112; 5, с. 314—317], І. Вихованець [6, с. 9], К. Горденська [7, с. 243], Р. Михайлик [8], О. Лавринець [9] та інші мовознавці. Проте й досі через різне розуміння норм уживання ся-дієслів



фахові тексти рясніють не властивими українській мові конструкціями.

Мета статті – ґрунтуючись на зазначених мовознавчих працях, покласифікувати основні конструкцій із ся-дієсловами та розглянути конкретні приклади вживання ся-дієслів, щоб визначити відповідність/невідповідність цих прикладів нормам української мови.

Методи досліджування. У роботі застосовано метод спостереження та описовий метод, за допомогою яких встановлено основні різновиди значень ся-дієслів та описано кожен різновид. У результаті застосування системного аналізу запропоновано класифікацію їх та досліджено конкретні приклади вживання ся-дієслів.

Результати й обговорення. Первинне значення постфікса *-ся* як зворотного займенника – показувати спрямованість дії на себе і, таким чином, принципову неможливість іншого об'єкта, на який прямо та повністю поширюється дія, наприклад: *взуватися//взутися, ховатися//сховатися, умиватися//умитися*. Таке значення називають **власне-зворотним**, оскільки постфікс *-ся* в цих дієсловах за значенням відповідає зворотному займеннику *себе*: *ховати себе* → *ховатися*. Власне-зворотне значення мають також процеси зі сфери внутрішнього, духовного життя людини: *ганьбитися//зганьбитися, зобов'язуватися//зобов'язатися, почуватися//почутися, хвалитися//похвалитися*.

Якщо діячів кілька, то ся-дієслово передає взаємодію, тобто взаємно спрямовані дії двох і більше суб'єктів, кожен із яких одночасно є об'єктом: *боротися//поборотися, листуватися, обмінюватися//обмінятися, зустрічатися//зустрітися, радитися//порадитися*. Таке значення називають **взаємно-зворотним** і з ним пов'язані граматичні форми множини суб'єкта і, відповідно, дієслова (*колеги постійно листуються*) або форми однини і залежний іменник у формі орудного відмінка з прийменником, що позначає другого або інших діячів: *радитися з підлеглими, листуватися з учнем* [8, с. 11]. Постфікс *-ся* в них за значенням відповідає взаємно-зворотному займеннику *одне одного*: *зустрічати одне одного* → *зустрічатися*, проте для підкреслення значення взаємності поряд із взаємно-зворотним дієсловом уживають цього займенника у відповідній формі [8, с. 11].

Та ці первинні значення ся-дієслів не єдині в сучасній мові. У багатьох типах дієслів постфікс *-ся* «набрав зовсім своєрідного відтінку, що спричинилося до того, що його загальне значення в мові сильно затерлося і вневизначилося» [5, с. 314]. З огляду на це правильніше розглядати основні значення не постфікса *-ся*, а саме ся-дієслів, точніше їх лексико-семантичних варіантів (ЛСВ), оскільки більшість ся-дієслів, як підтверджує «Словник української мови» [10], багатозначні (див. Табл. 1).

Через багатозначність ся-дієслів та сама словоформа може виступати



в конкретних контекстах у різних прямих і переносних значеннях, тому вкрай важливо правильно ідентифікувати їх. Проте, як буде показано нижче, навіть висококваліфіковані укладачі «СУМ» [10] іноді допускали неточності, коли це стосувалося до речень з підметом-неістотою.

Аналізуючи тексти, можна виокремити чотири основні значення, у яких уживають ся-дієслів (див. Рис. 1): зворотне, безособове, пасивне й активне. У зворотного значення виокремлено дев'ять основних різновидів, для яких запропоновано системні українські терміни, побудовані за такою моделлю, яка, з одного боку, унаочнює через родову ознаку зв'язок позначених ними понять з родовим поняттям “зворотне значення”, а з другого боку, явно показує через видові ознаки відмінність кожного видового поняття від інших співпідпорядкованих. П'ять із цих термінів (а саме *власне-зворотний*, *взаємно-зворотний*, *непрямо-зворотний*, *загально-зворотний*, *побічно-зворотний*) є загальновизнаними, один (*безоб'єктно-зворотний*) обрано з наявних у літературі варіантів, а три (*властивісно-зворотний*, *почуттєво-зворотний*, *аспектно-зворотний*) запропоновано саме з огляду на вимогу системності.

Розглянуті вище первинні власне-зворотне і взаємно-зворотне значення добре відомі, і тому ідентифікування їх не викликає труднощів.

Побічно-зворотне значення передає дію як контакт або зіткнення з предметом, причому предмет своєю наявністю нібито стимулює, породжує саму дію, робить її можливою: *триматися за перила*, *братися/узятися за ручку дверей*, *чіплятися/учепитися за руку*, *ударятися/ударитися*, *стукатися/стукнутися об мур*, *спіткатися/спіткнутися об поріжок*. З огляду на це зазначений предмет є не об'єктом, а засобом дії. Цим конструкції із ся-дієсловами відрізняються від конструкцій із спільнокореновими дієсловами без -ся: *тримати* (перехідна дія) *перила* (об'єкт) → *триматися* (неперехідна дія, зосереджена у сфері суб'єкта) *за перила* (засіб, що стимулює, породжує дію).

Також не викликає труднощів ідентифікування **безоб'єктно-зворотного значення**, що передає постійну і характерну здатність суб'єкта (істоти чи неістоти), що «виявляється», але не переходить ані на суб'єкт, ані на будь-який інший об'єкт: *собака кусається*, *кінь б'ється*, *кішка дряпається*, *кропива жалиться*. Підтвердженням того, що тут ідеться не про дію, а про процесову здатність, є синонімічні прикметникові конструкції *собака кусливий*, *кусячий* (рос. кусающийся) [10, т. 4, с. 416-417; 11, с. 223], *кінь биткий* (рос. бьющий) [10, т. 1, с. 171; 11, с. 22], *кішка дряплива*, *дряпуча* (рос. царапающийся) [11, с. 687], *кропива жалка*, *жалюча* (рос. жалящая) [10, т. 2, с. 505; 11, с. 130]. Усі ці прикметники утворені за моделлю віддієслівних прикметників від неперехідних дієслів, що є доказом безоб'єктності. Значення постійної ознаки зумовлює відповідну



граматичну характеристику ЛСВ ся-дієслів із безоб'єктно-зворотним значенням: їх вживають лише у формі недоконаного виду і переважно третьої особи теперішнього часу.

Усі інші значення краще виділити, аналізуючи різні контексти. З огляду на це розглянемо кілька конструкцій із ЛСВ ся-дієслів *будуватися*//*збудуватися*:

(1) *Ми завтра й будуватися почнемо* (Леся Українка, III, 1952, 202) [10, т. 1, с. 249].

(2) *Орфей починав співати – і міський мур сам собою збудувався* (<http://www.l-ukrainka.name/uk/Guide/JakubskyBorys/Triptych.html>).

(3) *Там, на схід, у далечезній подині простелялись ферганські степи, ташувалися кишлаки, міста, будувалося теж невсипуще життя* (Іван Ле, Міжгір'я, 1953, 86) [10, т. 1, с. 249].

(4) *Над вулицею будувались дві великі кам'яниці* (називн. – М. Г.) (Леся Українка, III, 1952, 604) [10, т. 1, с. 249].

(5) *Дім будується робітниками* [12, с. 405].

У підметовому реченні (1) ся-дієслово вжито у **непрямо-зворотному значенні**, що передає дію, яку виконують в інтересах суб'єкта-істоти, тобто будувати, споруджувати **для себе** яку-небудь будівлю. Об'єкт, на який могла би бути спрямована дія, що її подає співвідносно прямо-перехідне дієслово, або зовсім усунений, як у реченні (1), або стає засобом і висгупає у синтаксичній функції непрямого додатка, наприклад: *запасати*//*запасати* (перехідна дія) *воду* (об'єкт) → *запасатися*//*запасатися* (неперехідна дія, зосереджена у сфері суб'єкта) *водою* (засіб дії).

У підметовому реченні (2) маємо **загально-зворотне значення**, яке передає фізичні зміни у стані, положенні, русі суб'єкта (істоти чи неістоти), що є підметом (*будуватися*//*збудуватися*, *зупинятися*//*зупинитися*, *кататися*//*покататися*, *нахилятися*//*нахилитися*), або внутрішній стан суб'єкта-істоти, що є підметом, його переживання, настрої (*гніватися*//*розгніватися*, *дивуватися*//*здивуватися*, *журитися*//*зажуритися*, *заспокоюватися*//*заспокоїтися*). У цьому значенні *-ся* допускає лише приєднання до зазначених ся-дієслів займенника *сам* (*самому*): *збудуватися* (*самому*) → *збудувався* (*сам*). Тобто в (2) йдеться про те, що мур не хтось збудував, а він виник сам собою.

У підметових реченнях (3) і (4), безумовно, йдеться про процеси як **природні** (*простелятися*), так і зумовлені **людською діяльністю** (*ташувати*, *будувати*). Можливо, тому в «СУМ» значення останніх позначено як **пасивне**. Проте, на нашу думку, тут ся-дієслів також ужито у **загально-зворотному значенні**, бо в цих реченнях процеси подано максимально абстраговано від діяча, як нібито вони відбуваються самі собою. Якщо ж автори хотіли б підкреслити, що це робить хтось із певного кола людей, вони мали б вжити неозначено-особових речень:



(3а) *Над вулицею будували дві великі кам'яниці* (знах.);

(4а) *...ташували* (розташовували) *кишлаки, міста, будували теж не-вспинуще життя*.

Речення (1) — (4) відповідають нормам української мови. У реченні (5), навпаки, маємо не властиву українській мові пасивну конструкцію, яку треба перебудувати в активну:

Дім будується робітниками → *Дім будують робітники*.

Пасивні конструкції із ся-дієсловами – це використовуваний у певних інших мовах спосіб подавати спрямовану на об'єкт перехідну дію, за якого об'єкт завжди виконує синтаксичну функцію підмета, а предикат має бути ся-дієсловом недокожаного виду. Ознакою пасивності є пов'язане з дією уявлення про конкретний суб'єкт (істоту або групу істот), хоча він може бути не названий (нульовий суб'єкт) або поданий непрямым додатком в орудному відмінку (непрямий суб'єкт).

Конструкції з діячем в орудному відмінку на кшталт (5) українській мові не властиві, й вони є наслідком впливу російської мови. Про це писала ще О. Курило [1, с. 87], яка зазначала, що «незвичний до російської літературної мови українець трохи чи й зрозуміє як слід такі ото звороти, як — Зразки ґрунту бралися... виготовленим приладдям. Зразок ділився (тобто не сам діливсь, а хтось його ділив) потім на шари... кожний шар досліджувався окремо. Діти розпускаються на два місяці та ін., де таким дієсловом-присудкам на -ся, як *братися, ділитися, розпускатися* та ін., надано невластивого їм у підметових фразах пасивного значіння. Українські дієслова-присудки на -ся мають у підметових фразах здебільшого значіння активне (точніше зворотне, див. Прим. 1. – М. Г.). І взагалі українські дієслова на -ся здебільшого активного (зворотного. – М. Г.), а не пасивного значіння. *Ділитися, розпускатися* — це не значить бути діленому, розпущеному, а *самому ділитися, самому розпускатися*». Такої самої думки дотримується С. Смеречинський [3, с. 24], який зазначає, що «*рубатися, котитися, складатися* та інші – не значить „бути рубаному, бути коченому, бути складаному” та ін., а тільки самому рубатися, самому котитися, самому складатися та ін.».

Пасивні конструкції завжди підметові (див. Рис. 1). С. Смеречинський уважав такі конструкції із ся-дієсловами не властивими українській мові і пояснював їх впливом російської мови [3, с. 26], де ся-дієслова недокожаного виду є основою для формування пасивних конструкцій [13, с. 615—616]. Наприклад, «в статіє рассматриваются ...», «автором делаются выводы» тощо. Такої самої позиції щодо невластивості пасивних конструкцій із ся-дієсловами нормам української мови дотримуються провідні сучасні українські граматисти І. Вихованець [6, с. 9] та К. Голденська [7, с. 243].

Розгляньмо тепер приклади вживання багатозначного дієслова *питися*:



(6) *Де їсться смачно, там і п'ється, Од земляків я так чував* (Іван Котляревський, I, 1952, 205) [10, т. 6, с. 369].

(7) *В обох містах, угорському і австрійському, грали циганські оркестри, сяяли вікна кафе і ресторанів, там співалося і пилося* (Гашек, Пригоди Швейка, перекл. Масляка, 1958, 300) [10, т. 6, с. 369].

(8) *Щодень було у них похмілля, Пилась горілка як вода* (Іван Котляревський, I, 1952, 78) [10, т. 7, с. 451].

(9) *Ой не п'ється горілочка, Не п'ються й меди* (Тарас Шевченко, II, 1953, 125) [10, т. 6, с. 369].

(10) *Чомусь мені, братці, горілка не п'ється: Коло мого серця, мов гадина, в'ється!* (Українська народна пісня «Журба мене сушить, журба мене в'ялить...», цитуємо за [14, т. 1, с. 81]).

(11) *Цю кашу їсться, цю воду п'ється* [3, с. 25].

(12) *Вода п'ється хлопчиком* [3, с. 25].

(13) *Воду п'ється хлопчиком* [3, с. 25].

У безпідметових реченнях (6) - (7) ся-дієслів *питися, їстися* вжито у безособовому значенні – добре і смачно споживатися, а особи-споживачі не названі, причому в (6) вони максимально узагальнені, а в (7) — це певне коло неозначених осіб-відвідувачів кафе і ресторанів. Зауважимо, що, перетворюючи безособові речення (6) — (7) на неозначено-особові (6а) — (7а), ми змінюємо зміст вислову: в (6) — (7) йдеться про певний стан: бажання їсти, пити і співати, тоді як у (6а) — (7а) — про виконувану дію:

(6а) *Де смачно їдять, там і п'ють....*

(7а) *... там співали і пили.*

У (6) — (7) також узагальнено подано об'єкт споживання (напої, наїдки). Конкретизація їх перетворює безпідметові речення на підметові на зразок (8) — (9), де синтаксичну функцію підмета виконують назви напоїв: *горілочка, меди*. Хоча в [10, т. 6, с. 369] речення (8) — (9) розтлумачено як пасивні, це, на нашу думку, не відповідає дійсності. Про речення на кшталт (8) С. Смерчинський зазначав, що в таких конструкціях «дієслова-присудки не мають пасивного значення. Дія, чинність виявлена в них з такою інтенсивністю, «которая», мовляв акад. Шахматов, «показывает его независимость от производителя действия» <...> «Скрізь тут дія, чинність ніби сама діється, чиниться, а не хтось діє, чинить» [3, с. 27]. Це також загально-зворотне значення ся-дієслів.

Пасивний характер конструкцій на кшталт (8) фактично заперечував О. Потебня, який писав: «Субъективные выражения: *это само собою делается, это само собой разумеется*, es versteht sich von selbst, выражают значение „это делается, разумеется легко“, в образе „это делает себя посредством себя же“, „это производит себя sua sponte“. Так, „то не беда, что *пьется вода*“ значит не то, что ее пьют, а то, что ее пьет некто, не употребляя для этого никаких усилий, что чувствует охоту ее пить, что выражено посредством образа: „вода сама себя пьет“. Против действи-



тельности существования такого образа в языке нельзя возражать тем, что он невероятен с нашей точки зрения» [15, с. 337].

Проаналізувавши подібні конструкції, С. Смеречинський робить висновки, «що таке переважне значення українських дієслів на *-ся* (пор. Потебнев «вода сама себе п'є») стоїть у найближчій зв'язку із тим, що зворотний займенник *-ся* відчувався ясно, і саме його повне значення – себе (п'ється = п'є себе; отже, сама себе п'є, а не хто інший, активний (точніше – зворотний. – М. Г.) характер має, а не пасивний)» [3, с. 27].

Заперечне речення (9) передає небажання пити, пов'язане з емоційно-психічним станом узагальненого суб'єкта, а не з якістю напою. Тобто продовжуючи думку О. Потебні, можна сказати, що тут ідеться про певний образ: горілка та меди не хочуть пити самі себе. З огляду на це ся-дієслова у (9) також мають **загально-зворотне** значення.

Речення (8) — (9) з підметом-неістотою треба відрізнати від зовнішньо подібних речень:

(14) *Папір рветься.*

(15) *Дріт добре гнеться.*

(16) *Скло б'ється.*

(17) *Кава погано розчиняється.*

Якщо речення (8) — (9) передають певний внутрішній стан (бажання чи небажання пити) максимально узагальненого і тому неназваного суб'єкта, то речення (14) — (17) передають характерну для неістоти, що є підметом, внутрішню властивість, яка виявляється на тлі зовнішнього впливу з боку певного не названого в реченні узагальненого діяча. Тому це значення називатимемо **властивісно-зворотним**. Підтвердженням відмінності загально-зворотного значення від властивісно-зворотного є той факт, що в реченнях (8) — (9) суб'єкта стану можна конкретизувати, уводячи назву істоти в давальному відмінку — і вони перетворюються на речення на кшталт (10), тоді як у (14) — (17) істота-діяч принципово неможлива.

У позововій дійсності *папір, скло, дріт, кава* фактично є об'єктами дії, проте в конструкціях (14)-(16) вони виступають суб'єктами стану, який передають так, ніби він відбувається сам собою, тобто папір рветься сам, а скло б'ється само, а не хтось їх рве чи б'є. Підтвердженням цього є синонімічні прикметникові конструкції *папір рвучкий* (рос. рвущийся) [16, с. 191], *скло б'ючке* (рос. бьющийся) [11, с. 22], *дріт гнучкий* (рос. гнущийся) [11, с. 92], *кава погано розчинна*, де прикметники *рвучкий, б'ючий* та *гнучкий* також утворені за моделлю віддієслівних прикметників від неперехідних дієслів, що є доказом того, що все відбувається само собою. Значення ознаки зумовлює відповідну граматичну характеристику ЛСВ ся-дієслів із властивісно-зворотним значенням: їх вживають лише у формі недоконаного виду і переважно третьої особи теперішнього часу. Ці конструкції мають властивісно-зворотне значення лише за



умови, що присудком є ся-дієслово недокожаного виду, а якщо присудок замінити на парне ся-дієслово докожаного виду, то конструкція набуде значення певної події [17, с. 27] (тобто **загально-зворотного** значення), наприклад, *папір порвався, скло розбилосся*. Зауважимо, що в окремих контекстах такі речення із ся-дієсловами недокожаного виду можуть передавати факти і набувати загально-зворотного значення, наприклад: *на моїх очах папір рветься і ...* (теперішній час інтервальної локалізації [7, с. 251]), *під час миття посуд постійно б'ється* (постійний теперішній час [7, с. 252], що передає багаторазовість події).

Підметове речення (10) не є пасивною конструкцією, бо передає емоційно-психічний стан певної особи, назва якої виступає у формі непрямого додатка у давальному відмінку (давальний суб'єкта стану), а не в орудному, як це мало би бути, якщо б це була пасивна конструкція. Тому це значення пропонуємо називати **почуттєво-зворотним**. Підметом є назва неістоти *горілочка*, завдяки якій виявляється цей стан. Якщо ся-дієслово замінити на співвідносне перехідне, то конструкція стане активною: *мені* (непрямий додаток) *не п'ється горілочка* (підмет) → *я* (підмет) *не п'ю горілочку* (прямий додаток). Проте при цьому суттєво змінюється зміст речення: у почуттєво-зворотній конструкції йдеться про брак бажання пити (тобто стан), а в активній – про брак дії через невідомі причини (як, можливо, через небажання, так і через зовнішні обставини: *хочу, але не п'ю, бо за кермом*).

Наведемо інші приклади подібних конструкцій:

(18) *диктаторам* (непрямий додаток) *подобаться тільки паради* (підмет) (Павло Загребельний, Європа. Захід, 1961, 264) [10, т. 2, с. 275];

(19) *йому* (непрямий додаток) *пригадалась торішня поїздка* (підмет);

(20) *мені* (непрямий додаток) *приснилася ця дівчина* (підмет);

(21) *вірші* (підмет) *мені* (непрямий додаток) *зараз не пишуться* (Дзеркало тижня. [Електронний ресурс]. — 2014. — №32. — с.11. — Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/CULTURE/poet-ostap-slivinskiy-u-tragichnih-podiyah-na-shodi-ye-velika-provina-i-rosiyskih-pismennikiv_.html).

У реченнях (18) — (21) підмет є назвою істоти чи неістоти, з якою пов'язаний певний стан: у (18) — (20) це спричинювач стану, а в (21) — уточнювач.

Речення (11) – безпідметове й активне. **Активні конструкції** із ся-дієсловами – це використовуваний у деяких мовах спосіб подавати спрямовану на об'єкт перехідну дію позамовної дійсності, за якого об'єкт завжди виконує синтаксичну функцію прямого додатка. З дією пов'язане уявлення про суб'єкт, який може бути підметом (підметові або двоскладні речення) або не названим (безпідметові або односкладні речення). Отже, активне значення може бути лише в конструкціях з прямо-перехідними дієсловами, а пряма перехідність зазвичай не сумісна з постфіксом *-ся*. Проте є два випадки, коли ся-дієслів уживали як прямо-перехідні:



1) окремі ся-дієслова набули прямо-перехідних ЛСВ. Наприклад, дієслово *дивитися* є непрямо-перехідним (*дивитися на пейзаж*). Проте в значенні *дивитися* (що?) *виставу, кінофільм, телевізор* воно прямо-перехідне [18, с. 114]. Таких випадків обмаль;

2) у 20-х рр. XX ст. в українській мові поширилися безпідметові конструкції із ся-дієсловами у формі третьої особи однини теперішнього чи майбутнього часу на кшталт *потребу задовольняється* (*задовольнятиметься*) або у формі середнього роду однини минулого часу *потребу задовольнялося*. Відповідні конструкції мають прямий додаток у знахідному відмінку, і через це вони активні. На думку О. Курило, ці **не властиві українській народній мові** безпідметові активні конструкції поширилися за аналогією з українськими безпідметовими активними конструкціями з формами на *-но, -то* і прямим додатком, а головне, під впливом польської мови, де вони широко знані [2, с. 34—35] (див. Прим. 2). Такої самої думки дотримується С. Смерчинський, зазначивши: «Підо впливом, гадаю, польської мови, що там ції конструкції дуже поширені, перейшли вони й до української літературної мови в Галичині, а звідти починають ширитися на Україні Наддніпрянській» [3, с. 25]. Він уважав, що «мові народній українській (ба й мові літературній класичній) вони (безпідметові конструкції з присудком на *-ся* та знахідним відмінком прямого об'єкта. – М. Г.) невластиві й неорганічні, а коли й трапляються, то здебільшого по зах. говірках і під польським впливом» [3, с. 25]. Саме тому мовознавець заперечував твердження В. Сімовича про те, «що в українській мові при неособових висловах залишається завсіди знахідний одмінок [accusativus]» – тим то, виходячи з сказаного вище, українська мова волить уживати неособову форму в таких випадках: *відчувається потребу, твориться форми* й т. д., аніж особову: *відчувається потреба, творяться форми* й т. д.» [19, с. 18]. Категорично заперечуючи природність для української мови таких полонізмів, О. Курило [2, с. 35] писала, що «натомість в українській мові, народній і літературній, вживані підметові речення з присудками-пасивними дієсловами на *-ся*», як наприклад: «*як у коморах замки замикаються, так щоб нашим ворогам зуби і губи позамикало*». Ми згодні, що такі підметові звороти природніші за безпідметові, проте, на нашу думку, вони є не пасивними, а зворотними конструкціями, бо мисляться як ніби відбуваються самі собою (див. Прим. 3).

У 20–30-х рр. XX ст. безпідметові активні конструкції із ся-дієсловами уживали у нормативних документах, проте вони поступово вийшли з ужитку. Відбиток цих конструкцій ще знаходимо в розділі «Синтакса», написаній в окупованому Львові в 1943–1944 рр. праці Ю. Шевельова «Внесок Галичини у формування української літературної мови» [4, с. 112] й у повоєнних мовознавчих працях «Курсі сучасної української літературної мови: Синтаксис» за редакцією Л. Булаховського [20, с. 64,



67] та «Нарисі сучасної української літературної мови» Ю. Шевельова [5, с. 94-95], де їх названо безособово-пасивними (див. Прим. 4). Юрій Шевельов зазначав, що «клясики з Великої України майже зовсім не знають так званих безособово-пасивних речень типу: *книгу читається, землю оресться*. В новітній літературі такі конструкції не часті, але трапляються вже не так і рідко: „Готувалося нічну експедицію” (Ю. Яновський); „Рани обмивалося гарячою водою” (Ю. Смолич); „Училилося отут гуртом урок” (П. Тичина). Безперечне джерело цих конструкцій – Галичина (питання про те, чи позичені вони з польської мови, нас тут не цікавить)» [4, с. 112]. У [20, с. 67] наведено ці самі три цитати і зроблено висновок, що «питома вага цього типу речень більша у письменників, що походять з території південно-західних говірок, загалом у сучасній літературній мові зовсім мала, вживаються вони рідко».

Речення (12) – це не властива українській мові пасивна підметова конструкція, що є наслідком впливу російської мови. Конструкція (13) – суміш двох кальок з польської та російської. На думку С. Смеречинського, «абсолютно неможливий і невластивий тут <...> орудний відмінок дієвої особи» [3, с. 25].

Окрім зазначених основних значень, є ще непохідні ся-дієслова, що мають інші індивідуальні лексичні значення, які не становлять семантико-словотвірних типів [8, с. 4].

Висновки

1. Ся-дієслова багатозначні, і тому та сама словоформа залежно від контексту може передавати різні прямі й переносні значення, тому мовець повинен уважно відрізнити **питомі, властиві українській мові значення від невластивих, накиннутих**.

2. Українських ся-дієслів треба вживати лише для позначення **неперехідних процесів**, тобто процесів, що не мають об'єкта, відокремленого від суб'єкта. За поодинокими винятками їх **не можна вживати на позначання перехідних процесів**.

3. У підметових реченнях українським ся-дієсловом, **на відміну від російських, не властиві пасивні значення**. Їх можна вживати лише у зворотному значенні, що означає процес, який ніби відбувається **сам собою**, тобто незалежно від будь-якого зовнішнього активного діяча.

4. У безпідметових реченнях українським ся-дієсловом, **на відміну від польських, не властиві активні значення**. Їх можна вживати лише в **безособовому значенні**, коли йдеться про стан природи або фізичний (психічний) стан істоти, який не є наслідком її свідомої волі, свідомо спрямованого бажання, тобто є самодостатнім, безвідносним до будь-якого діяча.



ЛІТЕРАТУРА

1. *Курило О.* Уваги до сучасної української літературної мови / Олена Курило. – К. : Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2004. – 303 с. – [передрук видання 1925 р.].
2. *Курило О.* Про українські безпідметові конструкції з присудковими дієприкслівниками на *но то* / О. Курило // Збірник секції граматики української мови / НДІ мовознавства при ВУАН ; ред. О. Курило. – К. : б. в., 1930. – Кн. 1. – 236 с.
3. *Смеречинський С.* Нариси з української синтакси у зв'язку з фразеологією та стилістикою. Харків, 1932 / Сергій Смеречинський ; післяслово О. Горбача. – Мюнхен : Український вільний університет, 1990. – 263 с.
4. *Шевельов Ю.* Внесок Галичини у формування української літературної мови / Юрій Шевельов. – К. : Вид. дім «КМ Академія», 2003. – 160 с.
5. *Шевельов (Шерех) Ю.* Нарис сучасної української літературної мови / Ю. Шерех. – Мюнхен : «Молоде життя», 1951. – 404 с.
6. *Вихованець І.* Дієслівно-іменниковий граматичний тип української мови / Іван Вихованець // Українська мова. – 2012. – № 2. – С. 3–10.
7. *Вихованець І.* Теоретична морфологія української мови: академ. граматика укр. мови / Іван Вихованець, Катерина Городенська ; за ред. Івана Вихованця. – К. : «Пulсар», 2004. – 400 с.
8. *Михайлик Р. П.* Семантико-граматична структура дієслів на *-ся* в сучасній українській мові: автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 «Українська мова» / Р. П. Михайлик; Національна академія наук України, Інститут укр. мови. – К., 1995. – 16 с.
9. *Лаврінець О.* Пасивні конструкції з дієсловами на *-ся* в сучасній українській мові: синонімія та паралелізм функціонування / Олена Лаврінець // Українська мова – 2014. – № 1. – С. 61–75.
10. Словник української мови : в 11 тт. / ред. кол.: *І. К. Білодід* та ін. – К. : Наук. думка, 1970–1980. – Т. 1–11.
11. *Караванський С.* Російсько-український словник складної лексики / Свято-слав Караванський. – К. : Вид. центр «Академія», 1998. – 712 с.
12. Сучасна українська літературна мова. Морфологія / за заг. ред. акад. АН УРСР *І. К. Білодіда*. – К. : Наук. думка, 1969. – 584 с.
13. Русская грамматика / Н. Ю. Шведова (гл. ред.). – М. : Наука, 1980. – Т. 1: Фонетика. Фонология. Ударение. Интонация. Словообразование. Морфология. – 784 с.
14. *Куліш П.* Твори : в 2-х тт. / Пантелеймон Куліш. – К. : Наукова думка, 1994. – Т. 1. – 752 с. ; Т. 2. – 768 с. – (Б-ка укр. літ-ри.).
15. *Потебня А. А.* Из записок по русской грамматике. / А. А. Потебня. – М. : Просвещение, 1968 – Т. 3. Об изменении значения и заменах существительного. – 551 с.
16. *Войналович О.* Російсько-український словник наукової і технічної мови (термінологія процесових понять) / О. Войналович, В. Моргунюк. – К. : Вирій, Сталкер, 1997. – 256 с.
17. *Гаєрилова В. И.* Аспектуальная и залоговая характеристика сказуемых медиальных конструкций / Валентина Ивановна Гаврилова // Типология вида/аспекта: проблемы, поиски, решения : сборник научных статей / отв. ред. Е. Я. Титаренко. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2014. – С. 17–30.
18. Сучасна українська мова : довідник / Л. Ю. Шевченко, В. В. Різун, Ю. В. Лисенко ; за ред. *О. Д. Пономаріва*. – К. : Либідь, 1996. – 320 с.
19. *Сімович В.* На теми мови / др. Василь Сімович. – Прага ; Берлін : «Нова



Україна», 1924. – 48 с.

20. Курс сучасної української літературної мови: Синтаксис / за ред. Л. А. Булаховського. – К. : Рад. школа, 1951. – Т. 2. – 408 с.

21. Сучасна українська літературна мова / А. П. Грищенко, Л. І. Мацько, М. Я. Плющ, Н. І. Тоцька, І. М. Уздиган ; За ред. А. П. Грищенка. – 3-є вид., допов. – К. : Вища школа, 2002. – 439 с.

22. Тихомірова Т. С. Курс польського язика : учеб. для вузов по спец. «Рус. яз. и лит-ра.» / Т. С. Тихомірова. – М. : Высш. шк., 1988. – 279 с.

Reference list

1. Kurylo O. Uvahy do suchasnoi ukrainskoi literaturnoi movy / Olena Kurylo. – K. : Vyd-vo Solomii Pavlychko «Osnovy», 2004. – 303 s. – (peredruk vydannia 1925 r.)

2. Kurylo O. Pro ukrainski bezpidmetovi konstruktssii z prysudkovymy diiepryslivnykamy na no to / O. Kurylo // Zbirnyk seksii hramatyky ukrainskoi movy/ NDI movoznavstva pry VUAN ; red. O. Kurylo. – Knyha 1. – K. : b. v., 1930. – 236 s.

3. Smerechynskiy S. Narysy z ukrainskoi syntaksy u zviazku z frazeolohiieiu ta styl-istykoiu. Kharkiv, 1932 / Serhii Smerechynskiy ; Fotoperedruk z pisliaslovom O. Horbacha. – Miunkhen : Ukrainskyi vilnyi universytet, 1990. – 263 s. – (Ukrainski hramatyky, vyp. 8).

4. Shevelov Iu. Vnesok Halychyny u formuvannia ukrainskoi literaturnoi movy / Yurii Shevelov. – K.: Vyd. dim «KM Akademia», 2003. – 160 s.

5. Shevelov (Sherekh) Iu. Narys suchasnoi ukrainskoi literaturnoi movy / Iu. Sherekh. – Miunkhen : vyd-vo «Molode zhyttia», 1951. – 404 s.

6. Vykhovanets I. Diieslivno-imennykovyi hramatychnyi typ ukrainskoi movy / Ivan Vykhovanets // Ukrainska mova, 2012. – № 2. – S. 3-10.

7. Vykhovanets I. Teoretychna morfolohiia ukrainskoi movy : akadem. hramatyka ukr. movy / Ivan Vykhovanets, Kateryna Horodenska ; za red. Ivana Vykhovantsia. – K. : Univ. vyd-vo «Pulsary», 2004. – 400 s.

8. Mykhailyk R. P. Semantyko-hramatychna struktura diiesliv na -sia v suchasni ukrainskii movi / Mykhailyk Roksolana Pavlivna : Avtoreferat dys. ... kand. fil. nauk: spets. 10.02.01- «Ukrainska mova» / Natsionalna akademiia nauk Ukrainy. Instytut ukr. movy. – K., 1995. – 16 s.

9. Lavrinets O. Pasyvni konstruktssii z diieslovamy na -sia v suchasni ukrainskii movi: synonimii ta paralelizm funktsionuvannia / Olena Lavrinets // Ukrainska mova, 2014. – № 1. – S. 61-75.

10. Slovnnyk ukrainskoi movy: v 11-ty t. / Red. kol.: I. K. Bilodid ta in. – K. : Nauk. dumka, 1970-1980. – T. 1-11.

11. Karavanskyy S. Rosiisko-ukrainskyi slovnnyk skladnoi leksyky / Sviatoslav Karavanskyy. – K. : Vydavnychy tsentr «Akademia», 1998. – 712 s.

12. Suchasna ukrainska literaturna mova. Morfolohiia / Za zah. red. akad. AN URSR I. K. Bilodida. – K. : Nauk. dumka, 1969. – 584 s.

13. Russkaja grammatika. T. 1: Fonetika. Fonologija. Udarenie. Intonaciya. Slovoobrazovanie. Morfologija / N. Ju. Shvedova (gl. red.). – M. : Nauka, 1980. – 784 s.

14. Kulish P. Tvory : v 2-kh t. / Panteleimon Kulish. – K. : Naukova dumka, 1994. – T. 1 – 752 s.; T. 2 – 768 s. – (B-ka ukr. lit. Ukr. nova lit.)

15. Potebnja A. A. Iz zapisok po russkoj grammatike. T. 3. Ob izmenenii znachenija i zamenah sushhestvitel'nogo / A. A. Potebnja. – M. : Prosveshhenie, 1968. – XIV, 551 s.

16. Voinalovych O. Rosiisko-ukrainskyi slovnnyk naukovi i tekhnichnoi movy (ter-



minolohiia protsesovoykh poniat) / O. Voinalovych, V. Morhuniuk. – K. : Vyrrii, Stalker, 1997. – 256 s.

17. Gavrilova V.I. Aspektual'naja i zalogovaja harakteristika skazuemykh medial'nykh konstrukcij / Valentina Ivanovna Gavrilova // Tipologija vida/aspekta: problemy, poiski, reshenija : sbornik nauchnykh statej / otv. red. E. Ja. Titarenko. – Simferopol' : DIAJPI, 2014. – S. 17-30.

18. Suchasna ukrainska mova: Dovidnyk / L. Iu. Shevchenko, V. V. Rizun, Iu. V. Lysenko ; Za red. O. D. Ponomariva. – K. : Lybid, 1996. – 320 s.

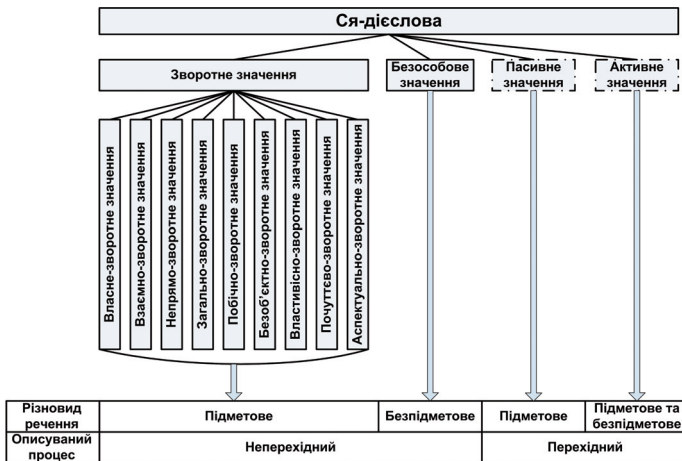
19. Simovych V. Na temy movy / dr. Vasyl Simovych. – Praha ; Berlin : Vyd-vo «Nova Ukraina», 1924. – 48 s.

20. Kurs suchasnoi ukrainskoi literaturnoi movy : Syntaksys / za red. L. A. Bulakhovskoho. – K. : Rad. shkola, 1951. – T. 2. – 408 s.

21. Suchasna ukrainska literaturna mova / A. P. Hryshchenko, L. I. Matsko, M. Ia. Pliushch, N. I. Totska, I. M. Uzdyhan ; Za red. A. P. Hryshchenka. – Vyd. 3-ie, dopovnene. – K. : Vyshcha shkola, 2002. – 439 s.

22. Tihomirova T. S. Kurs pol'skogo jazyka : Ucheb. dlja vuzov po spec. «Rus. jaz. i lit.» / T. S. Tihomirova. – M. : Vyssh. shk., 1988. – 279 s.

Рис. 1. Основні значення ся-дієслів. Штрих-пунктиром подано значення, що не відповідають нормам української літературної мови



Таблиця 1: Багатозначність окремих ся-дієслів

Ся-дієслово	Кількість ЛСВ, зафіксованих у [10]
битися	8
будуватися	2
ділитися	4
їстися	3
писатися	5
питися	2
розпускатися	8
сіятися	6
складатися	12
читатися	4



Примітки

Примітка 1. Є два підходи до розуміння активного значення. Згідно з першим, якого дотримувалися О. Курило та С. Смеречинський, будь-яке дієслово має граматичне значення стану (активне чи пасивне). Активним вважають будь-яке значення, що не є пасивним, зокрема активними є ся-дієслова у зворотному значенні. Такий підхід залишився в академічній російській граматиці [13, с. 617] та в підручнику [21, с. 372]. Згідно з другим, прийнятим у сучасному українському мовознавстві [7, с. 243], граматичне значення активного стану мають лише перехідні дієслова, а ся-дієслова у зворотному та безособовому значенні є позастановими. Саме такого підходу ми дотримуємося в цій статті.

Примітка 2. У польській мові форму із зворотною часткою *się* можна утворити від будь-якого дієслова, як перехідного, так і неперехідного, при цьому зворотна частка *się* не перетворює перехідне дієслово на неперехідне. Сполуки дієслів із колишньою формою зворотного займенника певним чином властиві всім слов'янським мовам. Однак тільки в польській мові можна утворити такі форми від прямо-перехідних дієслів, які при цьому зберігають пряму перехідність [22, с. 196–197].

Примітка 3. С. Смеречинський наводив такий приклад: «Замість безпідметових: “Як тоді *оралось* море (знах.), як *копалось* глибокість (знах.), риба *вирилось* печери” (знах.), що в них виступає “*тап*”, “*хтось*” орав море ... копав глибокість ... вилив печери..., — властивіше українській мові сказати підметовим зворотом: як тоді *оралось* море (назовн.), як *копалася* глибокість (назовн.), риба *вирились* печери (назовн.) та ін.» [3, с. 25].

Примітка 4. Цей термін пояснено так: «При перетворенні цих речень на особові двоскладні іменник-об'єкт перетворюється на підмет; це зближає конструкцію цих речень із пасивними» [20, с. 67]. На нашу думку, запропонований термін не відповідає сутності поняття, оскільки тип речення треба визначати за його властивостями, а не властивостями речення, у яке його можна перетворити. Пропонуємо називати зазначені речення **безпідметово-активними**.

Ginzburg Mykhailo

A CLASSIFICATION OF SIA-VERB MEANINGS IN UKRAINIAN TEXTS

Based on the papers of Olena Kurylo, Serhei Smerechynskiy, Yurii Shevelov and other linguists, the meanings of verbs with *sia*-affixes (*sia*-verbs) have been analyzed, their four basic meanings (reflexive, impersonal, passive and active) along with the nine sub-meanings of the reflexive meaning have been highlighted. It was shown that due to the polysemy of *sia*-verb the same word form can express various direct and transferred meanings.

Based on the analysis of various contexts, each meaning/sub-meaning has been described and the differences between various meanings/sub-meanings have been studied. It was concluded that the reflexive meaning in subject sentences and the impersonal meaning in subjectless ones correspond to the norms of the Ukrainian language, while the passive and active meanings of *sia*-verbs are not typical for the Ukrainian language being the result of the influence of the Russian and Polish languages respectively.

Key words: *sia*-verb, lexical meaning, reflexive meaning, impersonal meaning, passive meaning, active meaning.



Гинзбург Михаил

КЛАССИФИКАЦИЯ ЗНАЧЕНИЙ СЯ-ГЛАГОЛОВ В УКРАИНСКИХ ТЕКСТАХ

Основываясь на трудах Е. Курило, С. Смерчинского, Ю. Шевелева и других лингвистов, проанализированы значения глаголов с аффиксом *-ся* (ся-глаголов) и выделены их четыре основных значения (возвратное, безличное, пассивное и активное), а также девять разновидностей возвратного значения. Показано, что из-за многозначности ся-глаголов одна и та же словоформа может выражать различные прямые и переносные значения. Анализируя конкретные контексты, описано каждое значение (каждая разновидность) и исследованы их отличия от других значений. Сделан вывод, что нормам украинского языка соответствуют возвратное значение ся-глаголов в подлежащих предложениях и безличное в бесподлежащих, тогда как пассивное и активное значения ся-глаголов не свойственны украинскому языку и являются следствием влияния русского и польского языков соответственно.

Ключевые слова: ся-глагол, лексическое значение, возвратное значение, безличное значение, пассивное значение, активное значение.



Наталія Загоруйко,

канд. філол. наук

УДК 070 : 821.161.2-6.09

АЛЬТЕРНАТИВНИЙ ДИСКУРС ЕПІСТОЛЯРНОЇ ПУБЛІЦИСТИКИ В'ЯЧЕСЛАВА ЧОРНОВОЛА

У пропонованій статті здійснено спробу розглянути епістолярну публіцистику В. Чорновола крізь призму альтернативного дискурсу 1970-1980-х рр. Проаналізовано та визначено особливості альтернативного дискурсу його таборової епістолярної публіцистики, з'ясовано ключові аспекти листування. Вказано, що, незважаючи на активну політичну позицію адресанта, вагоме місце в його епістолярії належить літературно-мистецьким темам. Амплітуда порушуваних проблем та широке коло адресатів листування В. Чорновола засвідчують публіцистичність його епістолярію, що є органічним доповненням публіцистичної спадщини дисидента, а ідейна спрямованість кореспонденції дає підстави зараховувати їх до альтернативного дискурсу, на противагу офіційному (радянському).

Ключові слова: альтернативний дискурс, епістолярна публіцистика, шістдесятники.

Вступ. Значну частину інтелектуальної спадщини В'ячеслава Чорновола становить таборовий епістолярій. І саме цей об'єктивний фактор – умови перебування дисидента – зумовив його тематичну амплітуду та універсальне значення, адже лист – це не лише єдина можливість для в'язня сумління висловити свою позицію та тримати зв'язок з рідними та друзями, а й реалізувати себе як творчу особистість. Зазначене дає підстави говорити про листування як вияв епістолярної публіцистики, яка була важливим засобом формування культурного середовища на Батьківщині та засобом розширення інтелектуального простору політв'язня.

Інтерес до творчості автора, виявом якого є, зокрема видання творів В'ячеслава Чорновола в десяти томах, здійснюване видавництвом «Смолоскип», дає підстави говорити про актуальність пропонованого дослідження. Мета статті – проаналізувати та визначити особливості альтернативного дискурсу таборової епістолярної публіцистики В. Чорновола, з'ясувавши ключові аспекти листування.

Результати й обговорення. Досліджуючи офіційний та альтернативний дискурси в УРСР, О. Зарецький зарахував листи шістдесятників до останнього, загалом антирадянського, зауважуючи, що ці кореспонденції передусім свідчать про «етичний спротив системі, суб'єктивне неприйняття радянської влади з її насадженням власної ідеології, штампів у



мистецтві та літературі, тотального контролю, русифікаторської політики» [1, с. 191]. А Л. Тарнашинська у своїй монографії «Українське шістдесятництво: профілі на тлі покоління» визначила цей епістолярій як комунікацію свідомостей [2, с. 15], завдяки якій відбувалось утвердження та самореалізація цих яскравих особистостей.

О. Зарецький зазначає, що ідеологічна та етнокультурна системи СРСР ґрунтувались на двох основних опозиціях: «добро» – «зло» (поділ світу на «світлу» і «темну» частини), радянських догмах та науковій істині, якою була народна правда, тобто псевдосинкретизм. Саме ці опозиції актуалізувалися в авторитетних текстах офіційного дискурсу – програмах КПРС, постановках, резолюціях з'їздів тощо.

На той час альтернативна українська культура в опозиції «добро» – «зло» знаходилась, звичайно, на боці «темряви». Адже порівняно з перспективою побудови комунізму в офіційному дискурсі українська проблема мала вигляд анахронізму та пережитку. Наприклад, ще в 30-ті рр. з'явилася теорія боротьби двох культур, головною тезою якої було те, що російська культура в Україні пов'язана з прогресивним пролетаріатом і містом, натомість українська – з відсталим селянством і селом [1, с. 81]. Попри те, що Україна у складі СРСР мала низку національних та державних атрибутів, державна політика була спрямована на те, щоб зробити українську мову та культуру другосортними. Про це йдеться у праці «Інтернаціоналізм чи русифікація?» Івана Дзюби. Її було написано у вересні-грудні 1965 р., і безпосереднім поштовхом до написання цього твору стали політичні арешти інтелігенції. Хоча автор і не вважав працю антирадянською, бо то була лише «правда про становище України, про наш національний біль» [3, с. 26], і не вдавався до конспірації, «Інтернаціоналізм та русифікація» стала центральним твором самвидаву та означила альтернативний дискурс, розвиток якого спостерігаємо і в епістолярній спадщині шістдесятників.

На думку О. Зарецького, шістдесятників, як і громадську думку упродовж усього ХХ ст., глибоко хвилювала «відповідність “класичного марксизму-ленінізму” існуючій державній практиці» [1, с. 90]. Чи не тому, досліджуючи розбіжності між трактуванням національного питання більшовиками і реальним станом мови, І. Дзюба апелює саме до В. Леніна. Побудувавши працю на антитезах, автор не лише аргументовано довів, що українська культура опинилась у стані кризи через «порушення ленінської національної політики і підміну її сталінським великодержавництвом та хрущовським прагматизмом, несумісним з науковим комунізмом» [4, с. 97], а й різко розкритикував офіційну концепцію національного питання, зокрема постулат про «злиття націй при комунізмі». Питання, порушені в таборовому епістолярії В. Чорновола щодо стану національного питання, розвитку української культури, зокрема літератури, є одними з ключових в українській публіцистичній



думці, але тон обговорення їх діаметрально протилежний офіційному радянському дискурсу, що дає підстави означити його як альтернативний.

Незважаючи на те, що в епістолярній спадщині В.Чорновола завжди виразно прочитується передусім політик та правозахисник з «нахилом до соціально-політичного аналізу, спробами чітких суспільних характеристик» [5, кн.1, с. 41], питанням тогочасного літературознавства приділено у ній важливе, навіть знакове місце. Характерно, що в принагідних Чорноволових оцінках тодішньої літературної продукції – як окремих авторів і творів, так і тематичних напрямів і стилістичних шукань – дуже багато спільного з подібною есеїстикою інших його побратимів по перу і по долі, зокрема І. Свіличного, В. Стуса, В. Марченка, які відкрито продемонстрували своє незадоволення догматичною зашореністю культурного розвитку, залишаючи за собою право на плюралістичну критику.

Листи В'ячеслава Чорновола до дружини Атени Пашко, сестри Валентини, а особливо до письменниці Галини Гордасевич – суцільні літературознавчі «листовні статті» (його визначення) з критичними судженнями та рефлексіями про прочитане. Вони стали феноменом літературної критики, так би мовити «табірно-засланською критикою» (М. Коцюбинська) зі своїми критеріями, етико-естетичними постулатами. Приміром, в одному з листів до Г. Гордасевич В. Чорновіл пише, що його позиція як літературного критика багато в чому зумовлена обставинами: «Може, я і такі, як я, поставлені в специфічні умови прямого протистояння, перебільшуємо із своїм максималізмом [виділення наше – Н.З.]» [5, кн.1, с. 859]. Адже, на думку Михайлини Коцюбинської: «Віддавши себе всього політиці й публіцистиці, він [В. Чорновіл], мабуть, якоюсь мірою “став на горло власній пісні” як критика і літературознавця» [5, кн.1, с. 31]. Підтвердження цього знаходимо у спогадах Романа Корогодського: «...він [В. Чорновіл] свідомо зрікся радости творчості і став на шлях підпільної роботи за умов тотального полювання на дисидентів. В'ячеслав Чорновіл свідомо прирік себе до написання виключно національної публіцистики, і його книжки й сотні статей – це новітня історія визвольного руху за незалежну Україну» [6, с. 293].

Характерною ознакою офіційного радянського дискурсу була ритуалізація тексту, коли «одна соціальна установка може актуалізувати безліч текстів. Установка постійна – тексти взаємозамінні. Мовне стає неприпинним, другорядним» [1, с. 37]. Саме тому Євген Сверстюк підкреслював, що більшовицька революція залишила усі великі слова, але позбавила їх великого змісту, внаслідок чого «відбулась підміна понять – підміна основ» [7, с. 126], що безпосередньо вплинула й на формування канону, який був певною матрицею і визначав межі творчості митців.



У листуванні В'ячеслава Чорновола проблема канону радянського літературознавства порушується чи не найглибше, адже політв'язень не лише намагається простежити літературні події, а й осмислити сам механізм цього явища та небезпеку його наслідків: «У нас дуже не люблять зачіпати підвалини, руйнувати канони», особливо коли йдеться про оцінку великих письменників, які стали символами духовного буття народу. Причому канонізація письменника дуже часто відбувається вже після його смерті внаслідок «затягання до власної ідеологічної кошари» та спотворення образу через накладання «хрестоматійного глянцю» [5, кн.2, с. 103]. Сам процес канонізації універсальний, але чим регламентованіше духовне життя суспільства, тим чіткіше він виявляється.

Роздуми В. Чорновола про канонізацію Т. Шевченка майже дослівно згодом повторить Г. Грабович, зокрема те, що саме ім'ям Тараса Шевченка, який «залишається нашим найбільшим націоналістом у справжньому значенні цього слова», прикривалися різноманітні «кампанії» впродовж багатьох десятиліть, роблячи з поета борця проти «куркульства як класу» або проти «космополітизму» й завжди «затятого викривача українського буржуазного націоналізму» [5, кн.2, с. 104]. У листі до сестри Валентини, яка писала дипломну роботу про Т. Шевченка, В. Чорновіл акцентує її увагу на тому, що Михайло Драгоманов критикував Тараса Шевченка передусім через його боротьбу з «примітивним вузькоლობим українофільством, яке чіплялось за Шевченка, робило його прапором своїх хуторянсько-галушкових “змагань”» [5, кн.2, с. 225].

Окрім критичних оцінок конкретних літературних творів, епістолярій В. Чорновола містить, зокрема, дуже цінні міркування про значення культури й мистецтва в духовному житті суспільства. Автор доволі болісно переживав те, що літературну критику, покликану бути «дороговказом, хоч на півкроку випереджаючи рух суспільства», «найчутливішим суспільним барометром», безцеремонно використовують вітчизняні літературознавці як трибуну для декларації ідеологічних догм.

Імпонують В. Чорноволові теоретичні роздуми його сучасника Григорія Ключека про літературну критику, а саме про те, що критика має бути не лише «відкоректованим путівником по літературі», а й путівником «по болючих проблемах життя», що вона, окрім науковості та есеїстичності, як визначив Г. Ключек, має мати «світоглядну перспективність». Зародки саме такого літературознавства він вбачав у «барокових» есе Є. Сверстюка, раціоналістичних статтях І. Світличного, публікаціях І. Дзюби та В. Стуса, оскільки саме молода генерація шістдесятих взяла чіткий курс на психологічну й культурну Європу, акцентуючи неприпустимість зниження естетичних критеріїв в оцінці літературних творів, що неминуче призводить до девальвації самого уявлення про художнє слово.



Часто В. Чорновіл вдається до полеміки з приводу особливо важливих, на його думку, проблем буття українського народу у світлі сучасних історичних концепцій, викриває шовіністичні тенденції офіційної історії, як, наприклад, у критиці на книгу П. Толочка «Історична топографія стародавнього Києва» (лист до рідних від 22 грудня 1975 р.). Іронізує В. Чорновіл і з приводу присудження державної премії В. Чивіліхіну за роман-есе «Пам'ять», в якому він «не просто героїзує і пропагує російське минуле, але й з відверто шовіністичних позицій робить кавалерійський набіг на деякі усталені навіть у радянській науці теорії» [5, кн.2, с. 285].

Аналізуючи традицію народництва, В'ячеслав Чорновіл чітко визначав критерії оцінки літературних явищ, застосовуючи «простенький, але дуже надійний» метод – «треба поставити питання, з чим ми можемо вийти на світову арену?» [5, кн.2, с. 203]. Із наших класиків, на думку В. Чорновола, з таким завданням впораються лише Т. Шевченко, Леся Українка (драматургією), М. Коцюбинський, В. Стефаник, О. Кобилянська та В. Винниченко. Творчість П. Мирного, Г. Квітки-Основ'яненка, А. Тесленка, Є. Гребінки, Марка Вовчка – «описувачів нужди народної» – зараховував до «домашнього вжитку», адже їх значення не виходить за межі нашої історії.

Такі критерії оцінювання літературних явищ В. Чорновола перегукуються з оцінкою Ю. Шевельова, який твердив, що світ «гопаком» не захопиш, навіть літературним. На його переконання, найвищого рівня українська література досягла саме завдяки літературі модернізму, і попри те, що «він мав свої відмінності від центральноєвропейського, саме ним і зацікавилися в інших країнах: Стефаник і Коцюбинський перекладалися тоді в Європі» [8, с. 422]. Безапеляційність В. Чорновола можна зрозуміти, адже, як зазначає Г. Грабович, народництво було не тільки пасивною та оборонною настановою, а й продуктом загального зауваження концептуальних параметрів, що їх породжувала структура імперського мислення [3, с. 174].

Значна частина епістолярної публіцистики В. Чорновола присвячена мистецько-культурним питанням. Зокрема, порушується актуальна на той час для всього європейського контексту проблема митця в тоталітарному суспільстві, яку, за образним висловом Євгена Сверстюка, можна назвати «письменник один під державним пресом». З цього погляду доволі цікавою є оцінка дисидентом творчості сучасниці Ліни Костенко. Як відомо, поетка впродовж довгих років була позбавлена права друкуватися в Україні, і лише в 1977 та 1980 рр. виходять її поетичні збірки «Над берегами вічної ріки» та «Неповторність», які, безперечно, стали подіями великого культурного значення. Щодо Чорноволових оцінок творчості Ліни Костенко, то вони були доволі суворими та безкомпромісними: «У Ліни буває, що якийсь рядок губить цілий вірш, – пише



він у листі від 25 січня 1981 р. до сестри Валентини. – Мабуть, їй не пішло на користь чернецтво (громадське)» [5, кн.2, с. 27]. Зауважимо, що такі критичні відгуки аналогічні зауваженням Івана Світличного, який твердив, що у мистецтві легкої дороги не буває.

Про поетичну збірку «Неповторність» В'ячеслав Чорновіл писав, що йому важко збагнути, чому «Ліна розбавила збірку третиною віршів не її рівня, навіть художньо недовершених, описово-дидактичних, «проти справжньої публіцистичності й афористичності, для неї характерної, я, звичайно, не бунтуюся», – зазначає він наостанок [5, кн.2, с. 27]. Однак ці критичні відгуки в загальному підсумку були доброзичливі, адже дисиденти були стурбовані передусім тим, щоб під тиском цензури одна з найталановитіших поетес обмежувати свою творчість. Та й сама Ліна Костенко з боєм говорила, що лише поетична збірка «Вибране» (К., 1989) з'явилась у «своєму первісному вигляді», натомість жодна з попередніх не побачила світ такою, як пропонувала авторка [2, с. 35].

Маємо цікавий аналіз В. Чорновола роману у віршах Л. Костенко «Маруся Чурай». Критик не погоджується з офіційною оцінкою твору, що це лише «ретельне зображення минувшини». Він визнає, що поетеса мусила уникати «ліричних відступів чи очевидних підтекстових паралелей із українською сучасністю [5, кн.2, с. 94], причину чого бачить передусім у цензорі «у собі й поза собою». Проте, аналізуючи роман з текстологічного боку, критик знаходить у ньому опосередковані алюзії на сучасність, які називає «вільними асоціаціями, прямо авторкою не продиктованими», зокрема «чураївські голови на палях і вишніківські голови на плечах». А згадку про «родича Смока», що «в нашу землю кігті увігнав», розповідь про «голодних, які, вхопивши молодого жита», «корчилися, звивались, покрай доріг повзли на животях», В. Чорновіл вважає натяком на голодомор. Кредо ж мандрівного дяка «мені не треба слави, ані грошей, ані щоб сильний світу похвалив» вважає девізом самої Ліни Костенко. Пишучи, що «якісь недопалені книги заблуканий вітер знадвору голодним пальцем гортав», на думку В.Чорновола, вона мала на увазі брутальний підпал найбільшої української наукової бібліотеки в центрі столиці 24 травня 1964 р. (київська Публічна бібліотека Академії наук УРСР). Неоднозначними також видаються такі рядки: «Не може бути вільним народ, що поневолює інші народи».

У листуванні В'ячеслава Чорновола з Галиною Гордасевич розгорілася полеміка щодо творчості Валерія Шевчука. Він зізнавався, що однаковість письменника йому теж не до смаку, не віддаючи йому першості перед суворим правдописанням Григора Тютюнника, однак намагався з'ясувати витоки такого літературного напрямку і не спрощувати питання закидами в епігонстві. Передусім В. Чорновіл зазначав, що це явище існує не тільки в Україні і має своє пояснення. Погоджувався з грузинським критиком Гурамом Асатіані, який вважав, що



автори «зі страху перед фальшивим пафосом часто впадали в іншу крайність» – штучну природність. Енергія переважно витрачалася не на те, щоб сказати правду, а щоб не прослизнула брехня. Такими були й наші прозаїки-шістдесятники.

Окрім літературно-мистецьких тем, В. Чорновіл у своєму листуванні порушував соціально-політичні проблеми, що відповідало його світогляду та світогляду адресантів. Саме тому, коли читаєш листи десидента, то постає образ цілеспрямованого, імпульсивного політичного лідера, здатного на радикальні вчинки, який щоденно відстоює своє право бути собою, не допускає порушення законних прав в'язня, щиро та безупинно, як тільки може, підтримує своїх побратимів та соратників. «Феномен Чорновола, – як зауважує Р. Корогодський, – в інтуїтивній, а можливо, й осмисленій, наперед заданій, передбачуваній широті погляду та вмінні бачити й прогнозувати “завтра”» [6, с. 291].

Передусім його політична позиція виявилась у відстоюванні Статусу політв'язня разом з П. Айрік'яном та І. Осиповим та відмові від радянського громадянства, за що В. Чорновіл був неодноразово жорстко покараний карцерами та штрафними ізоляторами, позбавлений побачень і можливості писати найріднішим.

У цьому руслі він говорив про необхідність не лише підтримки національного демократичного руху, а й відстоювання своїх прав в ув'язненні, наполягав на статусі політв'язня. У своїй заяві про вступ в Українську гельсінську групу, іронізуючи, просив вважати його «оголошеним членом УГ, що перебуває в журналістському відрядженні з метою висвітлення становища в місцях позбавлення волі» [9, с. 46].

Етапи кристалізації світогляду та вироблення моральних професійних пріоритетів засвідчує епістолярій дисидента, зокрема, в листі до рідних під час другого ув'язнення від 7 жовтня 1974 р. маємо промовисте зізнання: «Два <...> літературні тижні переконали мене в тому, що відчував уже раніше: літературознавство перестає бути для мене фахом, воно не може всеосяжно претендувати на мій час і розум – і я свідомо здаю ці позиції задля якихось інших, переводячи себе в широкий стан аматорів прекрасного, не стаючи співучасником його творення» [5, кн.1, с. 348].

Підкреслював, що завжди відстоював позиції соціалізму, але не того, що «намагається регламентувати не лише діла, а й мислення індивіда». Не уявляв собі «справжнього соціалізму без гарантованих демократичних свобод і без найширшого політичного й економічного самоврядування всіх клітин державного організму аж до найменших включно і без реального, а не паперового забезпечення прав усіх націй багатонаціональної держави» [5, кн.1, с. 101].

У 1975 р. В. Чорновіл подавав до Президії Верховної Ради СРСР заяву про відмову від радянського громадянства, але коли з'явилися випадки



обміну політів'язнів з України на радянських розвідників, він написав заяву про відмову від попередньої заяви, бо завжди хотів вести свою боротьбу за незалежну Україну тільки в Україні, а не за її межами: «Там не буде постійних тутешніх нестатків, – звертається до дружини Атини, – [...] не буде дамоклого меча над головою, може бути спокій і родинна радість, але... не буде й України, бодай уривками, бодай у перспективі» [5, кн.1, с. 719]. Обґрунтовуючи свій моральний вибір, у листі до батьків від 15 жовтня 1978 р., проводить паралелі між репресіями 30-х та 70-х рр., зауважує, якщо раніше «треба було знищити частину інтелігенції за те, що вона вміє думати, щоб ті, що залишаються, боялися думати» [5, кн.1, с. 742], то в його час достатньо заарештувати одиниці, щоб налякати решту людей. Саме «таким взірцем», як зауважував, випало бути йому.

Підтримував засади демократичного суспільства, де висловлювати свої думки вголос – це не злочин. «Ми ж не свині, – розмірковує у листі до батьків від 15 жовтня 1978 р., – щоб тільки жувати й бездумно піддакувати тому, хто підливає пійло (до речі, не дуже щедро, бо порівняно з рядовими людьми в багатьох країнах ми живемо як жебраки)» [5, кн.1, с. 742].

Висновки. Отже, епістолярна спадщина В'ячеслава Чорновола – вагомий складник національної публіцистики, адже вона відображає думки та суспільно-політичну позицію одного з найяскравіших постатей правозахисного руху на теренах Радянського союзу. Амплітуда порушуваних проблем, широке коло адресатів та ідеологічна спрямованість листів дисидента та засвідчують їх альтернативне (антирадянське) спрямування. Епістолярій громадського діяча є органічним продовженням його публіцистичної спадщини загалом. Одним із методів критики тогочасного ладу для В. Чорновола було звернення до іронії, що водночас додавала моральної наснаги авторові. Неспинне, принципове бажання відстоювати свої законні права під час ув'язнення та заслання, а також постійна допомога в цьому аспекті своїм побратимам – своєрідне втілення політичної програми В. Чорновола.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Зарецький О.* Офіційний та альтернативний дискурси в 1950 – 80-ті роки в УРСР / Олексій Зарецький. – К. : Інститут української мови НАН України, 2008. – 440 с.
2. *Тарнашинська Л.* Українське шістдесятництво: профілі на тлі покоління : (історико-літературний та поетикальний аспекти) / Людмила Тарнашинська. – К. : Смолоскип, 2010. – 632 с.
3. *Грабович Г.* До історії української літератури: Дослідження, есеї, полеміка / Григорій Грабович. – К. : Критика, 2003. – 631 с.
4. *Касьянов Г.* Незгодні : українська інтелігенція в русі опору 1960 – 80-х років / Григорій Касьянов. – К. : Либідь, 1995. – 224 с.



5. Чорновіл В. Твори : в 10 тт. / В'ячеслав Чорновіл ; [упоряд. М. Коцюбинська, В. Чорновіл ; передм. М. Коцюбинської]. – К. : Смолоскип. – Т. 4. Кн. 1 : Листи. – 2005. – 990 с.; Кн.2 : Листи. – 2005. – 1068 с.

6. Корогодський Р. Брама світла: Шістдесятники / Роман Корогодський ; [упоряд. М. Коцюбинська, Н. Кучер, О. Сінченко]. – Львів : Видавництво Українського католицького університету, 2009. – 656 с.

7. Сверстюк Є. Правда полинова / Євген Сверстюк. – К. : Вид. дім «КМ Академія», 2009. – 192 с.

8. Шевельов Ю. З історії незакінченої війни / Юрій Шевельов ; [упоряд. О. Забужко, Л. Масенко]. – К. : Вид. дім «КМ Академія», 2009. – 471 с.

9. Українська Гельсінська Група сприяння виконання Гельсінських угод : у 4 т. / Харківська правозахисна група; [упорядник Є. Захаров]. – Харків : Фоліо, 2001. – Т. 4 : Документи і матеріали. 10 грудня 1978 – 11 березня 1988. – 256 с.

Reference list

1. Hrabovych H. Do istorii ukrainskoi literatury: Doslidzhennia, esei, polemika / Hryhorii Hrabovych. – K. : Krytyka, 2003. – 631 s.

2. Dziuba I. Internatsionalizm chy rusyfikatsiia? / Ivan Dziuba. – K. : Vydavnychy dim «KM Akademiia», 1998. – 276 s.

3. Zaretskyi O. Ofitsiyni ta alternatyvnyi dyskursy 1950 – 80-ti roky v URSR / Oleksii Zaretskyi. – K. : Instytut ukrainskoi movy NAN Ukrainy, 2008. – 440 s.

4. Kasianov H. Nezghodni : ukrainska intelihentsiia v rusi oporu 1960 – 80-kh rokiv / Hryhorii Kasianov. – K. : Lybid, 1995. – 224 s.

5. Korohodskyi R. Brama svitla: Shistdesiatnyky / Roman Korohotskyi ; [uporiad. M. Kotsiubynska, N. Kucher, O. Sinchenko]. – Lviv : Vydavnytstvo Ukrainskoho Katolytskoho Universytetu, 2009. – 656 s.

6. Sverstiuk Ie. Pravda polynova / Yevhen Sverstiuk. – K. : Vydavnychy dim «KM Akademiia», 2009. – 192 s.

7. Tarnashynska L. Ukrainske shistdesiatnytstvo : profili na tli pokolinnia : (istoryko-literaturnyi ta poetykalnyi aspekty) / Liudmyla Tarnashynska. – K. : Smoloskyp, 2010. – 632 s.

8. Ukrainska Helsinska Hrupa spryianniu vykonannia Helsinskykh uhod : u 4 t. / Kharkivska pravozakhysna hrupa ; [uporiadnyk Ie. Zakharov]. – Kharkiv : Folio, 2001. T. 4 : Dokumenty i materialy. 10 hrudnia 1978 -11 bereznia 1988. – 2001. – 256 s.

9. Chornovil V. Tvory : v 10 t. / V'iacheslav Chornovil ; [uporiad. M. Kotsiubynska, V. Chornovil; peredm. M. Kotsiubynskoi]. – K. : Smoloskyp. T. 4, kn. 1 : Lysty. – 2005. – 990 s.

10. T. 4, kn. 2 : Lysty – 2005. – 1068 s.

11. Shevelov Iu. Z istorii nezakinchanoi viiny / Yurii Shevelov ; [uporiad. O. Zabuzhko, L. Masenko]. – K. : Vydavnychy dim «KM Akademiia», 2009. – 471 s.

Zahoruiko Nataliia

Alternative discourse of Vyacheslav Chornovil's epistolary publicism

The article deals with Viacheslav Chornovil's epistolary publicism from the perspective of the 1970-1980-s alternative discourse. The genre characteristics of alternative discourse of the camp epistolary publicism of V. Chornovil were analyzed. The key aspects of his correspondence were clarified. In spite of active political position of the author, one of the main themes of Chornovil's epistolary publicism



were art and literature. The amplitude of the problems touched and a wide range of addressees of V. Chornovil's correspondence shows publicistic nature of his epistolary that continues his publicistic heritage. The ideological orientation of his correspondence gives reason to determine it as the alternative discourse in opposition to the Soviet official discourse. The camp epistolary written by V. Chornovil proves to be a vivid illustration not only of his anti-Soviet attitude as a literary critic and his craving for revision of the literary canon of that time, but also of his active social position.

Keywords: alternative discourse, epistolary publicism, representatives of the 1960s generation.

Загоруйко Наталья

Альтернативный дискурс эпистолярной публицистики Вячеслава Черновола

В предлагаемой статье осуществлена попытка рассмотреть эпистолярную публицистику В. Черновола, учитывая ее значение в альтернативном дискурсе 1970-1980-х гг. Проанализированы и определены особенности альтернативного дискурса лагерной эпистолярной публицистики дисидента, выяснены ключевые аспекты переписки. Указано, что несмотря на активную политическую позицию адресанта, весомое место в его эпистолярной принадлежности литературно-художественным темам. Амплитуда поднятых проблем и широкий круг адресатов В. Черновола свидетельствуют о публицистичности его эпистолярной, который является органичным продолжением публицистического наследия дисидента, а идейная направленность корреспонденций дает основания отнести их к альтернативному дискурсу, в отличие от официального (советского).

Ключевые слова: альтернативный дискурс, эпистолярная публицистика, шестидесятники.



Ольга Гресько,
канд. філол. наук

УДК : 070 : 654.19(477) : 161.1ЄС

МОВНЕ ПИТАННЯ В СИСТЕМІ ІНОМОВЛЕННЯ УКРАЇНИ І ЄС

У дослідженні йдеться про історію виникнення, нинішній стан і перспективи розвитку іномовлення в Україні. Мовне питання розглянуто як ключове з точки зору розвитку інформаційно-комунікаційних потоків за кордоном. Розтлумачено такі поняття, як іномовлення, етнічне мовлення, нішове мовлення тощо.

Хронологічні рамки дослідження охоплюють період від радянських часів, коли іномовлення слугувало потужним інструментом пропаганди та ідеології за кордоном, до сьогодення, коли виникла нагальна потреба захищати національний інформаційний простір в умовах інформаційних війн та інших викликів ХХІ ст.

Новизна дослідження полягає у переосмисленні ролі іномовлення в системі соціальних комунікацій на внутрішньому і міжнародному рівні. Практичне значення — у використанні сучасних теоретичних розробок під час створення нової системи іномовлення України з урахуванням специфіки цільової аудиторії, переваг і недоліків на прикладі іномовлення Українського Радіо та інших провідних європейських мовників.

Ключові слова: етнічне мовлення, іномовлення, мовне питання, радіомовлення, Українське радіо.

Вступ. Україна потребує розробки та впровадження системної і послідовної стратегії розвитку іномовлення з метою захисту інформаційного простору і національних інтересів. Особливої актуальності це питання набуло через агресію Росії, грубе порушення нею норм міжнародного права, особливо у 2014 р. На протипагу російській інформаційній війні та пропаганді має бути застосовано ефективний інструмент, який дасть змогу поширювати правдиву інформацію про Україну у світі.

Мета статті – вивчити попередній досвід, проаналізувати сучасний стан системи іномовлення України та інших європейських держав, зокрема щодо мовного питання як одного з ключових. Успішні приклади за кордоном можуть бути основою для втілення перспективної вітчизняної моделі мовлення України, спрямованої на зарубіжну аудиторію.

Вивченню сучасного стану і перспектив розвитку іномовлення, всесвітніх служб мовлення в Україні та світі присвячено чимало праць вітчизняних і закордонних науковців, практиків : О. Гояна [1], Л. Губерського, А. З. Москаленка, В. Ф. Іванова [2], С. Даниленка, Т.Петріва [3; 4], Д. Данильчука [5], А. Куликова [6], Г. Почепцова [7], Дж. Лалла [8], Слісаренко І. [9], та інших.



Результати й обговорення.

Іномовлення – це інструмент популяризації країни у світі, що відбувається під егідою держави іномовлення має такі завдання:

- забезпечувати захист національних інтересів за кордоном;
- знайомити з країною за допомогою новин, публіцистичних передач і коментарів на актуальні теми, інтерв'ю тощо;
- інформувати іноземні аудиторії про політичне, культурне та економічне життя держави;
- підтримувати культурні та мовні взаємозв'язки зі співвітчизниками за кордоном за допомогою ЗМК;
- роз'яснювати позиції держави з важливих внутрішніх і зовнішніх питань;
- сприяти поширенню ідеологічних, культурних та інших цінностей мовника у світі;
- формувати і підтримувати позитивний імідж власної країни у світі.

Попри різноманітність форм власності, іномовлення все ж фінансується державою. У країнах ЄС за організацію мовлення на закордонну аудиторію, як правило, відповідають суспільні (громадські) мовники, котрі повинні відстоювати інтереси суспільства (громади) як на національному, так і локальному рівнях. Мовне питання меншин у країнах Європейського Союзу врегульовано юридично. Наприклад, в Угорщині, Польщі, інших країнах ЄС передбачена квота на телерадіоефір мовами місцевих громад, зокрема українською (завдяки зусиллям нашої діаспори). Упровадження профільних документів і проектів ЄС в національне законодавство з урахуванням сучасних реалій є актуальним завданням для України. Важливо також використати відповідний досвід окремих європейських країн. Зокрема, в Литві програма «Трембіта» українською мовою тривалий час виходить в ефір на суспільному мовленні і має постійних глядачів.

Попри розвиток технологій передачі даних, найбільшою аудиторією іномовлення у світі були і є радіослухачі. Адже короткохвильове радіо залишається єдиним джерелом інформації про події у світі для населення країн Африки, Південної та Східної Азії, Китаю, Куби, де доступ до інтернету обмежений, а програми, розповсюджені супутниковим оператором, можуть бути скорочені або замінені.

За словами першого директора Всесвітньої служби радіомовлення України Віктора Набруска, «іномовлення — це пропагандистська і контрпропагандистська інституція будь-якої держави, образно кажучи, «цукерка про державу», яка за потреби працює на випередження. Це — відмінні від внутрішнього мовлення і риторика, і стилістика журналістських матеріалів. Із досвіду інших країн — базою іномовлення є радіо й інформаційне агентство, як складова — і телеканал».

Мовне питання в системі іномовлення було надзвичайно чутливим за радянських часів, адже воно віддзеркалювало не лише пріоритети



держави, а й рівень її впливу. У структурі так званого московського іномовлення було понад сімдесят редакцій. Колосальне значення надавалося мовам. Ще в 70-х р. цьому питанню приділяли настільки велику увагу, що мовлення велося навіть мовами окремих племен Африки. Як зазначає Віктор Набруско в ексклюзивному інтерв'ю в межах пропонованого дослідження, «через унікальність цих мов траплялися курйозні речі, адже цензори не могли читати і надавати вказівки тим кільком дикторам і журналістам, які розповідали про радянський спосіб життя з Москви. В умовах світового протистояння було продумано кожну деталь. Туди закидалися або завозилися передавачі зі спеціально налаштованими відповідними хвилями».

Одним із підрозділів потужного «іновещання» було українське іномовлення, передачі якого були розраховані на певну аудиторію, мали певне нішкове спрямування. Спочатку власне українська редакція орієнтувалася передусім на вихідців з України, тому що решта іноземних слухачів отримували інформацію від українців, які жили за океаном і в Європі. Отже, українська редакція була базовою. Були також англійська, румунська і німецька. Англійська мовила на Північну Америку, Австралію, Канаду. Передавачі стояли на Далекому Сході, в Петропавловську-Камчатському, і туди з Києва передавали сигнал. Такі стратегії інформаційної пропаганди потребували неймовірних витрат, але з огляду на важливість питання держава йшла на цей крок.

Наприкінці 60-х рр. була заснована ще й румунська редакція. Вона має своєрідну історію. Це сталося після подій у березні 1969 р. – першого та найбільшого в історії збройного конфлікту між двома соціалістичними країнами за володіння невеличким спірним островом Даманський. Тоді різко погіршилися відносини СРСР з Китаєм. Тодішній секретар Румунії – «господін» Чеуческу – виявляв особливу симпатію до цієї країни. Офіційно держави входили до соціалістичної співдружності, але в Москві тоді закралися деякі сумніви, адже тут бракувало радянського впливу. Тому відкрили румунську редакцію, завданням якої було показати «правильність» позиції колишнього Радянського Союзу. Вона була розрахована на румунів, адже решта регіонів орієнтувалися на закордонних українців, які вже ставали американцями, тобто американізувалися, німцями тощо.

В Україні виробництво програм радянського іномовлення відбувалася за відпрацьованим алгоритмом. По-перше, директорів, головних редакторів та інших співробітників добирав та затверджував спеціально ЦК Компартії України – це мали бути перевірені «бійці ідеологічного фронту». По-друге, на 70–80% інформаційні випуски готувалися в Москві, потім телетайпом передавалися в Київ, їх лише перекладали українською, англійською, німецькою і видавали в ефір. Потрібно було лише додати українського контенту, українського шарму. Відповідні матеріали робилися з



відповідним жорстким акцентом про радянський спосіб життя, що уособлював абсолютний позитив. Це була «залізобетонна» пропагандистська продукція. Іноді готувалися контрпропагандистські повідомлення, коли ставало відомо про агресивні інформаційні потоки з боку США.

Мовлення було спрямоване і на українську діаспору в Німеччині українською мовою. Наші співвітчизники, котрі залишилися там після війни, навіть створили своєрідний клуб радіолюбителів. Оригінальні матеріали не лише перекладали, а й адаптували. Такою була інституція іномовлення до перебудови, коли Москва почала стрімко втрачати вплив. У цей час формується ще одна українська редакція, що кардинально відрізнялася від московської.

Інші принципи роботи українського іномовлення почали застосовувати після державного перевороту (ГКЧП) в 1991 р. Тоді було створено нову редакцію – Всесвітню службу радіо України, куди ввійшли англійська, німецька, румунська редакції. Румунська була розташована в Чернівцях, куди надсилали інформпродукт з Києва.

Це була миттєва трансформація, зародження сучасної української іномовної організації, основним завданням котрої було створити прямефірне мовлення. Тоді з Москви вже нічого не отримували. У Києві готували оригінальні українські програми, робили прямі, відкриті ефіри. Людей запрошували з внутрішнього мовлення. Не було Інтернету – все мовлення здійснювалося в короткохвильовому діапазоні. З липня 1991 р. іномовлення України транслювало лише український контент. Отже, було створено ВСРУ, яка орієнтувалася на свою аудиторію. Редакцію перелаштували на український лад, був неймовірний успіх і злет. Налагодили зворотний зв'язок зі слухачами за допомогою телефонного зв'язку та листування. Пошта була фактично з усього світу – з 70 країн, (кілька тисяч листів на місяць). Часто навіть аудиторія іномовлення була більшою, ніж кількість слухачів, деяких передач внутрішнього мовлення. Особливо активними були представники імігрантської воєнно-політичної хвилі. (до та після неї були три трудові хвилі, які виявляли меншу зацікавленість). Політичні імігранти програми записували, потім окремо прослуховували на різноманітних зібраннях, у клубах.

Для того, щоб краще познайомитися зі своїми слухачами, починаючи з 1994 р. керівництво відвідує Америку, Канаду і на власні очі бачить зацікавленість людей. Зустрічі були однією з форм спілкування. Чисельність аудиторії ВСРУ сягала до 5 — 6 тис. людей. Згодом програми почали адаптувати до аудиторії, громади Монреалю, Торонто, Чикаго, Вашингтона, а також Нової Зеландії, Австралії тепер могли слухати україномовний контент. Чимало людей приїжджали тоді з-за кордону і в Україну, організовували зустрічі. У такий спосіб виконувалася основна функція так званого «етнічного мовлення» – пропагувати українські цінності. Однак представників діаспори не потрібно переконувати в



національній ідеї, їм просто важливо було підтримувати зв'язок. Тому були спроби вийти за межі «етнічного мовлення», тобто залучити інших слухачів, і часом це вдавалося.

Ще на початку 90-х р. за часів президентства Леоніда Кравчука ефір був насичений популярними сучасними новаціями на кшталт мостів, шоу, ток-шоу тощо. Віктор Набруско згадує: «Відбувалося це все телефоном, використовувався супутниковий зв'язок. Перші мости з Берліном, Вашингтоном вели з будинку звукозапису радіо з перекладачами. Потім були радіомости з Лондона. Луже легко з Берліном, з Києва замовляли канали радіозв'язку. Це все було початком нової епохи української журналістики. З Л. Кравчуком проводили тоді радіоміст у відкритому ефірі, де одночасно звучали Європа, Австралія, Нова Зеландія. Готували все завчасно, анонсували, за допомогою дзвінків люди включалися прямо під час прямого ефіру. Усі програми записувалися у них, потім повторювалися. З одного боку, іномовлення виконувало функцію етнічно-національного мовлення, з другого – інформаційну, політичну, пропагандиську».

Починаючи з 1995 р., коли Українське радіо відокремилася від телебачення, за наповненням Другий і Третій радіоканали не відрізнялися від моделей суспільного радіомовлення європейських країн. Уже на початку 2000-х р. Українське радіо на 90 % працювало у форматі суспільного мовника. Журналісти пропагували державницькі національно-патріотичні позиції, морально-етичні норми, формували у слухачів розвинений культурно-естетичний смак.

Коли Українська держава стала незалежною, західні мовники почали відкривати тут українські редакції. Раніше всі «ворожі голоси» існували для того, щоб розвалити колишній Радянський Союз. Натомість, тепер закордонний досвід сприяє розвитку радіомовлення в Україні. Один із яскравих прикладів – діяльність «Дойче Велле», «Bi-Bi-Ci», котрі відкрили українські редакції. Попри розуміння того, що світ демократичний і плюралістичний, інформація – це ринок і боротьба, в котру включилися західні медіагравці. Німці також розуміли, що в європейському «домі» має бути українська редакція. І, як виявилось, її відкрили марно. Адже у складні періоди новітньої історії України голос правди можна було почути з іномовлення інших країн. До 2014 р. також існувала ще українська редакція в Канаді.

Мовне питання в Україні неодноразово використовують політтехнологи під час виборчих кампаній з метою маніпуляції масовою свідомістю. Російська агресія почалася під оманливим приводом про те, що «російськомовне населення зазнає утисків». Телеведучий і репортер «Громадського радіо» Андрій Куликов вважає, що «необхідно шукати спільні та схожі проблеми між різними регіонами, оскільки насправді таких проблем багато, розподіл їх на східні та західні часто є штучним» [6].



На думку Віктора Набруска, «з приходом Януковича у 2010 році було фактично знищено іномовлення, його маргіналізували, тому що «новій окупаційній владі» потрібно було забрати голос України зі світового інформаційного простору. І вони забрали, хоча фактично залишили. До сьогоднішнього дня деякі програми беруть з ефіру для внутрішнього споживання, хоча програми на закордон – це абсолютно інші філософія, стилістика, завдання. Це – державний злочин. Росія готувалася до цього дуже давно, до цієї агресії, через іномовлення все можна простежити і відбудувати. Воно залишалося як інституція. Працювали переважно в мережі Інтернет, тому що короткі хвили почали відпадати. У цей час в Москві паралельно починає створюватися українська редакція. Вони готувалися до наступу, до агресії, і українська редакція почала заходити в український інформаційний простір: у липні 2014 року через канали радіомовлення «Ера» щодня з 16.00 до 17.00 вела мовлення. <...> Як відповідь на ці дії, з'явилася окрема година чи півтори програм, орієнтованих на Росію. Це потрібно було робити миттєво. Хотіли також відкрити польську редакцію, адже із сусідами треба працювати. Не треба було знищувати у 2010 році українське іномовлення».

Іномовлення Українського радіо з грудня 2014 р. почало мовити на закордон російською мовою. Уперше жителі РФ отримали можливість отримувати повідомлення про події в Україні та світі, що відрізнялися від російської пропаганди. Однак створення альтернативного джерела інформації російською мовою може призвести як до позитивних, так і негативних наслідків у контексті інформаційного розвитку і мовних перспектив.

Висновки. 1. Через мову, народні традиції і цінності, національні особливості й культуру популяризується вся країна. Попри інформаційну війну з боку пропагандистських російських ЗМІ, іномовлення України має створюватися в системі європейських цінностей і пріоритетів. Досвід країн ЄС щодо забезпечення права громадян на інформацію рідною мовою є унікальним з точки зору захисту прав людини і надзвичайно корисним для українських правників і журналістів на шляху євроінтеграції і реформування в інформаційній галузі. Зважаючи на нещодавнє підписання Україною Угоди про асоціацію з Європейським Союзом, основні цілі розвитку інформаційного суспільства в Україні до 2020 р. мають бути гармонізовані з орієнтирами розвитку, визначеними ініціативою «Цифровий порядок денний для Європи» в рамках європейської стратегії економічного розвитку «Європа 2020: стратегія розумного, сталого і всеосяжного зростання».

2. Пріоритетним завданням іномовлення України на сучасному етапі розвитку має бути не лише поширення правдивої інформації про події в Україні через призму інтересів офіційного Києва, а насамперед заповнення інформаційного вакууму про Україну у світі. Цієї мети можна досягнути за допомогою багатомовності іномовлення. Більшість експертів



рекомендують розпочати мовлення на закордон такими мовами міжнародного спілкування, як англійська, російська, німецька та іспанська. Однак варто враховувати і ймовірні виклики, адже створення інформаційного продукту іншими мовами автоматично популяризує іншу культуру, країну тощо.

3. Державне мовлення за кордоном, особливо на початковій стадії становлення, має відбуватися через власний інформаційний ресурс і за допомогою вітчизняних фахівців. 1 жовтня 2015 р. розпочала роботу мультимедійна платформа іномовлення, котру запустило Міністерство інформаційної політики на базі державних телерадіокомпаній «Всесвітня служба «Українське телебачення і радіомовлення», «Банківське телебачення» (БТВ) та інформаційного агентства «Укрінформ». Сучасна система іномовлення України має формуватися з урахуванням розподілу мовленевих стратегій у контексті міжнародних медіакомунікацій на довгострокові й короткотермінові. Це дає змогу не лише виміряти результат на кожному етапі розвитку, а й спрогнозувати подальші кроки.

Список використаної літератури

1. Гоян О. Я. Основи радіожурналістики і радіоменеджменту : підручник / О. Я. Гоян. – 3-тє вид., допов. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2008. – 272 с.
2. Губерський Л. В. Основи масово-інформаційної діяльності : підручник / Л. В. Губерський, А. З. Москаленко, В. Ф. Іванов. – Київ. ун-т імені Тараса Шевченка. – К., 1999, – 634 с.
3. Даниленко С. І., Робота власного та спеціального кореспондентів за кордоном С.І. Даниленко, Петрів Т. І. – К., 1999.
4. Даниленко С. І. Іномовлення України у процесі міжнародних відносин // Аналітика, експертиза, прогнозування С.І. Даниленко: монографія / Є. А. Макаренко, М. М. Рижков, М. А. Ожеван та ін. – К. : Наша культура і наука, 2003.
5. Данильчук Д. В. Український правопис: роздоріжжя і дороговкази / Д. В. Данильчук. – К. : Либідь, 2013. – 224 с.
6. osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/yak_protidiyati_kremlivskiy_propagandi/
7. Почепцов Г. Г. Майбутнє: стратегії, сценарії, комунікації. навч. посіб. для студ. і асп. – К. : Альтерпрес, 2010. – 380 с. – (Сер. «АКАДЕМІЯ БУДУЩЕГО»).
8. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура : глобальний підхід Дж. Лалл 2002.
9. Слісаренко І. Політичний процес і роль преси / Ігор Слісаренко // Публіцистика і політика : зб. наук. пр. / за заг. ред. В. І. Шкляра. – К., 2001. – Вип. 2. – С. 26 – 32.

References

1. Hoyan O.Y. Osnovy radiozhurnalistyky i radio menedzhmentu : pidruchnyk / O. Y. Hoyan. – 3-tie vyd., dopov. – K. : Vydavnycho-poligraphichnyy centr «Kyivskyy universytet», 2008. – 272 s.
2. Hubers'kyi L. V. Osnovy masovo-informatsynoyi diyalnosti : pidruchnyk / A. Z. Moskalenko, L. V. Hubers'kyi, V. F. Ivanov. – Kyiv. un-t im. Tarasa Shevchenka. – K., 1999, – 634 s.



3. Danylenko S. I., Petriv T. I. *Robota vlasnoho ta spetsial'noho korespondentiv za kordonom.* – K., 1999.
4. Danylenko S. I. *Inomovlennyya Ukrayiny u protsesi mizhnarodnyh vidnosyn // Analityka, ekspertyza, prohnozuvannya : monographiya / Makarenko Y. A., Ryzhkov M. M., Ozhevan M. A. ta in. – K. : Nasha kultura i nauka, 2003.*
5. Danylchuk D.V. *Ukrainskiy pravopys: rozdorizhzhya i dorohovkazy.* –[Text] / D. V. Danylchuk. – Kyiv : Lybid, 2013. – 224 p.
6. *Iz sertsyya Yevropy : «Nimetska Khvylya» v Ukrayini : posibnyk dlya stud. In-tu zhurnalistyky / za zah. red. Olesya Hoyana, Yaromyra Yankovs'koho. – K. : [Kyiv. nats. u-t imeni Tarasa Shevchenka, Veselka], 2009. – 144 s.*
7. Lall J. *Mas media, komunikatsiya, kultura : globalnyy pidhid.* // 2002.
8. *Pochepstov G. G. Maybutnye : stratehiyi, stsenariyi, komunikatsiyi. navch. posibnyk dlya studentiv i aspirantiv. – K. : Al'tepres, 2010. – 380 s. – (Seriya «AKADEMIYA BUDUSHCHEGO»).* – Ros. movoyu.
9. *Slisarenko Ihor. Politychnyy protses i rol' presy // Publitsystyka i polityka : zb. nauk. prats / za zah. red. V. I. Shklyara / Ihor Slisarenko. – K., 2001. – Vyp.2. – S.26 – 32.*
10. *osvita.mediasapiens.ua/ethics/standards/yak_protidiyati_kremlivskiy_propagandi/*

Gresko O. V.

Language question in the system of foreign broadcasting in Ukraine and EU

Worldwide information broadcasting services by means of new media in XXI century play the role of instrument of insight and outside transformations of definite political systems. Usually most of countries provide its information presence in the world space by means of public broadcasting, because organization of international information streams is a priority of foreign policy of many states.

A wide system of correspondent bureau as insight the country so abroad allows organization communication in both directions. Besides the fact that one of the functions of worldwide service broadcasting is creation of image of the country information produce according to international standards, professional relations is regulated by the law.

Own information production for the foreign audience and not only transmitting of it can provide Ukraine information presence in the world. The success of international media communication depends on strategies and tactics of development of the instrument of foreign broadcasting of Ukraine. The implementation of the concept of creation of the network of information-analytic information services of broadcasting of Ukrainian mass media have to be done both on the state and public level.

The experience of long-term media strategies of leading mass media in world information space confirms that realization of the idea of information presence of Ukraine in international media communication is possible in close collaboration of government structures and workers of information field, for example, worldwide service broadcasting of Ukrainian mass media on the base of approved legal documents.

Keywords: ethnic broadcasting, foreign broadcasting, language question, radio broadcasting, Ukrainian radio.

Греско О.В.

Языковой вопрос в системе иновещания Украины и ЕС

Иновещание с помощью новейших СМК в XXI веке выступают в роли инструмента как внутренних, так и внешних трансформаций определенных политических



систем. Обычно свое информационное присутствие в мировом пространстве большинство стран обеспечивают с помощью общественных СМИ, т.к. организация информационных потоков является приоритетом внешней политики многих государств.

Разветвленная система корпунктов как внутри страны, так и за границей позволяет организовать коммуникацию в обоих направлениях. Не смотря на то, что одной из функций всемирных служб вещания является создание имиджа государства, информация подается в соответствии с международными стандартами обработки и распространения информации, профессиональные отношения регулируются законом.

Собственное производство информации для зарубежной аудитории, а не просто ее передача, сможет обеспечить Украине информационное присутствие в мире. Успех международных медиакоммуникаций зависит от стратегии и тактики развития инструмента иновещания Украины. Вопрошение концепции создания сети информационно-аналитических служб вещания украинских СМК должно происходить как на государственном, так и общественном уровне.

Опыт длительных медиа-стратегий лидирующих СМИ в мировом информационном пространстве подтверждает, что реализация идеи информационного присутствия Украины в международных медиакоммуникациях возможна в тесном сотрудничестве государственных структур и представителей информационной сферы, а именно, служб иновещания украинских СМК, на основе утвержденных на законодательном уровне статуты и других документов.

Ключевые слова : этническое вещание, иновещание, языковой вопрос, радиовещание, Украинское Радио.



Павло Мірошниченко ,

канд. філол. наук УДК: 316.77:654.19:81'271.12:81'272 (=161.2)

ЗВУКОВИЙ ОБРАЗ УКРАЇНСЬКОГО РАДІОМОВЛЕННЯ ЯК РЕПРЕЗЕНТАНТ МОВНОЇ СИТУАЦІЇ В КРАЇНІ

У статті досліджено актуальну наукову проблему – репрезентацію мовної ситуації в Україні за допомогою звукового образу радіомовлення. Основні завдання: встановити мовні вподобання слухачів та ступінь їх задоволення сучасним радіо; визначити особливості сприйняття масовою аудиторією мовного компонента звукового образу радіомовлення.

У статті проінтерпретовано результати онлайн-опитування, яке провів автор в соціальній мережі Facebook.

З'ясовано, що слухачі активно сприймають звуковий образ радіомовлення, особливо його мовний компонент. У мовленні радіоведучих переважну більшість респондентів дратують суржик та слабе володіння українською мовою, висловлене у формулюванні «труднощі при доборі слів».

Ключові слова: радіомовлення, звуковий образ, мовна ситуація, літературна мова, аудиторія, опитування.

Вступ. Проблеми мовної культури та компетенції журналістів, зокрема радіомовлення, їхнього впливу на процес розвитку мовної особистості споживача інформації, відображення мовної ситуації в країні через функціонування мови в медіа-сфері не втрачають актуальності. Мовознавці (С. Єрмоленко [1], Л. Масенко [2], А. Капелюшний, О. Пономарів [3], О. Сербенська [4; 5], Н. Шумарова [6] та ін.) досліджують ці питання, застосовуючи не тільки власне лінгвістичний методологічний інструментарій, а й міждисциплінарні підходи, характеризуючи стан проблеми, виявляючи її причини, прогножуючи наслідки.

Традиційно значний інтерес до мови та мовлення радіожурналіста виявляють у власних студіях В. Лизанчук, Ю. Єлісовенко, М. Нагорняк та ін. Важливе значення слова не тільки як виражального засобу радіомовлення, а й генератора потужних когнітивних процесів підкреслюється в роботах О. Гояна [1], Ю. Любченко [2], П. Мірошниченка та ін. Отже, до сфери наукових інтересів вчених входить питання мовної культури журналістів, авторів і ведучих радіопрограм, однак системного й систематичного вивчення цієї проблеми бракує сучасним дослідженням медіа.

Досі не здійснено до вичерпного наукового аналізу звукового образу радіомовлення, що віддзеркалює мовну ситуацію в країні. Мовна культура та компетенція радіожурналіста відображає рівень розвитку радіомовлення та суспільства загалом. Слово ведучого радіоефіру



закріплює в масовій свідомості мовну норму, стильові й інтонаційні особливості висловлювання, вплив якого потужний в Україні, де питання реформування літературної мови й досі на часі. Слухач і по сьогодні має певний пієтет до радіомовлення як ретранслятора мовної норми, тобто довіряє й дослухається до озвученого журналістом слова. На ґрунті цієї довіри та поваги, попри зовсім не лідерську позицію радіомовлення серед інших ЗМК у галузі інформування аудиторії, вироблено цілу науку стереотипів і настанов, що обумовлюють як сприйняття, так і ставлення споживачів до слова на радіо, звукового образу загалом, впливають на його комунікативну ефективність. Таким чином, дослідження звукового образу українського радіомовлення як репрезентанта мовної ситуації в країні варто вважати актуальним і науково доцільним.

Мета цієї наукової розвідки полягає у встановленні співвідношення між звуковим образом сучасного українського радіомовлення та мовною ситуацією в країні. Основні завдання можна сформулювати таким чином:

1. Виявити рівень довіри масової аудиторії до радіомовлення;
2. Встановити мовні вподобання слухачів та ступінь їх задоволення сучасним радіо;
3. Визначити особливості сприйняття масовою аудиторією мовного компонента звукового образу радіомовлення;
4. Проінтерпретувати дані щодо етнічної самоідентифікації респондентів та порівняти з їхніми мовними вподобаннями.

Методи дослідження. Для реалізації задекларованої мети та виконання завдань з 20 по 28 березня 2015 р. було проведено онлайн-опитування через соціальну мережу Facebook. Анкета містила 45 запитань різного типу, що дають змогу респондентові дати вичерпну відповідь, а дослідникові – зробити більш-менш об'єктивні висновки. Вибірка стихійна. Загалом в опитуванні взяли участь 111 осіб.

Результати й обговорення. Відомий політолог і етнолог П. Брас зазначає, що «етнічність і націоналізм, міжетнічні конфлікти та сепаратистські рухи стали головною силою, що формує сучасний світ, структуру та стабільність сучасних держав» [3, с. 3]. Україна постає перед проблемою вирішення цих складних проблем різної гостроти та міри катастрофізму здавна, однак в останні роки небезпека втрати національної (етнічної) іманентності зросла нечувано. Процес масової криптоідентифікації українських громадян у Криму та на Сході країни, ескалація сепаратистських настроїв і дій не в останню чергу пов'язані з діяльністю українських ЗМК, що не стали засобом національного (в сенсі – громадянського) єднання для всіх жителів країни, потужним каналом ідентифікації українців. За структурно-функціональним підходом, на сьогодні провідним у галузях гуманітарного знання, етносоціологія визначає три основні функції етнічності:



1. «Етнічність як домівка»;
2. «Етнічність як мова»;
3. «Етнічність як виклик» [3, с. 76].

Мас-медіа моно- та поліетнічних держав увиразнюють ці структури формою і змістом власних програм. Звуковий образ радіомовлення – синтезований комплекс виражальних засобів (мова, музика та шуми) зі стабільно високим потенціалом сугестивно-інтенціонального впливу на масову аудиторію, що безпосередньо залежить від мети комунікатора та мотивів, потреби інтересів слухачів, є одним із найефективніших засобів забезпечення етнічної ідентифікації через мову.

Сучасні українські соціолінгвісти активно вивчають мовну ситуацію в країні, особливу увагу приділяючи українсько-російській двомовності, а точніше такому її специфічному типу, як диглосія. Цим терміном, вважає Л. Масенко, «позначають одночасне існування в суспільстві двох мов, що вживаються в різних функціональних сферах. На відміну від білінгвізму диглосія передбачає обов'язкову свідому оцінку з боку мовців своїх мов за шкалою «високе – низьке» («урочисте – буденне», «літературне – розмовне»)» [4, с. 101]. У сучасному українському суспільстві все ще наявні ознаки диглосії, успадкованої від часів СРСР – російська мова має у сприйнятті певних верств населення, соціальних та етнічних груп ознаки вищої мови, атрибуту влади та престижу. При цьому українську вони сприймають як нижчу, непрестижну, маргінальну [4, с. 102]. Приміром, за даними перепису 2001 р., попри те, що українці є найбільшою етнічною групою в країні (понад 37,5 млн (77,8 %) проти 8 млн 334 тис. росіян (17,3 %)), частина етнічних українців (14,8 %) змінила мовно-культурну ідентичність на російську [4, с. 108]. Аналіз відповідей на питання «Яку мову Ви вважаєте рідною?» дав результат, який суттєво відрізняється від розподілу населення на етнічні групи. Отже, українську мову визнали рідною 55,5 %, російську – 32 %, українську та російську мови однаковою мірою – 11,1 %, іншу – 1,4 % [4, с. 109]. На думку Л. Масенко, те, що розбіжність між мовною та етнічною ідентифікацією притаманна переважно українцям і представникам інших, не російських, етносів, є наслідком русифікації. За даними державного перепису 2001 р. російську мову визнали рідною 14,8 % українців і 31,1 % представників інших національностей. При цьому відсоток росіян, які визнали рідною українську мову, низький 3,9 % [4, с. 110].

За даними масового опитування 2006 р. з'ясувалося, що більшість (40,3 %) респондентів у повсякденному житті спілкуються тільки або переважно російською мовою, 35,3 % – тільки або переважно українською мовою, рівноцінно українською та російською мовою спілкуються 20,4 % опитаних, суржилом – 3,1 % [4, с. 111]. На запитання, чи престижно сьогодні в Україні говорити українською мовою, 72,3 %



респондентів відповіли ствердно. Доволі високим лишається рівень престижності російської мови – 64, 7 % опитаних обрали варіант «престижно». При цьому престижність англійської мови як мови міжнародного спілкування оцінили вище – показник дорівнює 71,5 % [4, с. 114-115].

За даними онлайн-опитування «Мовна ситуація в радіомовленні», проведеного в соціальній мережі Facebook, із 111 опитаних радіо слухають 103 респонденти (92,8 %). При цьому звертаються вони до радіомовлення більш-менш постійно: щодня – 37,8 % опитаних, кілька разів на тиждень – 36,9 %. На запитання «Програми яких радіостанцій Ви слухаєте найчастіше?» 75 % респондентів, тобто більшість, віддають перевагу передачам усеукраїнських комерційних FM-станцій.

Надзвичайно важливим з-поміж питань, безпосередньо пов'язаних з темою цього дослідження, було таке: «Чи звертаєте Ви увагу на мову радіопрограм?» Серед респондентів 47, 7 % позитивно відповіли на це питання. Водночас сукупна частка тих, хто обрав варіант «ні» (28,8 %), а також «не замислювався/ не замислювалась над цим» (18 %), дорівнює кількості опитаних, що обрали варіант «так». Напевно, такий результат можна пояснити тим, що в ефірі українських музично-розважальних радіостанцій маємо справу з переважанням музичного потоку над вербальним. До того ж українська та російська мови настільки швидко змінюють одна одну в ефірі, ба навіть у звуковому образі однієї програми, що усвідомити, якою мовою слухач споживає інформацію в певний відтинок ефірного часу, доволі складно. Наприклад, ситуацію, коли певну радіопрограму чи лінійний ефір ведуть двома мовами, неодноразово критично розглядали як мовознавці, психологи, теоретики журналістики, медіакритики, так і журналісти-практики. Насамперед філологи, соціолінгвісти (О. Пономарів [5], Л. Масенко), у власних виступах у пресі, в інтерв'ю журналістам підкреслюють неприпустимість білінгвізму в одній програмі чи то на радіо, чи то на телебаченні. Приміром, Л. Масенко вважає, що «двомовні ведучі – це, звичайно, технологія. Це збереження суржику. Якби йшла потужна інформаційна кампанія, то суржик би зникав. Це абсолютно придумано, щоб зберегти суржик і зросійщення. Навіть у країнах, де збережена двомовність, передачі йдуть окремо однією мовою й окремо іншою» [6]. Перемикання мовних кодів – надзвичайно складний когнітивний процес, мало досліджений в Україні, де мовна ситуація давно вже набула форми диглосії, коли українська мова, хоча й має статус державної, перебуває у стані перманентної дискримінації, зокрема, в медіа-сфері. До того ж призвичаювання слухачів до нібито природності використання двох мов у межах однієї програми насправді аж ніяк не є виявом мовного лібералізму, а радше потужним маніпулятивним інструментом. Зокрема, це стосується тих випадків, коли українськомовний ведучий вдається до



інтерферованого мовлення, використовує суржик, маючи на меті надати комізму чи власному амплу, чи обговорюваній ситуації. Здавалося б, це безневинна стильова забава. Однак, таким чином у підсвідомість споживача інформації закладається настанова сприйняття української мови як недосконалої, непристизної, «кумедної». При цьому статус російської мови, в сенсі престижу, якщо не зростає, то залишається незмінно високим.

Водночас відповідаючи на запитання «Радіопрограмі якою мовою Ви швидше за все віддасте перевагу?», 56,8 % опитаних обрали варіант «українській», 8,1 % – «російській». Решта респондентів віддали перевагу варіантові «інше». З-поміж сформульованих самими опитуваними відповідей превалюють «не має значення», «байдуже», «все одно». Менша кількість респондентів висловилися таким чином «головне – зміст програми», «важливо, щоб програма була цікава, пізнавальна». І лише двоє опитуваних заявили, що віддають перевагу англomовним програмам. Отже, серед учасників опитування переважна більшість полюбляють слухати українськомовні радіопрограми, що певною мірою дисонує з результатами соціолінгвістичних досліджень мовної ситуації в Україні загалом і медіапросторі зокрема. Можливо, через те, що левову частку респондентів становлять люди віком від 16 до 35 років включно, для яких українська мова є більш звичною та функціональною, ніж для людей старшого віку. Варто зауважити, що контрольні питання, покликані виявити щирість і правдивість відповідей опитуваних, зокрема, й на це запитання стабільно засвідчували пріоритетність для слухачів передусім українськомовних програм.

Респондентам також було запропоновано виявити рівень власної згоди чи незгоди з певними поширеними твердженнями щодо формально-змістових характеристик звукового образу радіопрограм, українського радіомовлення загалом. Опитувані мали розглянути як позитивні, так і негативні стереотипні уявлення, подані у формі непрямих запитань. Це мало зняти з респондентів відповідальність за нібито формування чи поширення певних стереотипів, підвищивши щирість і правдивість оцінок.

Отже із твердженням, що в Україні достатньо радіопрограм українською мовою респонденти більше не погоджуються (36,9 %) або зовсім не погоджуються (26,9 %). Відповідно, з твердженням, що в Україні переважають російськомовні радіопрограми, більшість опитаних погоджується повністю або здебільшого (84,6 %). 84,7 % респондентів вважають, що в ефірі FM-станцій недостатньо цікавих радіопрограм українською мовою, а 80,2 % опитуваних визнали, що цікавий програмний продукт на цих радіостанціях є переважно російськомовним.

Майже порівну розподілилися думки респондентів щодо твердження «Радіоведучі говорять правильною, літературною українською мовою, що може бути зразком для всіх. Їхня мова гарна, приємна»: 53,2 % тих,



хто погоджується, проти 46,8 % тих, хто має певну незгоду. Водночас відповіді на твердження «Радіоведучі часто говорять «дивною» українською мовою, далекою від норм літературної мови. Часто їхня українська звучить штучно та неприємно» були такими: 34,2 % опитаних різною мірою не погоджуються з ним, а решта, тобто більшість підтвердили свою згоду. Можливо, така відмінність у відповідях на ці питання пов'язана з тим, що пересічним респондентам украй складно сформулювати поняття «літературна мова», «нормативна мова». Часто вони плутають такі поняття, як «літературна мова» та «національна мова». Принаймні це стверджує С. Єрмоленко [7]. Зрештою, для того, щоб з'ясувати, наскільки обізнані з цими питаннями респонденти або які власні визначення цих понять вони можуть запропонувати, варто провести окреме дослідження.

Опитування дало змогу переконатися в тому, що в респондентів існує стереотип про те, що українською мовою послуговуються, зокрема й у ефірі, переважно літні люди. Однак, близько 60 % опитуваних не погоджуються з цим твердженням, що дає підстави для визнання збільшення демографічної потужності української мови. Водночас, майже 67 % респондентів різною мірою, але погоджуються, що «молоді радіоведучі, які говорять українською мовою в ефірі, часто роблять помилки, слабо нею володіють». Пояснити такі дані можна різним ставленням до літературної мови, про що пише С. Єрмоленко: «Ставлення до літературного стандарту, або кодифікованої літературної мови як соціально престижної форми національної мови, змінюється залежно від освіти, територіального походження мовців, їхнього професійного, культурного рівня, соціального статусу» [8, с. 256 – 257]. Це пояснення підтверджує й те, що з твердженням «Найкраще українською мовою володіють ведучі державного радіо. Їх завжди можна відрізнити від радіоведучих FM-станцій» погоджуються понад 80 % опитуваних. До того ж журналісти, автори та ведучі програм є законодавцями так званої «мовної моди», яка розхитує прагматичну мовну норму, робить її слабкою. На думку дослідниці, «дотримання загальноприйнятої літературної норми сприяє порозумінню між автором і читачем. Але там, де вступає в дію мовна мода, не дбають про порозуміння, доступність інформації, а ставлять за мету здивувати читача, слухача незвичністю, оригінальністю висловлювання» [8, с. 291].

На запитання «Чи звертаєте Ви увагу на мовленнєві помилки ведучих?» переважна більшість респондентів (84,4 %) відповіла «так». А що найбільше дратує радіослухачів у мовленні ведучих? Майже по 30% опитуваних відповіли «суржик» та «труднощі під час добору слів». Цікаво, що з-поміж відповідей на це питання, сформульованих респондентами самостійно, переважала така «все перелічене», тобто, крім суржику та труднощів під час добору слів їх дратує акцент, неправильне



наголошування слів, слова-паразити. Водночас, абсолютна більшість учасників опитування (майже 90 %) визнали, що радіоведучий повинен добре володіти українською мовою.

Також опитуваним було запропоновано оцінити власний рівень володіння українською та російською мовами від «дуже добре» до «дуже погано». Згідно з результатами лише один респондент погано володіє українською, решта опитуваних обрали варіанти від «дуже добре» до «задовільно», однак кількість тих, хто дуже добре володіє російською мовою, виявилася трохи більшою, ніж тих, хто так само знає українську мову: 44,1 % проти 28,8 %. Напевно, таке співвідношення можна пояснити розподілом учасників опитування за місцем проживання, адже територіальний чинник впливає на рівень знання не власне літературної, а національної мови. До того ж рівень володіння усною і писемною формами мови так само може відрізнятись. Серед респондентів більшість становлять жителі Півдня та Сходу України (61,2 %). Решта (за зменшенням у виборці) – жителі Центру, Півночі, Заходу країни. Цілком імовірно, що через територіальні особливості вибіркової сукупності дослідження на питання «Якою мовою послуговуєтеся найчастіше?» 54,1 % опитаних обрали варіант «російською». Частка тих, хто частіше спілкується українською, становила 38,7 %. За місцем проживання та освітою більшість респондентів – городяни з вищою освітою.

Цікаво було співставити ставлення до мови радіопрограм, до мови загалом та етнічне походження учасників опитування. Переважна більшість ідентифікували себе українцями. Однак були випадки, коли респонденти не могли чітко визначитися ні з національністю, ні з етнічною належністю. Серед варіантів відповідей таких опитуваних переважав такий «на половину українець, на половину росіянин». Також було кілька відповідей, автори яких скептично ставляться до питання етнічного походження, національної ідентичності. Такі респонденти обирали варіанти відповідей на кшталт «не вірю в етнічну належність, вона нічого не означає» або «це не важливо». На думку З. Сікевич, «етнічне у кожній людині... первинне. Однак затребуваність, ступінь вираження цієї ознаки найчастіше конструюється як зовнішніми, соціальними обставинами, так і певними індивідуально-особистісними установками» [3, с. 75]. Етнологи різних шкіл і напрямів однастайні в тому, що процес етнізації особистості відповідає процесу соціалізації, а «найважливішу роль у процесі етнізації в структурі повсякденності особистості відіграє мова» [3, с. 79]. За численними даними етносоціологів, усвідомлення етнічної належності у віці особистості формується в віці 16 – 17 років. З чим пов'язана проблема етнічної самоідентифікації деяких учасників опитування, встановити складно на підставі застосування лише кількісних методів дослідження. Тут, безумовно, стануть у пригоді методики, які використовуються в якісних дослідженнях.



Висновки. Отже, проведене онлайн-опитування продемонструвало доволі високий рівень довіри до радіомовлення, адже лівова частка опитуваних контактують з ним щодня або кілька разів на тиждень. Безумовно, визначення тривалості таких контактів могло б дати чіткіше уявлення про комунікативну ефективність радіомовного продукту, однак сама фіксація респондентом у пам'яті процесів вмикання радіоприймача та прослуховування ефіру свідчить про усвідомленість цих дій. Дослідження виявило, що оцінка опитуваними рівня задоволення їхніх мовних уподобань радіомовленням відповідає реальній картині: російськомовний продукт переважає в мовленні всеукраїнських приватних ФМ-станцій. Слухачі активно сприймають звуковий образ радіомовлення, особливо мовний його компонент. У мовленні радіоведучих багатьох респондентів дратує суржик та слабке володіння українською мовою, виражене у формулюванні «труднощі під час добору слів». Переважна більшість опитуваних ідентифікують себе як українці, однак виявлено певний відсоток респондентів з криптоідентифікацією або негативним ставленням до самого процесу етнічної ідентифікації. Попри виявлене зростання соціального престижу української мови, опитування дало змогу встановити переважання російської мови в щоденному спілкуванні учасників анкетування. Таким чином, звуковий образ українського радіомовлення чітко відображає мовну ситуацію в країні, де диглосія досі має загрозливі масштаби. Подальшої наукової розробки за допомогою методів якісного дослідження потребують масові настанови та стереотипи звукового образу українського радіомовлення.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Гоян О.* Комерційне радіомовлення: журналістика і підприємництво в радіо-ефірі : монографія / О. Гоян. – К. : Інститут журналістики, 2005. – 319 с.
2. *Любченко Ю.* Еволюція музично-шумових елементів у формуванні звукових радіообразів / Ю. Любченко. // Теле- та радіожурналістика. – Львів ЛНУ ім. І. Франка, 2013. – Вип. 12. – С. 334 – 339.
3. *Арбеніна В.* Етносоціологія : Навч. посіб. / В. Арбеніна. – Харків: Харківський національний університет імені В. В. Каразіна, 2009. – 309 с.
4. *Масенко Л.* Нариси з соціолінгвістики / Л. Масенко. – К. : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2010. – 243 с.
5. *Олександр Пономарів:* «У незалежній Україні мовна ситуація в ЗМІ гірша, ніж вона була за радянських часів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/lyudi/2002-07-04/457>.
6. *Лариса Масенко:* «Коли не ведеться мовна політика в Україні – це теж політика» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.telekritika.ua/daidzhest/2010-11-17/57596?theme_page=210&.
7. *Пономарів О.* Культура слова: мовностилістичні поради / Олександр Пономарів. – Київ: Либідь, 2001. – 240 с.
8. *Літературна норма і мовна практика [Текст] : монографія / С. Я. Єрмоленко [та ін.] ; [за ред. С. Я. Єрмоленко].* – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2013. – 319 с.



Reference list

1. Literaturna norma i movna praktyka [Tekst] : monohrafiia / S. Ia. Yermolenko [ta in.] ; [za red. S. Ia. Yermolenko]. – Nizhyn : Aspekt-Polihraf, 2013. – 319 s.
2. Masenko L. Narysy z sotsiolinhvistyky. / L. Masenko. – K.: Vyd. dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 2010. – 243 s.
3. Ponomariv O. Kultura slova: movnostylistychni porady / Oleksandr Ponomariv. – Kyiv: Lybid, 2001. – 240 s.
4. Serbenska O. Efirne movlennia u vzaiemynakh z usnoiui movoiu / O. Serbenska. // Televiziina i radiozhurnalistyka: Zb. nauk.-metod. prats. — Lviv, LNU im. I. Franka, 2002. — Vyp. 4. — S.121-127.
5. Serbenska O. Fenomen usnogo movlennia / O. Serbenska. // Televiziina ta radiozhurnalistyka: Zb. nauk.-metod. prats. – Lviv: LNU im. I. Franka, 2000. – Vyp. 3. – S. 349-358.
6. Shumarova N.P. Movna kompetentsiia osobystosti v sytuatsii bilinhvizmu: [monohrafiia] / N. P. Shumarova. – K.: Kyivskyi derzhavnyi lnhvistychnyi univer-sytet, 2000. – 283 s.
7. Hoian O. Komertsiiine radiomovlennia: zhurnalistyka i pidpriemnytstvo v radioefiri: Monohrafiia / O. Hoian. – K.: Instytut zhurnalistyky, 2005. – 319 s.
8. Liubchenko Iu. Evoliutsiia muzychno-shumovykh elementiv u formuvanni zvukovykh radio obraziv / Iu. Liubchenko. // Tele- ta radiozhurnalistyka. – Lviv, LNU im. I. Franka 2013. – Vypusk 12. – S.334-339.
9. Arbienina V. Etnosotsiolohiia: Navchalnyi posibnyk. / V. Arbienina. – Kharkiv: Kharkivskyi natsionalnyi universytet imeni V. V. Karazina, 2009. – 309 s.
10. Oleksandr Ponomariv: «U nezalezhnii Ukraini movna sytuatsiia v ZMI hirsha, nizh vona bula za radianskykh chasiv» [Electronic resource]. – Reference: <http://www.telekritika.ua/lyudi/2002-07-04/457>.
11. Larysa Masenko: «Koly ne vedetsia movna polityka v Ukraini – tse tezh polityka» [Electronic resource]. – Reference: http://www.telekritika.ua/ daidzhest/2010-11-17/57596?theme_page=210&

Miroshnichenko Pavlo

Sound image of Ukrainian radio broadcasting as a representative of language situation in the country

In the paper a new scientific problem – representation of language situation in Ukraine through the sound image of radio broadcasting is studied. The author represented and interpreted the results of online interrogation “The language situation in the radio broadcasting”, which he carried out in the social network Facebook.

Main target of this article is to find out the language needs and the state of its satisfaction on the modern radio; to determine the intensity of perception by the audience of sound image of the radio, in particular its speech component; to define the level of the audience’s trust to the sound image of Ukrainian radio.

The author found out that in the air of Ukrainian commercial stations the programs in Russian language prevail, but the audience feels the shortage of the programs in Ukrainian language. The radio listeners have good reaction to a speech component of the sound image. Most respondents do not like the violation of rules of the standard of language in speech of radio reporters.

Keywords: radio broadcasting, sound image, language situation, language standard, audience, interrogation.



Мирошниченко Павел

Звуковой образ украинского радиовещания как репрезентант языковой ситуации в стране

В статье исследуется актуальная научная проблема – репрезентация языковой ситуации в Украине посредством звукового образа радиовещания. Основные задания: определить языковые предпочтения слушателей и уровень их удовлетворения современным радио; установить особенности восприятия массовой аудиторией речевого компонента звукового образа радиовещания.

В статье проинтерпретированы результаты онлайн-опроса, проведенного в социальной сети Facebook.

Установлено, что слушатели активно воспринимают звуковой образ радиовещания, особенно его речевой компонент. В речи радиоведущих большинство респондентов раздражает суржик и слабое владение украинским языком, выраженное в формулировке «трудности при подборе слов».

Ключевые слова: радиовещание, звуковой образ, языковая ситуация, литературный язык, аудитория, опрос.



Марина Навальна,

доктор. філол. наук

УДК 811.161.2'373

ДИFUЗНІ ПРОЦЕСИ В ЛЕКСИЦІ НАУКОВОГО ТА ПУБЛІЦИСТИЧНОГО СТИЛІВ

У статті розглянуто найуживаніші лексичні одиниці наукового стилю, які функціонують у мові сучасної української періодики, простежено нові лексико-семантичні вияви цих мовних одиниць, визначено, лексеми якої наукової галузі найширше представлені в мові преси.

Зроблено висновки, що лексика наукового стилю в періодиці здебільшого представлена іменниками та прикметниками іншомовного походження. У друкованих засобах масової інформації використовуються загальнонаукові поняття, терміни медицини та фармакології, економічних галузей тощо. Наукові лексеми у газетних текстах слугують засобом інформативності, але водночас ускладнюють сприйняття інформації читачем.

Ключові слова: науковий стиль, публіцистичний стиль, наукові слова, наукові словосполучення, функціональні вияви.

Вступ. Із зростанням ролі науки в суспільстві актуалізувався інтерес мовознавців до наукового стилю, за допомогою якого реалізується мовна функція повідомлення. С. Я. Єрмоленко зазначає, що «науковий стиль – функціональний різновид літературної мови, що використовується з пізнавально-інформативною метою в галузі науки та освіти. Поняття наукового стилю об'єднує мову різних галузей науки» [с. 421]. Історія формування української наукової мови – це тривалий процес постійного переборювання політичних перешкод і заборон. Свої потенційні можливості вона розкриває при найменших послабленнях екстралінгвальних факторів, які тримали її в лабетах бездержавності протягом століть [2, с.5]. А. П. Коваль розробила структуру наукового тексту [3], Н. Ф. Непийвода проаналізувала функціонально-стилістичний аспект науково-технічної літератури [4], інші дослідники розглядають прояви, елементи наукового стилю [5; 6; 7]. Л. О. Симоненко, аналізуючи наукову термінологію, основним завданням вважає її систематизацію, упорядкування та стандартизацію шляхом вилучення невинуватених слів-покручів, відродження окремих забутих або несправедливо «репресованих» термінів, створення галузевих словників, українськомовних підручників, довідників тощо [8, с.5]. Науковий стиль став предметом дослідження багатьох вітчизняних мовознавців [9; 10; 11; 12; 13; 14; 15]. «Сучасний стан української наукової термінології характеризується зростанням тяжіння до міжнародних стандартів і водночас посиленням інтересу до власних національних надбань, причому і в



першому, і в другому випадках іноді надмірним і недостатньо обґрунтованим. Вироблення принципів і методів творення термінологічної лексики за допомогою власних мовних ресурсів, калькування термінів чи розумне їх запозичення для тих понять, які ще не названі українською наукою або вже мають давно усталені іншомовні найменування, – основні шляхи формування української наукової термінології» [7, с. 71].

Тексти наукового стилю зазвичай містять наукову інформацію, яку треба донести до споживачів. Одним із сучасних засобів передавання цієї інформації є періодика. Тому актуальним вбачається вивчення наукових лексичних елементів у публіцистиці. У пропонованій розвідці розглянемо найуживаніші наукові слова та словосполучення, які функціонують у мові сучасної української періодики, простежимо нові функціонально-стильові вияви цих мовних одиниць, визначимо, лексеми якої наукової галузі найширше представлені в мові преси.

Методи дослідження. Для вивчення лексики української періодики початку ХХІ ст. використано як основні методи спостереження та описовий. На різних етапах дослідження послуговувалися також методом функціонального аналізу для визначення стилістичного навантаження лексичних одиниць.

Результати й обговорення. У мові друкованих засобів масової інформації широко функціонує наукова лексика, зокрема слова-терміни з різних галузей знань. У публіцистиці вживають медичні наукові терміни. Здебільшого це назви захворювань чи їх симптоми. Поряд із доволі відомими термінами *гайморит*, *отит*, *гонорея*, *сифіліс*, *інфаркт*, *пневмонія* до журналістських текстів уводять менш відомі або зовсім невідомі споживачам інформації поняття, напр.: *менінгоенцефаліт*, *остеомиєліт*, *цervікокардія*, *цervікобрахіалгія*, *спондилоартроз*, *трихомоніаз*, *хламідіоз*, *цervікотора-калгія* та ін. Пор.: «При підозрі на *менінгоенцефаліт* потрібно терміново викликати „швидку допомогу” – це смертельно небезпечне ускладнення» («Сімейна газета», 7.01.2009); «...*остеомиєліт* є підставою для призначення терапевтичних методів лікування» («Порадниця», 2.04.2009); «Називають це у міжхребцевих суглобах *спондилоартрозом*» («Газета по-українськи», 24.09.2009).

Характерними для публіцистики є пояснення медичних термінів, навіть доволі відомих: «*Цervікоторакалгія* – больовий синдром у районі шийного відділу хребта, що поширюється в міжлопаткову область» («Порадниця», 2.04.2009); «*Отит* – це запалення внутрішнього вуха» («День», 14.10.2009); «*Гайморит* – це запалення повітряносних пазух верхньої щелепи» («Газета по-українськи», 24.09.2009); «*Цervікобрахіалгія* – термін на позначення больового синдрому в районі шийного відділу хребта» («Порадниця», 2.04.2009); «Термін *цervікокардія* означає біль в області ший і голови» («Київська правда», 24.12.2009).



Звичним явищем у мові періодики є використання наукових слів та словосполучень, які позначають методи обстеження, оздоровлення та лікування: *озонотерапія, медитація, лапароскопічна операція, комп'ютерна томографія* та ін. Напр.: *«Озонотерапія – унікальний безлікарський метод підвищення імунітету»* («Газета по-українськи», 13.11.2009); *«Лапароскопічні операції – сучасний рівень хірургічної допомоги»* («Гарт», 7.10.2009); *«Комп'ютерна томографія дозволяє діагностувати багато видів уражень головного мозку»* («Гарт», 14.10.2009).

Функціонують у публіцистиці наукові словосполучення на зразок: *дистрофічні зміни, енцефалопатійний синдром, чуттєвий шок* та ін. Напр.: *«З дистрофічними змінами в дисках не треба нехтувати візитами до лікаря»* («Порадниця», 2.04.2009); *«Енцефалопатійний синдром відзначається підвищеною стомленістю»* («День», 9.04.2009).

Із розвитком фармакології в мову преси дедалі частіше потрапляють терміни з цієї галузі. Вони заповнили як інформаційно-аналітичні жанри публіцистики, так і рекламні матеріали. Зазвичай фармацевтичні терміни не зрозумілі споживачам інформації, дія певних лікарських засобів на організм людини пояснюється тільки через додаткові описи захворювань. Напр.: *«Вибірково впливають на судини мозку німітон і нематоній»* («Порадниця», 9.04.2009); *«Досить ефективні блокатори повільних кальцієвих каналів німідолин та німодин»* («Сільські вісті», 16.04.2009); *«Науковці довели, що вазокор та дилцерин є малоефективними, а іноді й зашкоджують організмові»* («Київська правда», 12.08.2009); *«Ефективним є засіб при поєднанні вінлоцетину та кавінтону»* («Порадниця», 9.04.2009); *«У деяких випадках ефективний бравінтон»* («День», 14.06.2009).

У мові сучасної періодики вживають лексеми, які характерні для різних галузей наук. Наприклад, слово *депресія* з першим значенням «приголомшений, пригнічений психічний стан» [15, с. 212] вживають матеріалах медичної тематики: *«Психотерапевти навесні часто встановлюють діагноз депресія»* («Газета по-українськи», 12.09.2009). У другому значенні «застій, спад у господарському, суспільному житті» [15, с. 212] лексему *депресія* використовують у публікаціях історичної тематики, приміром: *«Українсько-польські відносини значно загострилися під час великої депресії 1929–1933 років»* («День», 9.03.2009). У цьому випадку термін позначає період, що починається безпосередньо після економічної кризи, характеризується застоєм у виробництві, масовим безробіттям, млявою торгівлею.

Доволі часто журналісти вітчизняних засобів масової інформації слово *депресія* використовують у значенні «застій, бездіяльність» стосовно різних суспільних інституцій, угруповань тощо. Напр.: *«В українського парламенту – депресія»* («Сільські вісті», 24.09.2008); *«Депресія спо-*



стерігається в багатьох політичних сил» («День», 4.07.2008); «Таке враження, що в уряд прийшла депресія» («Газета по-українськи», 28.06.2009); «Депресія, що відбувалася на селі, на цей час переросла в повний застій...» («Сільський час», 3.07.2008).

Слова та словосполучення медичної галузі зазвичай трапляються на доволі популярних для читачів тематичних сторінках «Здоров'я», «Ваше здоров'я», «Будьте здорові» та ін. У замітках, інтерв'ю, статтях, коментарях практично всіх масових видань всеукраїнського чи регіонального розповсюдження автори послуговуються медичною термінологією. Фармацевтичні терміни більшою мірою використовують у рекламних публікаціях. Терміни зазвичай журналісти пояснюють, в іншому випадку їх значення стає зрозумілим у контексті. Хоча без додаткових пояснень наукові медичні та фармакологічні лексеми ускладнюють сприйняття інформації.

Під дією позамовних чинників: інтенсивного розвитку економіки, ринкових відносин, приватної власності, фінансової сфери, мова періодики поповнюється економічними термінами: *акція, девальвація, дефолт, дивіденди, економіка, капітал, ліцитатор, менеджмент, мікроекономіка, податок, прибуток, штрафель* та ін. Напр.: «Дмитро Фірташ має **акцій** холдингу» («Персонал плюс», 21.02.2008); «Цього року відбулася **девальвація** золотих прикрас у зв'язку з підвищенням цін на золото» («Сільські вісті», 3.09.2008); «...дуже ймовірно, що коли доведеться повертати борг, акціонери відчують потилицю дихання **дефолту**» («Україна молода», 7.04.2009); «Селяни і до цього часу не отримують своїх **дивідендів** від акцій, які вони мали ще в СРСР...» («Народна», 4.06.2008); «Аналітики звертають увагу на те, що українська **економіка** ще не відчула шоку від зростання цін на енергоносії» («Персонал плюс», 6.08.2008); «Кожен власник думає про вкладений капітал» («Дзеркало тижня», 9.07.2008); «Розуміючи, що справа заходить уже занадто далеко, **ліцитатор** все одно не міг припинити торги, бо рушень не було» («Україна молода», 7.04.2009); «**Менеджмент** – нова сфера управлінських відносин» («День», 16.03.2009); «**Мікроекономіка** – галузь економічної науки, що вивчає економічні пропорції в межах окремої ланки економіки...» («День», 24.03.2009); «**Податок на прибуток** підприємств передбачає як зниження ставки оподаткування, так і тривалий термін звільнення від його сплати» («Дзеркало тижня», 21.03.2009); «**Штрафель** – бухгалтерський рахунок особливої форми, в якому дебетові й кредитові обороти показані в одній загальній графі» («Голос України», 18.08.2009).

Спостерігаємо тенденцію до активного використання в мові періодики словосполучень економічної галузі на зразок *валовий оборот, валова продукція, економічна рента, ринкова економіка* та ін. Напр.: «**Податок з обороту** стягується з **валового обороту** на всіх стадіях руху товарів»



(«Замкова гора», 4.09.2009); *«Планується зростання виробництва валової продукції аграрного комплексу на 3-5 відсотків»* («Яготинські вісті», 19.03.2008); *«Економічна рента – дохід від будь-якого фактора виробництва понад його альтернативну вартість»* («День», 12.12.2008) та ін.

Економічні терміни широко представлені у всіх жанрах журналістики, найбільше їх використовують автори аналітичних публікацій: статей, коментарів, нерідко ними послуговуються в інтерв'ю з фахівцями економічної галузі. Поняття цієї сфери властиві як регіональним, так і всеукраїнським газетам. Доволі часто ці лексеми використовують журналісти газети «Дзеркало тижня» на тематичних сторінках «Мікро-економіка», «Гроші», «Бізнес» тощо. Напр.: *«...хвилює тенденція до монополізації ринку»* («Дзеркало тижня», 3.04.2010); *«Відповідно до доктрини ділової цілі операція є відхиленням від оподаткування і викликає податкову перекваліфікацію та відповідне донарахування суми недоплаченого податку (при цьому без сплати штрафу, адже формально така операція не є порушенням)»* («Дзеркало тижня», 3.04.2010).

Виокремлюємо в публіцистиці низку загальнонаукових іменників, які використовуються в багатьох науках: *абсолютизація, автореферат, ано-тація, анотування, адаптація, децентрація, дискретність, інтеграція, кваліметрія, креативність, постулат, стимулятор*, а також прикметники *аксіоматичний, патогенний, технологічний* та ін. Напр.: *«...поняття свободи далеко не однозначні: від абсолютизації свободи, що зводилася, до відсутності будь-яких обмежень у діях людини...»* («Яготинські вісті», 26.12.2008); *«Автореферат – короткий виклад наукової праці самим автором»* («Газета по-українськи», 4.09.2009); *«Загальна анотація характеризує документ загально»* («День», 6.09.2008); *«Аналітична анотація розкриває лише частину змісту»* («День», 6.09.2008); *«Анотування – процес аналітично-синтетичного опрацювання інформації»* («День», 6.09.2008); *«Існує три можливості посилити конкурентноздатність території: привабливість, інтеграція та адаптація»* («День», 4.08.2009); *«Класичною точкою зору на децентралізацію у науковій літературі є позиціонування її як долання егоцентризму»* («Дзеркало тижня», 6.06.2008); *«Кваліметрія – наука, необхідна всім наукам, оскільки об'єкти вивчення всіх наук описуються комплексом властивостей, які необхідно вимірювати»* («Голос України», 9.04.2008); *«Креативність розглядають як здатність до творчості»* («Диво слово», 9., 2009); *«Мінеральні води, що містять вуглекислий газ, є сильним стимулятором шлункової секреції...»* («Порадниця», 25.12.2008); *«Неспростовними та аксіоматичними сьогодні є міркування вчених»* («Українське слово», 3., 2009).

Більшість загальнонаукових термінів відомі читачам, деякі з них



(адаптація, анотація, стимулятор) сприймаються не як терміни, а як лексеми з нейтральним значенням. Окремі слова мають кілька варіантів значень, але вживаються переважно в першому.

Загальнонаукові терміни часто використовують у матеріалах політичної тематики, щоб підкреслити обізнаність партій з проблемами суспільства та науки, показати, що політичні лідери володіють науковими термінами, наголосити на їхній освіченості, грамотності, напр.: *ідентифікація* – «упізнавання кого-, чого-небудь; установлення тотожності об'єкта або особистості» [16, с.292]; *депопуляція* – «зменшення абсолютної чисельності населення якої-небудь країни або території; зниження відтворення населення» [17, с.215], пор.: «Не повинно бути проблем у лідера з політичною ідентифікацією» («Сільські вісті», 10.10.2009); «Політичні партії та їхні лідери з модним підтекстом стали говорити про *депопуляцію українців*» («Українське слово», 3., 2009).

Часто наукові спеціальні терміни трапляються у висловах посадових осіб, службовців, що подекуди свідчить не стільки про їхню освіченість, скільки про зарозумілість, напр.: «Президент здійснює *демільтаризацію цивільних установ*» («Дзеркало тижня», 30.10.2008); «Голова адміністрації сказав селянам, що мої підлеглі завжди проявляють *креативність*» («Україна молода», 18.03.2010).

Висновки. Лексика наукового стилю в мові періодики здебільшого представлена іменниками та прикметниками іншомовного походження, що надає публіцистиці нединамічності, статичності. У друкованих засобах масової інформації використовуються загальнонаукові поняття, терміни медицини та фармакології, економічних дисциплін тощо. Наукові лексеми у газетних текстах слугують засобом інформативності.

У журналістських матеріалах подають як відомі загалу наукові слова та словосполучення, так і мало або зовсім невідомі. Останні надзвичайно ускладнюють сприйняття інформації читачем. Нелегко сприймаються кілька термінів у реченні, а особливо складними для реципієнта виявляються лексеми і словосполучення, які подаються тільки в спеціальних словниках. Тексти з науковою термінологією зазвичай позбавлені образності, емоційності, вони «окнижують» публіцистику.

Наукові слова та словосполучення використовуються як у масових інформаційних виданнях, так і аналітичних масмедіа. Спостерігаємо тенденцію до застосування наукових мовних одиниць і у всеукраїнських виданнях, і в регіональній періодиці.

ЛІТЕРАТУРА

1. Єрмоленко С. Я. Науковий стиль / С. Я. Єрмоленко // Українська мова : Енциклопедія / [редкол. : В. М. Русанівський (співголова), О. О. Тараненко (співголова), М.П. Зяблюк та ін.]. – 3-тє вид., допов. – К. : Укр. енцикл. ім. М. П. Важана, 2007. – С. 421–422.
2. Панько Т. І. Теоретичні засади українського термінотворення /Т. І. Панько //



Науково-технічне слово : бюлетень видавничо-термінологічної комісії Львівського політехнічного інституту. – 1992. – № 1. – С. 3–9.

3. Коваль А. П. Науковий стиль сучасної української літературної мови / А. П. Коваль. – К. : Вид-во Київ. ун-ту, 1970. – 305 с.

4. Непийвода Н. Ф. Мова української науково-технічної літератури: (Функціонально-стилістичний аспект) / Н. Ф. Непийвода / НАН України, Ін-т мовознавства ім. О. О. Потебні. – К. : ТОВ «Міжн. фін. Агенція», 1997. – 303 с.

5. Городилівська Г. П. Елементи наукового та публіцистичного стилів в історичних творах Івана Іваничука : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 / Г. П. Городилівська. – Львів, 2008. – 19 с.

6. Дядюра Г. М. Функціональні параметри образності в науковому стилі (на матеріалі текстів природничих та технічних наук) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 / Г. М. Дядюра. – К., 2001. – 22 с.

7. Лепеха Т. Про деякі проблеми сучасної української наукової термінології / Т. Лепеха // Українська термінологія і сучасність : зб. наук. пр. / [відп. ред. Л. О. Симоненко]. – К. : КНЕУ, 2001. – Вип. IV. – С. 70–72.

8. Симоненко Л. Українська наукова термінологія: стан і перспективи розвитку // Українська термінологія і сучасність : зб. наук. пр. / [відп. ред. Л. О. Симоненко]. – К. : КНЕУ, 2001. – Вип. IV. – С. 3–8.

9. Бук С. Н. 3000 найчастотніших слів наукового стилю сучасної української мови: словник / С. Н. Бук ; словник; [наук. ред. Ф. С. Бацевич]. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2006. – 192 с.

10. Данкіна Л. С. Сучасна українська літературна мова (науковий стиль) : [навч. посіб.] / Л. С. Данкіна / Харківський держ. економічний ун-т. – Х. : ХДЕУ, 2002. – 124 с.

11. Онуфрієнко Г. С. Науковий стиль української мови : навч. посіб. з алгоритмічними приписами / Г. С. Онуфрієнко ; Міністерство освіти і науки України, Запорізький національний університет. – 2-ге вид., перероб. та допов. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 390 с.

12. Онуфрієнко Г. С. Науковий стиль української мови : [навч. посіб. для студ. ВНЗ] Г. С. Онуфрієнко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 310 с.

13. Скороходько Е. Ф. Термін у науковому тексті (до створення терміноцентричної теорії наукового дискурсу): [монографія] / Е. Ф. Скороходько; Укр. ін-т лінгвістики і менеджменту. – К. : Логос, 2006. – 98 с.

14. Чернишова Л. І. Закономірності якісної кваліфікації предметних імен у структурі українського наукового стилю : дис. ... канд. філол. наук : 10.02.01 / Лариса Іванівна Чернишова. – Макіївка, 2003. – 214 с.

15. Шиліна А. Г. Лінгвогендерна інтерпретація лексичного та граматичного потенціалу наукового стилю сучасної російської мови : автореф. дис. канд. філол. наук : 10.02.02 / А. Г. Шиліна. – Сімферополь, 2002. – 20 с.

16. Сучасний словник іншомовних слів: Близько 20 тис. слів і словосполучень / [укл.: О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк]. – К. : Довіра, 2006. – 789 с.

17. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. : ВТФ „Перун”, 2002. – 1440 с.

Reference list

1. Buk S.N. 3000 naichastotnishykh sliv naukovocho styliu suchasnoi ukrainskoi movy / S.N. Buk ; slovnyk; [nauk. red. F.S. Batsevych]. – Lviv : LNU im. I. Franka, 2006. – 192 s.



2. Velykyi tlumachnyi slovnyk suchasnoi ukrainskoi movy / [uklad. i holov. red. V.T. Busel]. – K. : VTF „Perun”, 2002. – 1440 s.
3. Horodylovska H.P. Elementy naukovoho ta publitsystychnoho styliv v istoryknykh tvorakh Ivana Ivanychuka : avtoref. dys. na здобuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 / P.H. Horodylovska. – Lviv, 2008. – 19 s.
4. Dankina L.S. Suchasna ukrainska literaturna mova (naukovy styl) / L. S. Dankina : [navch. posib.] / Kharkivskiy derzh. ekonomichnyi un-t. – Kh. : KhDEU, 2002. – 124 s.
5. Diadiura H.M. Funktsionalni parametry obraznosti v naukovomu styli (na materialakh pryrodoznavnykh ta tekhnichnykh nauk) : avtoref. dys. na здобuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 / H.M. Diadiura. – K., 2001. – 22 s.
6. Yermolenko S.Y. Naukovyi styl / S.Y. Yermolenko // Ukrainska mova : Entsyklopediia / [Redkol. : Rusanivskiy V.M. (spivholova), Taranenko O.O. (spivholova), Ziabliuk M.P. ta in.]. – 3-tie vyd., zi zminamy i dop. – K. : Vyd-vo "Ukr. entsykl." im. M.P. Bazhana, 2007. – S. 421–422.
7. Koval A.P. Naukovyi styl suchasnoi ukrainskoi literaturnoi movy / A.P. Koval. – K. : Vyd-vo Kyivskoho un-tu, 1970. – 305 s.
8. Lepekha T. Pro deaki problemy suchasnoi ukrainskoi naukovoї terminolohii / T. Lepekha // Ukrainska terminolohiia i suchasnist : Zb. nauk. prats. Vyp. IV / [vidp. red. L.O. Symonenko]. – K. : KNEU, 2001. – S. 70–72.
9. Nepyivoda N.F. Mova ukrainskoi nauko-tekhnichnoi literatury : (Funktsionalno-stylistychnyi aspekt) / N.F. Nepyivoda / NAN Ukrainy. In-t movoznavstva im. O.O. Potebni. – K. : TOV „Mizhn. fin. Ahentsiia”, 1997. – 303 s.
10. Onufriienko H.S. Naukovyi styl ukrainskoi movy: navchalnyi posibnyk z alhorytmichnymy prypysamy / H.S. Onufriienko ; Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy, Zaporizkyy natsionalnyi universytet, 2-he vyd., pererob. ta dop. – K. : Tsentr navchalnoi literatury, 2009. – 390 s.
11. Onufriienko H.S. Naukovyi styl ukrainskoi movy: [navch. posib. dlia stud. VNZ]. – K. : Tsentr navchalnoi literatury, 2006. – 310 s.
12. Panko T.I. Teoretychni zasady ukrainskoho terminotvorennia // Nauko-tekhnichne slovo : Biuleten vydavnycho-terminolohichnoi komisii Lvivskoho politekhnichnogo instytutu. – 1992. – №1. – S. 3–9.
13. Symonenko L. Ukrainska naukova terminolohiia : stan i perspektivy rozvytku // Ukrainska terminolohiia i suchasnist : Zb. nauk. prats. Vyp. IV / [vidp. red. L.O. Symonenko]. – K. : KNEU, 2001. – S. 3–8.
14. Skorokhodko E.F. Termin u naukovomu teksti (do stvorennia terminotsentrychnoi teorii naukovoho dyskursu) / E.F. Skorokhodko : [monohrafiia] / Ukr. in-t lnhvistyky i menezhmentu. – K. : Lohos, 2006. – 98 s.
15. Suchasnyi slovnyk inshomovnykh sliv : Blyzko 20 tys. sliv i slovospoluchen / [uklaly: O.I. Skopnenko, T.V. Tsymbaliuk]. – K. : Dovira, 2006. – 789 s.
16. Chernyshova L.I. Zakonomirnosti yakisnoi kvalifikatsii predmetnykh imen u strukturi ukrainskoho naukovoho styliu : dys. ... kandydata filol. nauk : 10.02.01 / Larysa Ivanivna Chernyshova. – Makiivka, 2003. – 214 s.
17. Shylina A.H. Lnhvhenderna interpretatsiia leksychnoho ta hramatychnoho potentsialu naukovoho styliu suchasnoi rosiiskoi movy : avtoref. dys. na здобuttia nauk. stupenia kand. filol. nauk : 10.02.02 / A.H. Shylina. – Simferopol, 2002. – 20 s.

Navalna Maryna

Diffusive processes in the vocabulary of scientific and publicistic style



The article analyzes the most used lexical units of scientific style, which function in the modern Ukrainian language periodicals; it traces the new lexical and semantic manifestations of these linguistic units; it defines the tokens of what scientific sphere were represented mostly in the language press.

The article concluded that the vocabulary of scientific style in language of periodicals is represented mainly by nouns and adjectives of foreign origin. The print mass media use generally scientific notions, medical and pharmacological, economic and other terms. Scientific lexemes in the newspaper texts are the means of informative value, but at the same time they complicate perception of information for a reader.

Keywords: scientific style, publicistic style, scientific words, scientific phrases, functional manifestations

Навальная Марина

ДИФФУЗНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ЛЕКСИКЕ НАУЧНОГО И ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО СТИЛЕЙ

В статье проанализированы наиболее употребляемые лексические единицы научного стиля, которые функционируют в языке современной украинской периодики, прослежены новые лексико-семантические проявления этих языковых единиц, определено, лексемы какой научной сферы наиболее широко представлены в языке прессы.

Сделаны выводы, что лексика научного стиля в периодике в основном представлена существительными и прилагательными иностранного происхождения. В печатных средствах массовой информации используются обще-научные понятия, термины медицины и фармакологии, экономических сфер и др. Научные лексемы в газетных текстах служат средством информативно-сти, но одновременно затрудняют восприятие информации читателем.

Ключевые слова: научный стиль, публицистический стиль, научные слова, научные словосочетания, функциональные проявления.



Ірина Мариненко ,

канд.філол.наук

УДК 070:81'42 / 37 (395)

АНТРОПОНІМНІ НОМІНАЦІЇ ПОЛІТИКА ЯК ЗАСІБ РУЙНУВАННЯ ІМІДЖУ

Стаття присвячена проблемі використання мовних засобів презентації політичного лідера ворожої держави на сторінках мас-медіа. У період воєнних дій важливу роль відіграють українські засоби масової комунікації, завдання яких полягає, зокрема, в руйнуванні іміджу Володимира Путіна як непереможного й сильного очільника Російської Федерації, у представленні його в іронічно-саркастичній тональності. Значною мірою процес підривання довіри до президента РФ в інтернет-медіа відбувається за допомогою стилістично маркованих антропонімів. Розглянуто фонетичні, словотвірні й власне стилістичні засоби створення комічності в номінативах, що спричиняють дискредитацію іміджу В. Путіна.

Ключові слова: номінатив, антропонім, мовні засоби, абревіація, складання, контамінація, політичний імідж.

Вступ. Історичний момент, пов'язаний з анексією Криму й воєнними діями на Сході України, увібрав у себе широкий спектр найрізноманітніших емоцій українців: від гордості за своїх співвітчизників до ненависті до ворога – агресивного, жорстокого, непередбачуваного. Несподівана агресія з боку Росії викликала в українському суспільстві, з одного боку, страх і розгубленість, з другого, – рішучість боротися за свою землю до перемоги. Вирішальну роль у розвінчуванні образу непереможного ворога відіграють сучасні мас-медіа, які «відкрили нові можливості впливу, що дозволило перенести їх із позиції суто описувальних на позиції, що формують ситуацію» [1, с.149]. Саме ЗМК почали формувати погляди українців на проблеми війни, російської агресії на Сході, оскільки «ставлення до фактів, висловлене через ЗМІ, є чи не першим джерелом масових настроїв» [2, с.64]. Саме за мас-медіа закріпилася в останні десятиліття прерогатива оцінювання суспільно-політичних подій, національних діячів, державних інститутів тощо: «Засоби масової комунікації присвоюють статус суспільним проблемам, особам, організаціям і громадським рухам» [3, с.2]. Нинішня ситуація вирізняється тим, що ЗМІ доводиться не стільки конструювати імідж країни-ворога та її політичного лідера, скільки руйнувати образ непереможного й сильного агресора. Основну роль у цьому процесі відіграють саме мас-медіа: від того, як подається новина, якими мовними і паралінгвальними засобами посплугуються при цьому журналісти, залежить те емоційне тло, що буде створене в аудиторії для сприймання основної інформації. Адже «подія

© Мариненко І., 2015



в політичному дискурсі реагування є поєднан-ням репрезентативу (повідомлення про що-небудь) і експресиву (вираження стану суб'єкта мовлення, що визначає напрям оцінки події)»[4, с.294].

Зрозуміло, що Російська Федерація, підступно анексувавши Крим і спровокувавши війсьні дії на Донбасі, ставила перед собою кілька завдань. І одним з головних було залякування українців, сіяння паніки поміж нас. Як дієвий засіб боротьби зі зневірою, з песимізмом у скрутні часи наші грома-дяни висунули свій безвідмовний аргумент – гумор та іронію, які властиві українцям упродовж століть (варто згадати відому картину Іллі Рєпіна, українця за походженням (м. Чугуїв) «Запорожці пишуть листа турецькому султанові»). Саме сприймання вчинків загарбників з насмішкою, глузування з лідера РФ дали змогу на національному рівні перебороти страх перед створюваним роками іміджем «великої і непобедимої» держави й довести, що це – черговий міф російської пропаганди. Завдяки іронії можна по-іншому сприймати інформацію – «як «зустріч» в одній конструкції двох тонально-модальних ракурсів, двох утілених оцінок (чи голосів, точок го-воріння), їх інтерференція, перебіг» [5, с.180].

Актуальність досліджуваної проблеми пояснюється, по-перше, необхідністю визначити можливі засоби руйнування міфу-іміджу і, по-друге, незначною увагою до цього питання сучасних українських дослідників. Впли-ву ЗМК на аудиторію розглядали такі закордонні науковці, як Е. Ноель-Нойман, Г. Шиллер, С. Кара-Мурза [6], О. Ланге, Є. Павлова, Г. Колесни-кова [7] та ін., серед українських дослідників цією пробле-мою переймалися Г. Почепцов, В. Степанов, О. Невмержицька, М. При-сяжнюк, В. Карлова, Р. Лавлінський, С. Іванченко, В. Германов. Питанню номінації в ЗМК, політичному просторі присвячені роботи О. Дмитрієвої, Ю. Сапліна [8], В. Корольової [9], О. Селіванової [10], М. Навальної, О. Мінкової [11]. Однак вплив мас-медіа на руйнування іміджу політичного лідера, на розвінчуван-ня неправдивої інформації ЗМІ противника залишився поза увагою науковців. А саме через розга-лужену систему номінацій журналістам і блогерам вдалося зруйнувати міф про геніальність та непереможність лідера РФ Володимира Путіна і, відповідно, російської військової машини.

Таким чином, метою цієї розвідки є визначення засобів номінації, здат-них впливати на сприймання об'єкта іменування. Матеріалом до-слідження слугували інтернет-ЗМІ, оскільки всесвітня павутина, по-перше, миттєво ре-агує на будь-які події. По-друге, в саме інтернеті цензурування матеріалів зведене до мінімуму, що дає можливість авто-рові висловлювати свої думки відверто й незауважено.

Результати й обговорення. Політичний ономастикон – «ієрархічна су-купність імен різних онома-стичних розрядів, які функціонують у текс-тах про політику і політикум». Він здатний «впливати на реципієнта на



когнітивному, афективному й сугестивному рівнях» [8, с.127]. Система іменувань будь-якої особи, В. Путіна зокрема, створює свій власний, не завжди тотожний створюваному PR-менеджерами, імідж людини. Взаємодія антропонімів, асоціонімів, прикладок, порівнянь, означень тощо спроможна кардинально змінити наявний у політичному дискурсі образ діяча, а іноді й зруйнувати його вщент, оскільки, як відомо, «сучасні мас-медіа відкрили нові можливості впливу, що дозволило перенести їх із позиції суто описових на позиції, які формують ситу-ацію» [1, с.149].

Історія неофіційних іменувань В. Путіна почалася ще з часів його служби в лавах КДБ, про що свідчать численні публікації на російських опозиційних і українських сайтах. Навіть номінативи допрезидентських часів свідчать про негативно-іронічне ставлення оточення до нього (передаємо мовою оригіналу): *Моль, Крысенок, Надутый, Краб або Крабе, Крошка Цахес* тощо. Новим поштовхом для творення номенів стали події 2014–2015 рр. – віроломне загарбання частини території нашої країни.

Увесь свій гнів, зневагу й іронічне ставлення до найвищого посадовця держави-загарбника український народ вклав у численні стилістично за-барвлені іменування Путіна, які поділяються на назви власні (прізвиська, похідні від антропоніма) й загальні, що дають характеристику особи за певною визначальною рисою – зовнішньою або внутрішньою (*карлик, альфа-самець, мачо, тиран, гарант, цар, чекіст, вожак, агресор, вождь, наполеончик, педофіл* тощо). Об'єктом цієї розвідки ми обрали саме номінативи антропонімного характеру, оскільки, за твердженням В. Красних, ім'я відомої людини «пов'язане з широко відомим текстом або з precedentною ситуацією», а тому належить до precedentних феноменів [12, с.47-48].

Для творення номенів президента РФ використовуються засоби різних мовних рівнів: фонетичного, словотвірного, стилістичного.

Зважаючи на обмеженість креативних можливостей фонетики порівняно з іншими рівнями мови, можемо стверджувати, що журналісти й блогери не обійшли увагою фонетичні ресурси творячи іронічні іменування для Путіна: *Путен, фочка путен, фочка*. Перший номінатив – Путен – утворений заміною лише одного звука в реальному прізвиську російського лідера для надання йому іноземного звучання (пор.: французький політичний діяч націоналістичного спрямування Марін Ле Пен). Цей онім уживається переважно в заголовках: «*У Парижі осино-вим кілком в груди був убитий Путен*» (<http://pressa.today>, 4.09.14); «*Давай до побачення: Путен розлучається зі своєю тям*» (<http://novostei.net>, 13.06.13); «*Кремлівський карлик путен присвятив війні на Донбасі тільки одне речення*» (<http://v-kieve.net>, 26.08.14) тощо. При цьому автори публікацій досягають одразу двох цілей: привабити читача незвичністю звучання прізвища, своєю сміливістю, а



отже, пропозицією іронічно сприймати все, що пов'язане з В. Путіним. Ще два номінативи – *фочка путен* і *фочка путен* – пародійно відтворюють вимову антропонімного комплексу російського президента носієм німецької мови. Це, ймовірно, пов'язане з минулим російського президента, коли той працював у КДБ на території Німеччини. Посилює іронічно-саркастичне звучання антропокомплексів і те, що пародіюється не повне офіційне іменування, а демінутивне (Вовочка) й пейоративне (Вовка): *«Цей наполеончик фочка путен просто не може відступити, але й воювати по-справжньому теж не може, тому буде вдавати, що вбивати українців кавказо-кацарська вояччина буде в ім'я миру»* (<http://uapress.info>, 30.06.14). Іменування одного з найвпливовіших державних лідерів неофіційним, до того ж по-дитячому озвученим зменшеним іменем, зневажливо написаним з малої літери, суттєво змінює рецепцію Путіна в аналізованих текстах з офіційної особи на такого собі політика-невдачу. Цей спосіб презентації ан-тропоніма підтверджує тезу В. Корольової, що «останнім часом номінативні процеси в українській мові демонструють демократизацію мовлення, яка природно пов'язується з оновленням та розширенням усталених норм і правил» [9, с.275].

Традиційно помітне місце поміж новоутворених найменувань посідають словотвірні неологізми. Розгалужена система як українського, так і російського словотвору дає змогу створювати нові номени кількома способами, серед яких у досліджуваних матеріалах найактивніше застосовуються аббревіація (*ПТН, ПТН ПНХ, ПТН ХЛО, ВВП, ВВХ*), складання (*Путіно-Сталін, Робопутлер*), усічення (*Влад, Пу*), рідше – префіксація (*недопутін*), суфіксація (*Путенг*), контамінація (*Ліліпутін*).

Поміж іменувань Путіна найбільшу продуктивність виявляють аббревіатури. Приміром, іще з часів першого президентства його називали ініціальною аббревіатурою *ВВП* (Володимир Володимирович Путін). Після появи широко відомої нині пісні фанатів харківського «Металіста» за аналогією до *ВВП* утворений інший аббревіатурний номінатив – *ВВХ*, в якому остання літера позначає інвективну лексему. Глибокий сарказм цього прізвиська полягає в тому, що саме інвектива набуває в ньому статусу прізвиська, напр.: *«Без сумніву, бравада ВВХ приховує страх – він уже усвідомлює, що початковий розрахунок був неправильним і українська авантюра виходить йому боком»* (<http://evroua.com/>, 23.02.15). Популярності цього оніма сприяло його активне використання в інтернеті та інших ЗМК, таким чином, мас-медіа виконали функцію номінації «соціальних проблем, особистостей, організацій і суспільних рухів» [3, с.139].

З легкої руки українців аббревіація як спосіб іменування президента РФ набула значної популярності. Один із найвідоміших інвективних слоганів перетворився, завдяки активному вживанню в мовленні



користувачів інтернету, на прізвисько російського лідера – *ПТН ПНХ*. Ним часто послуговуються не лише в коментарях чи блогах – воно проникло на сторінки інтернет-ЗМІ, набувши загальнономовного поширення протягом останнього року, напр., як у заголовку: *«Батальйон «Черкаси» отримав позацільховики з номерами «ПТН ПНХ»»* (<http://polemika.com.ua,7.08.14>). Більше того, сама консонантна аббревіатура прізвища російського президента *ПТН* набуває популярності й за межами нашої держави: *«Литовські націоналісти пронесли Вільнюсом відрубану голову з написом «ПТН»»* (<http://www.newsbalt.ru,12.03.14>). Також відомим стає похідний новотвір *ПТН ХЛО*, де другий компонент – скорочення відомої лайки. Регулярне використання цих онімів-аббревіатур сприяло їх упізнаваності, як наслідок, призвело до зневаги й іронічного ставлення до об'єкта номінації, адже «багаторазово перевірений закон свідчить: переконливе те, що залишається в пам'яті» [6, с.117]. Те, що в українців не викликає сумнівів, хто саме є носієм такого антропонімного іменування, свідчить про його популярність і поширеність.

Способом складання утворені такі лексеми, як *Путіно-Сталін* і *Робопутлер*. Композит *Путіно-Сталін* об'єднує два прізвиська диктаторів, метою яких було й залишається утримання народу в покорі, захоплення нових володінь. А отже, таким чином автор засвідчує спадковість путінського режиму, його схожість з періодом правління Сталіна, як напр., у заголовку: *«Путіно-Сталін з гітлерівським ухилом – живіший від усіх живих»* (<http://www.k-z.com.ua/,6.02.15>). Така демонізація президента Росії, з одного боку, посилює різко негативний образ об'єкта, з другого, – передає іронічно-саркастичне ставлення автора тексту до носія іменування, оскільки акцент зроблений на характеристиці, найбільш несприятливій для нього [1, с.171]. Номен *Робопутлер* створений за аналогією до імені героя фільму «Робокоп», який на шляху до своєї мети не зважав ні на колег, ні на членів своєї родини. Саме таким Путін сприймає більшість українців.

Творення нових слів усіченням твірної основи не належить до продуктивних способів, проте виявляється затребуваним для творення неологізмів на позначення російського президента: *Пу* (від прізвиська Путін), *Влад* (від Владімір), напр.: *«Естонська фірма випустила настільну гру із «завойовником Пу»»* (<http://lenta.ru,5.05.15>), *«Для верховного російського сексиста Надія Савченко – прекрасний майданчик для піару. Великий Влад може її гарненько потоптати»* (<http://ru.krymr.com,7.02.15>). Такі антропоніми за звучанням і способом творення наближені до демінутивів і лексем дитячого мовлення, що неприйнятне для лідера великої й сильної держави, з яким асоціює себе В. Путін. Таким чином відбувається применшення й приниження носія онімів, глузування з нього.



Афіксація в системі номінативів Путіна представлена одним прикладом префіксації (*недопутін*) і одним – суфіксації (*Путенг*). Префікс *недо-* передає значення незавершеності, неповноти дії, що в поєднанні з апелятивом прізвища (путь, путній) утворює новий семантичний відтінок, але вже з іронічним компонентом. Трохи фонетично змінений німецький суфікс *-ing* (Меринг, Шеллінг) асоціативно зближує прізвисько російського лідера із прізвиськом сумнозвісного рейхсмаршала Германа Вільгельма Геринга, пор.: «16 березня 2015 року *Путенг* підписав указ № 136, з якого випливає, що співробітники адміністрації президента, федеральні міністри, співробітники апарату уряду... а також члени їхніх родин тепер безкоштовно або з 50-відсотковою знижкою отримуватимуть усі необхідні ліки» (<http://evroua.com/rossiyane-vy-bydlo-terper-oficialno/>, 20.03.2015). Контекст, в якому увага акцентується на несправедливому наданні пільг і так небідному вищому чиновництву Росії, тільки підсилює конотативну семантику іменування.

Особливе місце у творенні онімів для Путіна посідає контамінація – виникнення нової мовної одиниці накладанням частин (або повністю) двох інших одиниць, напр., *Ліліпутін* = ліліпут + Путін, внаслідок чого виникає іронічний антропонім, за допомогою якого можна натякнути на малий зріст президента РФ і дріб'язковість його вчинків: «*Кожен, хто не лінується, зіставляє Путіна зі Сталіним і Гітлером, надає сірому кадебісту забагато поваги. Порівняно з цими гігантами зла, Путін є політиком набагато меншого калібру – Ліліпутін*» (<http://www.newsbalt.ru>, 11.09.14). Також контамінацією утворені й дво- і трикомпонентні антропокомплекс, в яких задіяні складники іменувань Йосипа Віссаріоновича Сталіна й Адольфа Гітлера. Регулярні порівняння лідера Росії з одіозними очільниками СРСР і Німеччини спричинили появу таких контамінацій, як Адольф Путлер, Володимир Гітлер, Адольф Путін, Адольф Віссаріонович Путлер, Йосип Віссаріонович Путін, напр.: «*Отже, «справа військових» і «справа попа» в Луб'янці вже зашиті. Важливо зберегти темп і йти далі, Адольфе Віссаріоновичу Путлере*» (<http://charter97.org/>, 19.02.15); «*Українці в Австралії: „Адольфе Путіне, залиш Крим“*» (<http://novosti.dn.ua/>, 15.01.14).

Рідше трапляються стилістично марковані антропоніми, як-то *Вова, Вовка, Вольдемар, Володя Путін, Кабаєв, Доббі*. Демінутивні іменування найвищої посадової особи, та й просто немолодої людини, є свідченням зневаги, несприйняття його як серйозного політика: «*Володя Путін, святі українські землі стануть для тебе могилою! – відеозвернення бійців „Азова“*» (<http://uapress.info>, 29.01.15); «*Пройшовши шлях від Вови Лєніна до Вови Путіна (від Вовочки до Вовочки), чекісти, ставши доларовими мультимільйонерами-мільярдерами, перебудувалися у всьому, крім засадничих принципів...*» (<http://echo.msk.ru>, 1.02.12). Зазвичай деміну-



тиви використовуються у звертанні до дитини або близько знайомої людини. Журналісти й блогери навряд чи належать до кола близьких Путіну людей. Також президент РФ давно не в тому віці, коли можна було б так фамільярно до нього звертатися. Отже, зменшено-пестливі оніми є свідченням глузування, іронічного ставлення до об'єкта повідомлення.

Комічність антропоніма *Вольдемар*, застосованого до російського президента, полягає в тому, що він у супроводі лайки вкладений в уста канцлера Німеччини Ангели Меркель: *«Тому в голові в Анжели постійно крутиться: „Шайзе, Вольдемар! Ну и процеси ти розбудив!“»* (<http://evroua.com>, 15.02.15), у той час коли ім'я самої канцлерки автор подає в адаптованому для слов'янських мов варіанті.

Глузливе іменування Путіна *Кабаєвим* спричинене поширюваною в жовтій пресі інформацією про позашлюбні стосунки російського лідера з відомою гімнасткою. Перейменування чоловіка прізвищем, що належить жінці, сприймається принизливо для значної частини реципієнтів, а отже, несе в собі заряд іронічності. А перенесення на Путіна імені домашнього ельфа з відомого роману Джоан Роулінг «Гаррі Поттер і таємна кімната» пов'язане із зовнішньою схожістю міфологічного персонажа з Володимиром Путіним. Фонова інформація про те, що ці істоти негарні зовні, підлі й підступні, актуалізується дискурсивно: матеріал присвячений розлученню президента РФ – *«звільненню Дობбі»* (<http://novostei.net/>, 13.06.2013).

Висновки. Таким чином, значна частина представлених в інтернет-медіа номінацій президента В. Путіна сприяють створенню такого «механізму функціонування ЗМІ, який передбачає не лише й навіть не стільки відображення навколишньої дійсності, скільки – і це значно важливіше – її інтерпретацію, коментар, створення відповідної атмосфери» [13, с.75], що спрямована на розвінчання непереможного й загрозливого іміджу лідера Росії, на трансформацію його в іронічно-саркастичний персонаж українських новин. Водночас ефект позбавлення ореолу всесильного вождя досягається й іншими антропонімічними засобами, а також супровідними елементами – епітетами, прикладками, порівняннями тощо. Дослідження ролі таких номінацій може бути об'єктом подальших наукових розвідок.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Почепцов Г. Г.* Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 528 с.
2. *Різун В. В.* Маси : текст лекцій / В. В. Різун. – К. : ВПЦ «Київський університет», 2003. – 118 с.
3. *Лазарсфельд П.* Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие : Пер. с англ. П. Лазарсфельд, Р. Мертон // Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире. – М. : Аспект-пресс, 2000. – С. 138–149.



4. Синельникова Л. Н. Дискурс реагирования: неориторическая модель политической коммуникации / Л. Н. Синельникова // Ученые записки ТНУ им. В. И. Вернадского, Сер.: Филология. Социальные коммуникации. – Симферополь, 2013. – Т. 26 (65). – С. 293–299.
5. Гоготшвили Л. А. Непрямое говорение / Л. А. Гоготшвили. – М.: Языки славянских культур, 2006. – 716 с.
6. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм-ЭКМО, 2006. – 864 с.
7. Колесникова Г. И. Социальный механизм манипуляции сознанием личности / Г. И. Колесникова. – М.: Директ-Медиа, 2014. – 272 с.
8. Саплін Ю. Соціолінгвістичні функції українських неофіційних політичних номінацій / Юрій Саплін // Стиль і текст. – К., 2007. – Вип. 8. – С. 126–133.
8. Корольова В. В. Опініні номінації осіб у соціокультурному контексті (на матеріалі сучасних ЗМІ) / В. В. Корольова // Філологічні студії: Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. – Кривий Ріг: КДПУ, 2011. – Вип. 6. – С. 274–278.
9. Селіванова О. О. Прецедентна мотивація номінативних одиниць (на матеріалі української мови) / О. О. Селіванова // Філологічні студії: зб. наук. пр. / за заг. ред. проф. Л. А. Лисиченко. – Харків, 2009. – С. 129–139.
10. Мінкова О. Ф. Експресивний потенціал засобів вторинної номінації в мові новітньої української публіцистики / автореф. ... канд. філол. наук: спец. 10.02.01 – українська мова / Ольга Федорівна Мінкова /. – Запоріжжя, 2010. – 22 с.
11. Красных В. В. Этнопсихоллингвистика и лингвокультурология: курс лекций / В. В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.
12. Публицистика и информация в современном обществе / под ред. Г. Я. Соiglаника. – М.: МГУ, 2000. – 209 с.

Reference list

1. Gogotishvili L. A. Nepriamoe govorenje / L. A. Gogotishvili. – M.: Jazyki slavjanskikh kul'tur, 2006. – 716 s.
2. Kara-Murza S. G. Manipuljacija soznaniem / S. G. Kara-Murza. – M.: Algoritm-JeKSMO, 2006. – 864 s.
3. Kolesnikova G. I. Social'nyj mehanizm manipuljacji soznaniem lichnosti / G. I. Kolesnikova. – M.: Direkt-Media, 2014. – 272 s.
4. Korolova V. V. Otsinni nominatsii osib u sotsiokulturnomu konteksti (na materialii suchasnykh ZMI) / V. V. Korolova // Filologichni studii: Naukovyi visnyk Kryvorizkoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu. – Vyp.6. – Kryvyi Rih: KDPU, 2011. – S.274-278.
5. Krasnyh V. V. Jetnopsiholingvistika i lingvokul'turologija. Kurs lekcij / V. V. Krasnyh. – M.: Gnozis, 2002. – 284 s.
6. Lazarsfel'd P., Merton R. Massovaja kommunikacija, massovyje vkusy i organizovannoe social'noe dejstvie: Per. s angl. // Nazarov M. M. Massovaja kommunikacija v sovremennom mire. – M: Aspekt-press, 2000. – S. 138-149.
7. Minkova O. F. Ekspresyynyi potentsial zasobiv vtorynnoi nominatsii v movi novitnoi ukrainskoi publitsystyky / Olha Fedorivna Minkova // Avtoref. ... kand. filol. nauk, spets. 10.02.01 – ukrainska mova. – Zaporizhzhia, 2010. – 22 s.
8. Pochepcov G. G. Psihologicheskie vojny / G. G. Pochepcov. – M.: «Refl-buk», K.: «Vakler» – 2000. – 528 s.



9. Publicistika i informacija v sovremennom obshchestve / Pod red. G. Ja. Solganika. – M.: MGU, 2000. – 209 s.

10. Rizun V. V. Masy: Tekst leksii / V. V. Rizun. – K.: Vydavnycho-polihrafichnyi tsentr «Kyivskiy universytet», 2003. – 118 s.

11. Saplin Iu. Sotsiolinhvistychni funktsii ukrainskykh neofitsiinykh politychnykh nominatsii / Yurii Saplin // Styl i tekst. – Vyp. 8. – K., 2007. – S. 126-133.

12. Selivanova O. O. Pretsedentna motyvatsiia nominatyvnykh odynts (na materialy ukrainskoi movy) / O. O. Selivanova // Filolohichni studii: Zb. nauk. prats / Za zah. red. prof. L. A. Lysychenko. – Kharkiv, 2009. – S. 129-139.

13. Sinel'nikova L. N. Diskurs reagirovaniya: neoritoricheskaja model' politicheskoy kommunikacii / L. N. Sinel'nikova // Uchenye zapiski TNU im. V.I. Vernadskogo, Ser. «Filologija. Social'nye kommunikacii». – Simferopol', 2013. – Tom 26 (65). – S. 293-299.

Marynenko Iryna

Anthroponomical nominations of the politician as a mean of ruining the image

The article considers the issue of presentation of the enemy state political leader in mass media by the means of language units. During the military actions mass media play a very important role having the inclusive task to ruin the image of the invincible strong head of Russian Federation, and to represent him in ironic and sarcastic style. To a great extent the process of discrediting Putin's image in Internet media is going on with the help of stylistically marked anthroponyms. Thus the phonetic, word building and precisely stylistic means of creating the comic effect in nominations, which cause discretion to the image of the President of Russia are researched.

Keywords: nomination, anthroponym, language units, abbreviation, word composition, contamination, political image.

Мариненко Ирина

АНТРОПОНИМИЧЕСКИЕ НОМИНАЦИИ ПОЛИТИКА КАК СРЕДСТВО РАЗРУШЕНИЯ ИМИДЖА

Статья посвящена проблеме использования языковых средств презентации политического лидера вражеского государства на страницах масс-медиа. В период военных действий важную роль играют украинские средства массовой коммуникации, задание которых состоит, помимо прочего, в разрушении имиджа Владимира Путина как непобедимого и сильного главы Российской Федерации, в представлении его в ироническо-саркастической тональности. В значительной мере процесс подрыва доверия к президенту РФ в интернет-медиа происходит при помощи стилистически маркированных антропонимов. Рассмотрены фонетические, словообразовательные и собственно стилистические средства создания комичности в номинативах, которые приводят к дискредитации имиджа В. Путина.

Ключевые слова: номинатив, антропоним, речевые средства, аббревиация, сложение, контаминация, политический имидж.



Тетяна Чепурняк,

канд.філол.наук

УДК 821.161.2-92

ПОЕТИКА ФЕЙЛЕТОНІВ СТЕПАНА ВАСИЛЬЧЕНКА

У статті здійснено спробу дослідити специфіку фейлетонів Степана Васильченка, які було вперше опубліковано на сторінках видання «Рада» в 1914 р. Розглянуто фактологічну основу творів, яка є об'єктивним відображенням негативних явищ, подій, постатей тогочасної дійсності, що зумовлюють появу різних видів фейлетону: «проти явища», «проти особистості». Простежено спосіб авторської інтерпретації факту в зразках жанрової моделі.

Значна увага в дослідженні зосереджена на поетиці фейлетонів письменника, специфіку якої було виявлено під час поглибленого аналізу творів «Шевченкові легенди», «Осел і соловей» та «Сучасний романтизм». Зазначено, що автор у фейлетонах найчастіше використовує епітети, порівняння, персоніфікації.

Ключові слова: асоціація, епітет, комізм, сатиричність, персоніфікація,

Т факт, фейлетон.

Гене́за будь-якого жанру нерозривно пов'язана з певними чинниками. Поява ж фейлетону зумовлена розвитком газетної справи. Спершу він розглядався як місце для повідомлень (матеріали друкувалися «підвалами»), лише згодом термін стали вживати на позначення окремої жанрової моделі. Фейлетон відрізняється від інших жанрів, оскільки оперує формально-логічними та емоційними способами впливу на читача, оперативно відгукуючись на актуальні події, комічно перебільшуючи, сатирично загострюючи ситуацію. Дослідники (О. Волковинський, А. Волков, М. Гетьманець, І. Михайлин, В. Здоровега, Ю. Ковалів) розглядають фейлетон у системі художньо-публіцистичних жанрів і відзначають його невеликий обсяг, сатиричність та злободенний характер [1, с. 591; 2, с. 140; 3, с. 249; 4, с. 527]. А. Тертичний натовіст не вдається до конкретизації і називає фейлетон «засобом висміювання якогось зла» [5, с. 258]. Для цієї змістоформи характерний специфічний спосіб відображення дійсності, заснований на двох принципах її освоєння: мистецтві літератури і мистецтві публіцистики. Розгляд актуальної теми автор здійснює через викриття певної особи чи висміювання негативних фактів дійсності або явищ різної природи: соціально-політичного життя, побуту [2, с. 140, 342; 3, с. 249].

На початку ХХ ст. в українській періодиці термін «фейлетон» почав використовуватися на позначення своєрідного газетного жанру. Н. Герасимчук відзначає, що спочатку матеріали нагадували гумористичне, або сатиричне оповідання, в якому поєднувалися реальні факти і художня вигадка. Згодом його новою характерною ознакою стає діе-



вість, пов'язана з авторськими очікуваннями певного результату – швидке вживання заходів, формування громадської думки [6, с. 113]. Одним із засновників українського фейлетону вважається В. Самійленко, твори якого, за твердженням М. Рильського, «видаються і тепер зразком того жанру» [цит. за: 4, с. 527]. Н. Герасимчук вважає одним із основоположників фейлетону С. Єфремова, наголошуючи, що він «став по суті творцем нового різновиду «малого фейлетону» [7, с. 201]. Популяризації цього жанру в українській літературі значною мірою посприяли Остап Вишня, Кость Котко, І. Багрянний, С. Олійник, В. Чечвянський, О. Черногуз, Є. Дудар. До справи розвитку фейлетону долучився С. Васильченко, який неодноразово вдавався до творчих експериментів з малою формою. Літературознавці, журналістознавці (О. Волковинський, А. Волков, М. Гетьманець, І. Михайлин, В. Здоровега, Ю. Ковалів, Н. Герасимчук), окреслюючи ознаки жанрової моделі, здебільшого залишають поза увагою той факт, що у творчій лабораторії С. Васильченка наявні фейлетони [1; 2; 3; 4; 6]. Лише деякі дослідники розглядають фейлетони письменника в контексті його творчості, не аналізуючи їх композицію, стильові особливості, жанрову специфіку загалом. (А. Божук [8], Р. Дуб, В. Поліщук [9], З. Нестер [10], В. Олійник [11]). Таким чином, актуальність теми зумовлена недостатнім вивченням зазначених змістоформ українського письменника.

Хоча фактичний матеріал у фейлетоні займає центральне місце, проте, на думку О. Журбіної, велику роль відіграє все ж таки тон автора, наявний і певний суб'єктивізм у виборі факту [12, с. 353]. Унаслідок поєднання фактологічної основи і тематичних асоціацій, пов'язаних з нею, постає нова реальність, яка репрезентує світогляд певного автора і потребує детального вивчення, подекуди навіть декодування. Отже, мета дослідження – розкрити особливості поетики фейлетонів С. Васильченка, які свого часу були опубліковані на сторінках газети «Рада».

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких завдань:

- розглянути фактологічну основу змістоформ С. Васильченка;
- простежити спосіб авторської інтерпретації факту у фейлетонах;
- виявити особливості побудови фейлетонів, дослідити палітру зображально-виражальних засобів.

Методи дослідження. У дослідженні використано загальнонаукові методи аналізу і порівняння для окреслення жанрових ознак, зіставлення факту та його інтерпретації автором, проблемно-тематичний – для з'ясування тем і проблем, розкриття їх письменником, філологічний і типологічний – під час визначення специфіки поетики фейлетонів.

Результати й обговорення. Поява і розвиток фейлетону безпосередньо пов'язані з газетою, тому й не викликає подиву зацікавлення С. Васильченка цим жанром. Він був співробітником видання «Рада», яке за історію свого існування багато зробило для розвитку державницьких засад



української нації. Письменник прийняв запрошення від редакції попрацювати журналістом і протягом 1910–1914 рр. завідував відділом хроніки [13, с. 9]. Однак ще в листі до редакції від 2 вересня 1910 р. зауважував, що не впевнений, чи буде в змозі вести відділ фейлетонів [14, с. 22]. Згодом саме на сторінках цього періодичного видання вперше з'являються фейлетони С. Васильченка, в основу яких лягли факти тогочасної дійсності. Очевидно, він чітко усвідомлював значення фейлетонів для суспільства. Дослідниця О. Журбіна відзначає, що фейлетоніст нерідко виступає порадником і товаришем для читача, адже допомагає орієнтуватися в складних суспільних, політичних питаннях [12, с. 347].

Як відомо, підготовку до створення твору означеного жанру автор розпочинає із пошуку «так званого “фейлетонного факту”» [5, с. 262], а згодом розкриває його через яскравий сатиричний образ (основу для твору також може складати сукупність фактів). Появу документального фейлетону «Шевченкові легенди» зумовили події 1914 р., коли тривала підготовка до відзначення 100-річчя з дня народження Т. Г. Шевченка. Царський уряд заборонив святкування ювілею. У спогадах С. Васильченко так потрактував усі події: «Україна готувалася до бучного ювілею, і він мав би вилитися в таке всенародне свято, якого ще до того часу не знала Україна; влада це бачила і вжила заходів: всякі святкування, навіть панахиди, були суворо заборонені» [15, с. 83]. Однак, усе-переч цьому відбувалися шевченківські концерти, вистави, масові мітинги, поліція ж заарештовувала учасників демонстрацій, конфісковувала твори поета (в лютому згідно з постановою Київського тимчасового комітету у справах преси, на підставі статті карного статуту було накладено арешт на нове видання «Кобзаря», тому поліція конфіскувала близько 10 тисяч примірників в друкарні А. Гросмана, на квартирі видавця та в книгарнях [16, с. 420]. Натомість газета «Рада» на своїх сторінках розповідала про життя Т. Шевченка, роз'яснювала читачам роль творчості Кобзаря. Видання опублікувало «Заяву голові ради міністрів з приводу заборони майбутнього вшанування пам'яті поета Шевченка», висловило міркування про необхідність спорудження пам'ятника поетові; ювілейній даті присвячувалися не лише окремі публікації, а й навіть номери [17, с. 237].

С. Васильченко у фейлетоні висміяв дії царської влади та членів чорносотенного «Союзу руського народу», які намагалися по-хуліганськи зірвати святкування Шевченкового ювілею. Сукупність подій формують текстову канву фейлетону і позначаються на композиції: три епізоди, які тематично пов'язані між собою, а єднає їх постать Т. Шевченка. У них автор зосереджує увагу на діях, що є протестом проти відзначення ювілею Кобзаря. В. Олійник свого часу зауважував, що у творі «Шевченкові легенди» «дійсне і фантастичне ідуть поруч, тим самим заго-стріючи ідею твору» [11, с. 118]. Це властиво формозмістовій специфіці



твору, оскільки фейлетон хоч і має бути достовірним, але не буде дієвим без елементів художнього вимислу, сприйматиметься як інформаційний жанр, демонструючи переказ фактів. До прикладу, ввечері чорносотенець із острахом підкрадається, вичікує момент, щоб навколо нікого не було, набирає бота і кидає його на великий гіпсовий бюст Кобзаря, однак сталася метаморфоза, яку письменник передає через персоніфікації, епітети, метонімію: «...бризки брудної грязі, не долетівши до бюста, спинилися в повітрі, заясніли синьою хмаркою і свіжими синіми волошками посипалися на задумане чоло поета» [16, с. 365]. Автор використовує стилістичну фігуру плеоназм «бризки брудної грязі» для досягнення емоційного ефекту. Чорносотенця письменник то називає «фігурою», що дивилася на людей, визначальними рисами якої стають «союзницький значок» та злі очі, що виблискують у темряві, то використовує перифразу «значок». С. Васильченко зосереджує також увагу на погляді чорносотенця: «Злими огниками раз по раз яскрилися лихі очі» [16, с. 365]. Автор протиставляє йому «лагідний задуманий блиск юрби після споглядання бюста». У формі «хвилини мовчання» виражена шана до поета, це своєрідний прояв поваги, що зумовлено тогочасними суспільними умовами.

У другій частині йдеться про шалений ажіотаж, спричинений швидким розповсюдженням ювілейного номера газети з портретом Т. Шевченка. Надвечір публіка метушилася по вулицях у пошуках видання. Юнак у новій парадній студентській формі скуповує у хлопця принесені примірники, не зважає на прохання перехожого продати кілька і на очах обурених людей рве на клаптики. Хтось констатує, що це член другої чорносотенної частини київського студентства. Вона допомагала поліції і звалася «академістами». С. Васильченко так окреслює спектр їхньої діяльності: «...били вікна в редакції української газети, вихвачували з рук і рвали портрети Шевченка, бюсти, що стояли у вітринах, обкидали гряззю» [15, с. 84]. Письменнику був відомий факт скуповування і нищення академістами примірників ювілейного номера періодичного видання, клаптики якого люди брали на згадку про цей день. С. Васильченко пропонує реципієнтові ситуацію, вирішальну роль в якій відіграє академіст: цей типовий образ допомагає відтворити загальну атмосферу описуваної доби. Письменник удається до художнього вимислу: клаптики фантастичним способом зникають, натомість уся вулиця встелена вже цілими номерами газети. Стурбованість, напруженість суспільної атмосфери передано короткими окличними реченнями, які посилюють враження від вчинку академіста, що демонструє зневагу до постаті Т. Шевченка.

Третя частина, як і друга, побудована переважно на діалогах, однак охоплює події, які відбуваються вночі і стимульовані вірою в надприродні можливості Т. Шевченка: наче ще за життя він вдавався до ха-



рактерництва – «перекидався птицею й тоді ще з неволі прилітав бунтувати малоросійських людей», а тепер збирається опівночі прилітати з хмари на розмову і падати у вигляді «чистої роси». Молоді городовики довідалися про це від старшого, який зачитав поетичні рядки, написані на казенному папері. Вони слугують для них незаперечним доказом, який до того ж потрібно тримати в цілковитій таємниці. Парадоксальним є те, що рядки з поеми «Сон» Т. Шевченка сприймаються як загроза навіть після смерті Кобзаря і потрактовуються буквально, що демонструє страх влади перед постаттю поета, його роллю в суспільному житті. Тому вночі в міському скверіку десять городових і старший проти місяця простелили рядна та вичікують. Сміх викликає їхня обережність і старанність, що зображено гротескно: говорять тихо, час від часу поглядають на небо і перестеляють рядна рівніше, ховаються за кущами, а отже, розглядають цю справу як свій обов'язок. Персоніфікованою постає хмара, яка пливе по небу «крадькома, озируючись на всі боки» [16, с. 367]. Автор для її зображення послуговується епітетами «біла, легесенька хмарка», порівнянням «хмарка, як сам білий сон». Її неквапливий рух письменник порівнює із тихою ходою матері зі свічкою понад сонними дітьми. Фантастичною і подекуди містичною може сприйматися поява під хмарию сліз-перлів, що стає підтвердженням пророчих слів. Комізм ситуації посилює останнє речення фейлетону, що містить іронію: «Кажуть, що другого дня на світанку йшли баби з молоком на базар і бачили, як несли городовики в участок повнісінькі рядна» [16, с. 368]. На думку З. Нестер, саме «елементи фантастики, перебільшення... наближають сатиричний прийом С. Васильченка до подібних прийомів Гоголя і Салтикова-Щедріна» [10, с. 99]. У такий спосіб С. Васильченко висміяв страх царської жандармерії перед силою слова Кобзаря, у глузливо-іронічному світлі показав нікчемність царських прислужників, їх бездумну віру в «казенну бумагу». Остання частина посилює абсурдність вчинків, зумовлених побоюванням національних заворушень, згуртованості, поштовхом до чого могло б стати вшанування 100-річчя від дня народження Т. Шевченка. Варто зауважити, що кожен епізод розпочато з опису доби («звечоріло», «надвечір», «ніч», повний місяць), таким чином створюється своєрідний трамплін для розгортання подій. У фейлетоні переважають художні елементи, тому його визначаємо як белетристичний.

С. Васильченко проявляє інтерес до інших сфер життя. У 1914 р. на сторінках газети «Рада» публікуються й інші фейлетони С. Васильченка «Осел і соловей» та «Сучасний романтизм» за підписами Вітер та С. Венко. Вони містять підзаголовок «Маленький фейлетон», який використовують на позначення «окремого жанрового різновиду» [1, с. 591]. Virізняється така змістоформа з-поміж інших глибиною осмислення факту, лаконізмом, влучністю слова [12, с. 309]; має на меті встановити



відповідний кут сприйняття матеріалу для читача. Фейлетон «Осел і соловей» можна визначити як проблемний, «проти явища», оскільки висміюється намагання спрямувати розвиток українського реалістичного театру в русло «каскадного гопака». Звернення ж С. Васильченка до аналізу театрального мистецтва є не поодиноким, адже письменник неодноразово репрезентував читачам рецензії на вистави (збереглися здебільшого аналітичні матеріали про діяльність української трупи М. Садовського). У прозовий текст, як і у фейлетоні «Шевченкові легенди», включено віршові фрагменти. Вони конкретизують, підсилюють основну думку, допомагають візуалізувати ситуацію. С. Васильченко неодноразово послуговується рядками байки «Осел і соловей», запозичує заголовок для власного твору, підкреслюючи тотожність ситуацій XIX і XX ст. Письменник розпочинає фейлетон без преамбули, одразу констатуючи події: у місті Вінниці в місцевому театрі відбулася інсценізація байки, однак виявляється, що вона лише допомагає відтворити подію; йдеться не про нову сценічну постановку, алегоричне зображення лише вторить ситуації. С. Васильченко називає твір іншого автора як «ця відома байка», не вказуючи ні її назву, ні автора – Леоніда Глібова. Однак відгадка наявна у заголовку і цитованих віршових фрагментах, що допомагають розкодувати ім'я байкаря. У ролі солов'я виступає трупа М. Садовського, в ролі «критика» – місцева газета, горобці – вінницька молодь. Метушлива публіка асоціюється в авторській уяві з індиками (С. Васильченко вживає діалектизм «гиндики»). Письменник, використовуючи епітети і персоніфікацію, сатирично змальовує панів і пан: «Навіть схилили голови на спинки стільців тупі, м'ясисті лоби... Навіть там затремтіли деякі ознаки живої думки» [16, с. 372]. В уста редактора, що був одним із глядачів, письменник вкладає репліки Осла із байки, подаючи такий асоціативний зв'язок:

Та коли б нашого наслухав півня,

Тоді б ще краще заспівав;

Хоч він тобі не рівня,

А все-таки хоч трохи б перейняв... [16, с. 372].

Такі висновки робить і працівник газети: виконання визначено як задовільне, далеке від виконання трупи Прохоровича, недолік – відсутність гопаків. Авторське ставлення до персонажа виражене відповідною лексикою, яка водночас характеризує тон мовлення редактора: «пробурчав», «бубонів». Газета є повним віддзеркаленням її редактора (алегоричний образ Осла з байки), тому письменник іменує її як «місцевий “Ослячий голос”». Публіку автор називає «цвілими міськими обивателями», однак навіть вони здатні оцінити майстерність виконавців, які демонстрували найкраще зі свого репертуару. Аргументом слугує поведінка публіки: молодь замовкла і слухає нові пісні, а пани й пані стали більш зосередженими, навіть перестали лузати насіння. Діяльність ви-



конавців свідчила на користь того, що «український театр вийшов-таки з залятого кола балаганщини й гопаків і розцвітає чудовою, своєрідною, культурною квіткою» [16, с. 371]. Автор зазначає, що ця подія є живою ілюстрацією до відомої байки; нею педагоги можуть послуговуватися під час розгляду творів Л. Глібова. Однак для самого С. Васильченка байка є алегоричним вираженням подій сучасності.

Документальним, «проти особистості», є фейлетон «Сучасний роман-тизм», заголовок якого виражає ідею всього матеріалу. В образі «старця» письменник зобразив Григорія Распутіна, фаворита царської сім'ї, критично осмислюючи роль цього чоловіка в суспільстві. Улітку 1914 р. на нього було вчинено замах, що зумовило появу низки публікацій, ключовою постаттю в яких виступав Распутін. Перед аудиторією він постав у негативному світлі через негідні вчинки, що було виявлено під час проведення розслідування; про це повідомлялось у періодичних виданнях. Письменник у зачині сам визначає причини свого зацікавлення цією неоднозначною особою: «Ще не встиг я розібратися у всіх думках і почуттях, які зграями налинули до мене, коли став перечитувати газетні звістки про всю цю бучну оказію» [16, с. 373]. Газетні публікації спонукають автора до асоціацій: він згадує Гриця, коханого Марусі Чурай, «дівчини з легенди», цитує рядки з народної пісні, в якій мовиться про плач дівчат за хлопцем. Письменник, визначаючи обох чоловіків як «жіночих улюбленців», Распутіна називає «кумиром сучасних дівчат та молодих найвищих аристократичних салонів», «безрогим суперником». Однак інша часова площина характеризується своїми ознаками: романтизм, у центрі якого незвичайний, схильний до бурхливих переживань, пристрастей герой, тепер, за визначенням автора, «ви-вітряється», що спровоковано тогочасною культурою, постає в нерозривному зв'язку з аристократами.

Українського Гриця прославило кохання жінки, яке образно, із захопленням описує автор, вживаючи епітети і персоніфікацію: воно і ніжне, і чарівне; образ улюбленця «на легеньких крилах жагуче-смутої мелодії підняла над віками» [16, с. 374]. На противагу цьому почуттю протиставляє спотворене сучасністю поняття любові, що відтворено зневажливим тоном автора: «Настільки ж виявилась великою силою й сила романтичного жиру теперішніх салонних баринь, що виперла на широку арену, перед очі всього світу, як одного з «вершителей судеб» великого народу цю потвору...» [16, с. 374].

Невідповідною є поведінка аристократок: бігають, допитуються. Письменник насміхається з їхньої довірливості через зіставлення знань Григорія і білого бика (останньому на ім'я Апіс поклонялися в давньоєгипетських храмах). Першопричини проблеми С. Васильченко віднаходить не в постаті Григорія, а в нікчемності, слабкості чоловіків, братів, батьків, які не мають впливу на жінок. Їхня бездіяльність призводить



до появи схожих постатей: «...В народній череді завжди знайдеться Апіс для аристократичних салонів» [16, с. 374]. Пісенний образ Гриця поступається Григорію, який стає уособленням небезпеки, лихих намірів.

С. Васильченко творить різні види фейлетонів за тематикою (розглядає соціальні, культурно-мистецькі питання), за способом осмислення дійсності (документальні, проблемні («проти явища»), белетристичні (художні), «проти особистості»). Для фейлетонів письменника, що свого часу були опубліковані на шпальтах періодичного видання «Рада», характерна фактична основа, певні асоціації. С. Васильченко опирається на факти об'єктивної реальності, які характеризуються парадоксальністю, тобто містять протиріччя між вчинком і здоровим глуздом, що простежено на прикладі творів «Шевченкові легенди», «Осел і Соловей». Він гостро і мобільно реагує на негативні події, явища тогочасної дійсності (замах на Григорія Распутіна і викриття його особи, становище українського театру, заходи, спрямовані проти відзначення 100-річчя з дня народження Т. Г. Шевченка). Письменник аналізує та інтерпретує їх, розкриває комічну суть, сатирично загострює, перебільшує ці явища.

С. Васильченко вдається до художньо-фантазійного обрамлення фактів, реалізуючи публіцистичний задум і чітко визначаючи свою позицію. Отже тон оповіді іронічний, сатиричний, безкомпромісний, виражає зневагу до носіїв негативних рис, виявом чого слугує відповідна емоційно забарвлена лексика для вираження негативної оцінки. У заголовках фейлетонів закладена ідея, образний ключ, підхід автора, своєрідний присуд явищу, підзаголовки ж свідчать про належність твору до жанрової моделі («маленький фейлетон») і визначають кут сприйняття матеріалу. Серед палітри зображально-виражальних засобів автор віддає перевагу епітетам, персоніфікації, подекуди використовує порівняння. Прозовий текст фейлетонів письменник інкрустує віршовими фрагментами з байки Л. Глібова «Осел і соловей», поеми Т. Шевченка «Сон», народної пісні. Наводячи поетичні рядки, він пропонує своєрідну загадку реципієнтові (не зазначає назви твору чи імені автора, описово намагає на образи) і водночас засвідчує свою ерудованість.

Висновки. Отже, фейлетони С. Васильченка відзначаються сатиричністю, злободенним змістом, невимушеною композицією, подекуди гострою тональністю оповіді, образністю, художнім вимислом.

Автор висловлює подяку О. С. Волковинському, доктору філологічних наук, професору, завідувачу кафедри журналістики Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, а також іншим колегам університету за допомогу в підготовці цієї публікації,

ЛІТЕРАТУРА

1. Волковинський О. Фейлетон / Олександр Волковинський, Анатолій Волков // Лексикон загального та порівняльного літературознавства / [за ред. А. Вол-



- кова, О. Бойченко та ін.]. – Чернівці : Золоті литаври, 2001. – С. 591–592.
2. Гетьманець М. Ф. Сучасний словник літератури і журналістики / М. Ф. Гетьманець, І. Л. Михайлин. – Х. : Прапор, 2009. – 384 с.
3. *Здоровега В. Й.* Теорія і методика журналістської творчості : підручник / Володимир Здоровега. – 2-ге вид., перероб. і допов. – Львів : ПАІС, 2004. – 268 с.
4. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / [авт.-уклад. Ю. І. Ковалів]. – К. : Академія, 2007. – Т. 2 : М (Маадай-Кара) – Я (я-форма). – 624 с.
5. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учебн. пособ. / А. А. Тертычный. – М. : Аспект Пресс, 2000. – 312 с.
6. *Герасимчук Н.* Різновиди фейлетону (досвід французької та української преси) / Н. Герасимчук // Журналістика : науковий збірник / голов. ред. Н. М. Сидоренко. – К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2011. – С. 109–116.
7. *Герасимчук Н. Г.* Фейлетони Сергія Єфремова на сторінках «Громадської думки» / Н. Г. Герасимчук // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник / за ред. В. В. Різуна. – К., 2012. – Жовт.-груд. – Т. 49. – С. 199–201.
8. *Божук А. О.* Постаєть Т. Г. Шевченка у драматургії та новелістиці С. Васильченка / А. О. Божук // Культура народів Причорномор'я. – 2011. – № 206. – С. 34–36.
9. *Дуб Р. Й.* Вивчення творчості Степана Васильченка : посібник для вчителів / Р. Й. Дуб, В. М. Поліщук. – К. : Рад. школа, 1984. – 96 с.
10. *Нестер З. М.* Гумор і сатира в творчості С. Васильченка / З. М. Нестер. – К. : Вид-во АН УРСР, 1962. – 152 с.
11. *Олійник В. П.* Творчість Степана Васильченка / В. П. Олійник. – К. : Вища школа, 1979. – 207 с.
12. *Журбина Е. И.* Теория и практика художественно-публицистических жанров (Очерк. Фельетон) / Е. И. Журбина. – М. : Мысль, 1969. – 399 с.
13. *Хропко П. П.* З віру народного життя [До 100-річчя з дня народження Степана Васильченка] / П. П. Хропко. – К. : Знання Української РСР, 1979. – 48 с.
14. *Шумило Н. М.* Проза Степана Васильченка (Питання поетики) / Н. М. Шумило. – К. : Наукова думка, 1986. – 239 с.
15. *Васильченко С. В.* Твори : в 4 т. / Степан Васильченко. – К. : Видавництво Академії наук Української РСР, 1960. – Т. 4. – 456 с.
16. *Васильченко С. В.* Твори : в 4 т. / Степан Васильченко. – К. : Видавництво Академії наук Української РСР, 1959. – Т. 1. – 424 с.
17. *Крупський І.* Українська щоденна газета Наддніпрянщини «Рада» (1906–1914 рр.): Типологічна характеристика видання, проблематика газетно-публіцистичних виступів / І. Крупський // Вісник Львівського університету. Сер.: Журналістика. – 2004. – Вип. 25. – С. 231–239.

Reference list

1. Volkovynskyi O. Feileton / Oleksandr Volkovynskyi, Anatolii Volkov // *Leksykon zahalnoho ta porivnialnoho literaturoznavstva* [za red. A. Volkova, O. Boichenka ta in.]. – Chernivtsi: Zoloti lytavry, 2001. – S. 591–592.
2. Hetmanets M. F. Suchasnyi slovnyk literatury i zhurnalistyky / M. F. Hetmanets, I. L. Mykhailyn. – Kh. : Prapor, 2009. – 384 s.
3. Zdoroveha V. I. Teoriia i metodyka zhurnalistykoï tvorchosti : pidruchnyk /



- Volodymyr Zdoroveha. – 2-he vyd., pererob. i dopov. – Lviv: PAIS, 2004. – 268 s.
4. Literaturoznavcha entsyklopediia : u 2 t. / [avt.-uklad. Iu. I. Kovaliv]. – K. : Akademiia, 2007. – T. 2 : M (Maadai-Kara)–Ia (ia-forma). – 624 s.
5. Tertychnyj A. A. Zhanry periodicheskoy pechati : uchebnoe posobie / A. A. Tertychnyj. – M. : Aspekt Press, 2000. – 312 s.
6. Herasymchuk N. Riznovydy feiletonu (dosvid frantsuzkoi ta ukrainskoi presy) / N. Herasymchuk // Zhurnalistyka : naukovi zbirnyk / holov. red. N. M. Sydorenko. – K. : Instytut zhurnalistyky KNU imeni Tarasa Shevchenka, 2011. – C. 109–116.
7. Herasymchuk N. H. Feiletony Serhiia Yefremova na storinkakh «Hromadskoi dumky» / N. H. Herasymchuk // Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky : naukovi zbirnyk / za red. V. V. Rizuna. – K., 2012. – T. 49. – Zhovt.–hrud. – S. 199–201.
8. Bozhuk A. O. Postat T. H. Shevchenka u dramaturhii ta novelistytsi S. Vasylenka / A. O. Bozhuk // Kultura narodov Prychernomoria. – 2011. – № 206. – S. 34–36.
9. Dub R. I. Vyvchennia tvorchosti Stepana Vasylenka : posibnyk dlia vchyteliv / R. I. Dub, V. M. Polishchuk. – K. : Rad. shkola, 1984. – 96 s.
10. Nester Z. M. Humor i satyra v tvorchosti S. Vasylenka / Z. M. Nester. – K. : Vyd-vo AN URSSR, 1962. – 152 s.
11. Oliinyk V. P. Tvorchist Stepana Vasylenka / V. P. Oliinyk. – K. : Vyshcha shkola, 1979. – 207 s.
12. Zhurbina E. I. Teoriia i praktika hudozhestvenno-publicisticheskikh zhanrov (Ocherk. Fel'eton) / E. I. Zhurbina. – M. : Mysl', 1969. – 399 s.
13. Khropko P. P. Z vyru narodnoho zhyttia [Do 100-richchia z dnia narodzhennia Stepana Vasylenka] / P. P. Khropko. – K. : Znannia Ukrainkoi RSR, 1979. – 48 s.
14. Shumylo N. M. Proza Stepana Vasylenka (Pytannia poetyky) / N. M. Shumylo. – K. : Naukova dumka, 1986. – 239 s.
15. Vasylenko S. V. Tvory : v 4 t. / Stepan Vasylenko. – K. : Vydavnytstvo Akademii nauk ukrainskoi RSR, 1960. – T. 4. – 456 s.
16. Vasylenko S. V. Tvory : v 4 t. / Stepan Vasylenko. – K. : Vydavnytstvo Akademii nauk ukrainskoi RSR, 1959. – T. 1. – 424 s.
17. Krupskiy I. Ukrainska shchodenna hazeta Naddnyprianshchyny «Rada» (1906–1914 rr.): Typolohichna kharakterystyka vydannia, problematyka hazetno-publitsystychnykh vystupiv / I. Krupskiy // Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia zhurnalistyky. – 2004. – Vyp. 25. – S. 231–239.

Chepurniak Tetiana

Poetics of feuilletons by Stepan Vasylenko

There is an attempt to study the peculiarity of Stepan Vasylenko's feuilletons, published firstly in 1914 on the pages of edition "Rada". Factual basis of content forms is examined being an objective reflection of negative phenomena, events, figure of that time reality, which cause the emergence of different types of feuilletons: "against phenomenon", "against personality". The method of author's interpretation of the fact in the examples of genre model is observed.

In the research the considerable attention is focused on the poetics of writer's feuilletons, the specific of which was found out during the deep analysis of the works "Shevchenko's legends", "Donkey and Nightingale" and "Modern romanticism".



Therefore, Stepan Vasylchenko's feuilletons are characterized with satire nature, actual content, easy composition, sometimes sharp tone of narrative, imagery, artistic fiction. S. Vasylchenko includes into prosaic text the verse fragments, creating a reality full of associations. It turns out that mainly the author uses epithets, similes, personifications in the feuilletons.

Keywords: association, epithet, comicality, satire nature, personification, fact, feuilleton.

Чепурняк Татьяна

ПОЭТИКА ФЕЛЬЕТОНОВ СТЕПАНА ВАСИЛЬЧЕНКА

В статье предпринята попытка исследовать специфику фельетонов Степана Васильченко, которые впервые были опубликованы на страницах издания «Рада» в 1914 г. Рассмотрена фактологическая основа произведений, которая является объективным отражением негативных явлений, событий, персоналий тогдашней действительности, предопределяющих появление разных видов фельетона: «против явления», «против личности». Прослежен способ авторской интерпретации факта в образцах жанровой модели.

Особое внимание в исследовании сосредоточено на поэтике фельетонов писателя, специфика которой была определена во время углубленного анализа произведений «Шевченковые легенды», «Осел и соловей» и «Современный романтизм». Указано, что автор зачастую в фельетонах использует эпитеты, сравнения, персонификации.

Ключевые слова: ассоциация, эпитет, комизм, сатиричность, персонификация, факт, фельетон.



Валентина Аксьонова,
аспірант

УДК 81' 276:351.858:316.77

ТРАНСФОРМАЦІЯ МОВНОСТИЛІСТИЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ КОНТЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА В КОНТЕКСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО ЄДНАННЯ

Завдання мови – описувати все, що з'являється і відбувається в суспільстві. Аналіз наукової літератури дав можливість виявити низький рівень уваги дослідників до особливостей мовного репрезентування політичних подій у країні кінця 2013 – початку 2015 рр. У статті про-аналізовано лексичну систему матеріалів українських медіа, що присвячені висвітленню подій на Євромайдані, війни на Сході України. Встановлено факт збагачення активної лексики української мови новотворами, лексема-ми з оновленим значенням, виявлено специфіку негативного або позитивного маркування повідомлень. Досліджено механізми формування настроєві, ідеологічної домінанти для сприйняття тексту.

Ключові слова: сленг, неологізми, слова з оновленим значенням, то-поніми, евфемізми, риторичні фігури, стилістичні тропи.

Глобальні соціальні та політичні катаклізми і високий рівень напруги в українському суспільстві, пов'язані з «Революцією гідності», окупацією Криму, частини Донецької та Луганської областей, стали значним випробуванням української нації на державність, національну ідентичність, людську самосвідомість, спричинили радикальні трансформації, кардинально змінили тематичну і мовну риторику медіапростору. Дослідники наголошують, що «інформаційний простір, своєю чергою, стає додатковим гравцем у фактологічному, інтерпретаційному протистоянні суб'єктів. Від правдивості, точності та об'єктивності поданої інформації залежить самовизначення, ідентифікація та відповідне тлумачення подій громадянами, а надто – і їх подальша стратегія дій. За таких обставин роль медіа складно переоцінити. Тенденційне, неповне, неправдиве чи патріотично обумовлене висвітлення подій дає підстави для різких змін настроїв аудиторії, кардинальної підміни ідеалів чи ціннісних орієнтирів у соціальному житті» [1]. Згенерована ними проблематика щільно концентрується в просторі ідей і часто програмує вектор системних змін, призводить до підвищення значеннєвої ємності мас-медіа, модернізуючи їх мовну практику, що і зумовлює актуальність дослідження.

Більшість розглянутих у процесі підготовки наукової статті матеріалів присвячені вивченню ролі ЗМІ під час висвітлення подій «Революції гід-



ності» та збройного конфлікту на Сході України. За жанром – це аналітичні статті («Регіональні медіа – висвітлення подій чи промивання мізків?», «Висвітлення «Євромайдану» – індикатор об’єктивності українських ЗМІ», «Інтернет-ЗМІ визнано найоб’єктивнішим джерелом інформації про Майдан»), інтерв’ю медіа експертів про специфіку висвітлення зазначених подій у ЗМІ (П. Боболович: «Протистояння в Києві йде не за тими етичними принципами, що діяли раніше на війнах»), експертні та соціологічні опитування («Моніторинг об’єктивності засобів масової інформації щодо подій на Євромайдані», «Як джинсувала місцева преса у листопаді 2013–го» (моніторинг проведений Українським освітнім центром реформ)).

У незначній їх частині увага зосереджена на вивченні варіантів оновлення мови через впровадження, видозміну, оновлення лексем, морфем, синтаксичних конструкцій: Н. Поліщук «Термінологічна лексика Майдану (на матеріалах газет «Дзеркало тижня», «Українська правда», «Газета по-українськи», «Високий Замок»», М. Малафей «Лексичні новотвори як репрезентанти новітніх політичних подій (на матеріалі мовлення Євромайдану)», В. Іванов, О. Сovenko «Війна у медіа та медіавійна: експертна оцінка різних аспектів висвітлення воєнних подій на Сході в українських медіа (вересень 2014 р.)», Н. Клушина «Мовні механізми формування оцінки у ЗМІ», А. Козака «Революційний сленг на прикладі мови Євромайдану». А. Козак переконана, що «у контексті сучасних суспільно-політичних трансформацій, актуальним є осмислення джерел формування, поширення та впливу новотворів Євромайдану на суспільні настрої» [2, с. 57]. Вважаємо за необхідне розширити коло досліджуваних явищ і запропонований авторами часовий проміжок. Загалом, попри наявність низки досліджень з цієї тематики необхідно констатувати, що дослідники недостатньо уваги приділили вивченню мовностилістичного аналізу контенту ЗМІ під час висвітлення революційних подій та воєнних дій з урахуванням сучасних суспільних трансформацій, що спричинили необхідність національного єднання.

Мета дослідження полягає у виявленні мовностилістичних особливостей українських медіа в контексті аналізу їх контенту з позицій формування ідеї національної єдності.

Методи дослідження. Поставлена мета може бути досягнута завдяки використанню аксіологічного (з’ясування значущості тих чи тих явищ, символів, кодів медіакультури для суб’єктів медіаспоживання), описового методів (здійснення аналізу лексичних та фразеологічних одиниць і пояснення особливостей їх будови й функціонування) та контекстуального аналізу.

Результати й обговорення. Мова – це унікальне середовище, що оновлюється, модернізується, реагує на потреби соціуму, створюючи для нових явищ, подій, героїв унікальні лексичні одиниці на їх позначення. Не



стали винятком і події в Україні у 2013–2015 рр., які, для українських мас-медіа, були періодом перевірки на дотримання професійної етики, культури висвітлення подій, уміння працювати у екстремальних умовах і здатності правдиво висвітлювати інформацію. Ставлення до міри інтенсивності оновлення мови у дослідників різне. «Мовцєві треба висловити своє ставлення до того, що відбувається, назвати нові явища, реалії, процеси. Останні півроку, звичайно, активізували мовотворчість, але навряд чи рекордно порівняно, скажімо, з Помаранчевою революцією» [3]. Висловлене О. Хмельовською судження щодо кількості новотворів у мові пов'язаних з подіями в українському суспільстві є лише авторським суб'єктивним припущенням і потребує подальшого ретельного вивчення.

З метою визначення особливостей висвітлення даної теми у всеукраїнських друкованих засобах масової інформації для аналізу було обрано п'ять видань (газети «День», «Дзеркало тижня», «Факти» та журнали «Фокус», «Корреспондент»). Тематика їх статей різноманітна – це і думки очевидців подій, і експертні оцінки наслідків протистояння влади та Євромайдану, анексії Криму, збройного конфлікту на Сході для українського суспільства. Кількість журналістських матеріалів про події на Євромайдані, розміщених у досліджуваних виданнях, подана у табл.1.

Період виходу		Кількість матеріалів про Євромайдан			
Назва видання	День	Корреспондент	Дзеркало тижня	Фокус	Факти
Листопад 2013р.	62	2	8	4	32
Грудень 2013р.	169	5	32	17	45
Січень 2014р.	74	5	18	10	43
Лютий 2014р.	87	11	19	7	12



Таблиця 1. Кількість матеріалів про Євромайдан

Інформація отримана у результаті вивчення контенту друкованих видань з листопада 2013 по лютий 2014 рр. засвідчила, що журналісти зайняли активну позицію у висвітленні подій щодо протестного руху в Україні після невідпідписання угоди про євроінтеграцію та розгону студентів на Майдані. З кількісного аналізу випливає, що найбільший пік уваги припав на грудень 2013 р. Якісне вивчення текстів дає змогу констатувати, що мова відіграє має значення для визначення позицій журналістів стосовно влади і протестувальників. Часто вживаються слова страйк, народний спротив, коридор ганьби, народна мобілізація, нагнітання ситуації, бари-кади, Майдан, регіональні майдани, беркут, протестувальники, революція, диванна сотня, тітушки, сотник, майданутий. Кожне з них має свою етимологію та є або актуалізованими лексемами, або новотворами. Останні з'являються під впливом суспільно-політичного конфлікту, М.Малафей, досліджуючи новотвори періоду існування Євромайдану, зазначає: «Коли багато людей, зовсім різних за віком, статтю та соціальним станом, збираються разом зі спільною метою і тривалий час перебувають у тісному контакті одне з одним, цілком очевидним стає утворення нових мовних форм. Лексика поповнюється неологізмами, поширюються колись невідомі загальнодіалектизми, крилаті вислови набувають нового значення» [5, с. 204]. Мовознавці наголошують на потребі виокремлювати власне лексичні та семантичні неологізми. Першу групу становлять лексеми утворені складанням основ та суфіксальним способом, де основою стають слова майдан, Євро: Євромайдан, Єврореволюція, Єврорух, майданівці, майдани, майданути, автомайдан, антимайдан. До другої групи слів з оновленим або розширеним зараховує такі: Майдан, Революція гідності, Революція 2013 року, Небесна сотня, бандерівець, жидобандерівець, самооборона. Найчастіше каналами творення лексем цього періоду стають соціальні мережі, традиційні ЗМІ та онлайн-медіа. Дослідники наголошують на високій активності мережевого середовища у лексикотвірному процесі.

До того ж необхідно засвідчити, що в результаті аналізу мови журналістських текстів було виявлено культивування мовною практикою біполярного існування низки лексем, негативне або позитивне забарвлення яких залежить від ідеологічної позиції мовця: беркут, внутрішні війська, тітушки, правосеки, спецпризначенці.

У цей період значущого соціального, суспільного, ідеологічного значення набувають такі лексеми та вислови: національна гордість, воля, слава, єдність, єднання, гідність, герої не вмирають, допомога, які отождосяються з прагненням народу до кращого життя, справедливості, взаємодопомоги, співчуття, відродженням національної гідності, повернення державності, героїзації сьогодення. Символічного наповнення набуває слоган «Єдина країна», що став ключовим для каналу «1+1», та слоган «Україна – понад усе!», культивований



«5 каналом».

Під час війни на Сході України мова зазнала ще більшої трансформації: з'явилися численні новотвори (жидобандерівець, нацгвардія, ввіч-ливі зелені чоловічки. АТОноміка), лексеми здобули багатозначність (укроп, колорад, кіборги, ватник) та додаткове негативне маркування (Лу-ганда, Лугандон, Донбабве, сепарат, київська хунта, няша). Також відбу-лась активна міграція лексики з мовної периферії до центру (сотник, народний спротив, вимушені переселенці, окуповані території, обстріл, воєнні дії, котел). Негативне маркування формува-лось за допомогою різ-них способів словотвору (Луганда, Донбабве, майданутий) або заклада-лось у значеннєве наповнення лексем (київська хунта, золотий батон). У цей період до активного ужитку ввійшли ретронеологізми, що Ю. Ше-вельов назвав «відродженими», а Л. Струганець «актуалізованими» [6], які були поширеними за часів радянської дійсності і переносяться на реалії сьогодення: фашисти, хунта, карателі, захисники Донбасу, націонал-фашисти, ополченці, орда. Їх відродження пов'язане з низькою продук-тивністю словотворення російської пропаганди. Л. Рубінштейн, аналізую-чи мову засобів масової інформації Росії та України переконаний у поси-ленні агресивного забарвлення лексем. «Особливо у риториці офіційної пропаганди взагалі не враховується первісне значення слів. Ними кори-стуються не як знаками обміну, а як палицями й каменюками, котрі кида-ють одне в одного й котрими б'ють по голові. Мовою стали послуговува-тися дуже інструментально, агресивно... У російських ЗМІ вирішено, що в Києві – «фашистська хунта», а ще є запозичене з якихось книжок мого ди-тинства слівце «карателі». Пропагандисти поводяться, як ша-мани, гово-рять дуже голосно, все тримається тільки на інтонаціях, які я добре пам'ятаю з комунального дитинства. Коли на кухні почи-налися бійки, бу-ло неважливо, що говорити, важливо, як махати ру-ками... Звідки взялося це вміння, це мистецтво, не знаю, бо там працюють зовсім молоді люди...» [3]. Підкреслено використання мов-ного ефекту навіювання, який у новій реальності здобуває суттєвого значення.

В активний ужиток входять сленгові слова, з початком конфлікту на Сході України це переважно військовий (двохсотий, трьохсотий, зеленка, міномет, гібридна війна, ополченці, гради, міномети, воєнні), медичний (целюкс, крововтрата, лікар, кровоспас) та політичний сленг. Вони вико-нують подвійну функцію: по-перше, викликають відчуття тривоги у мовця, по-друге, об'єднують громадян у спільному бажанні протистояти агресо-ру. Використані сленгові слова не є новотворами, виступають у ролі ак-туалізованої лексики, що має негативну або позитивну конота-цію. Трап-ляється у газетних текстах поширена практика використання евфемізмів: застосування збройної сили, скорочення лінії протистояння,



громадянська війна, широкомасштабна операція.

Події 2013 – початку 2015 рр. спричинили також до появи нових власних назв, які, переважно, мають героїчну контамінацію: Небесна сотня, укропи, кіборги. Уживання слів-символів викликає позитивно-героїчно-зажурливий емоційний стан, відчуття гордості за власних за-хисників. Дедалі популярнішим стає прийом мілітаризації текстів, який досягається за допомогою постійного використання військової терміно-логії та жаргонізмів: війна, військова операція, обстріли, окупація, штурм, град, ескалація воєнних дій, бронетехніка, бомба, зброя, тощо.

ЗМІ активно долучаються до процесу формування образу свій/чужий, який передбачає певну стереотипізацію в поданні інформації. Водночас образ чужого змінюється відповідно до зміни образу внутрішнього/зовнішнього агресора. Створюється і культивується акцентуація на важливих для українця топонімах, насамперед окремих то-понімів-хоронімів і вживанні їх у зв'язці: Україна, Донбас – це Україна, Крим – це Україна, Україна єдина, Україна понад усе. За ними за-кріплюється певне асоціативне коло понять, яке розширюється під впливом суспільно-політичних подій у країні. Топоніми Луганська і Донецька область збагатились новою семантикою, не втративши попередніх ознак, водночас у мовленнєвій практиці вони стали асоціюватися з негативно контамінованими абревіатурами ДНР і ЛНР. У матеріалах преси часто робиться акцент на конотативному значенні «рідного краю». Топоніми До-нецьк, Луганськ, Крим позиціонуються як лексеми, що втратили чітку гео-графічну співвіднесеність і почали асоціюватися з чужим, далеким краєм, звідси – зміна їх номінування. Семантика онімів розширюється контекстами журналістських матеріалів.

Лексеми, народжені Майданом, подіями на Сході України, «у мові сучасних мас-медіа нерідко продукуються з наперед визначеною стилістичною метою – ними досягається створення високої експресивності мовлення, його влучності, дотепності, іронічності, гротескності, розвінчання когось» [7, с.143]. Збільшується частотність використання синтаксичних засобів виразності, до яких варто зарахувати вживання стилістичних фігур, наприклад, риторичних запитань («Як бути з Донбасом?» (Дзеркало тиж-ня. –2014. –№ 23), «Чи готові ми?» (День. –2014. –№ 179)), риторичні ри-торичних стверджень («Донецький аеропорт – фортеця Духу! (День. –2014. –№ 224), «Сьогодні у нас є тільки Батьківщина – слава і честь» (День. –2014. –№ 179)), а також синтаксичних конструкцій накопичення і нагромадження, що вживаються для нагнітання емоцій, посилення відчуття причетності для спільної справи, перемоги над ворогом.

Висновки. Вивчення фахової літератури з проблематики дослідження засвідчило, що мовні особливості висвітлення подій Євромайдану, кон-



флікту на Східній Україні у мас-медіа розкриті недостатньо. Відсутні глибінні праці, які б дали можливість зрозуміти і розкрити роль мови засобів масової інформації для єднання нації і мобілізації людей до дії.

З'ясовано, що пробудження національної свідомості українців відбувається через відображення реальності на контрасті, співчутті та само-усвідомленні власної ідентичності і співпричетності. «Сфера сучасних українських засобів масової інформації засвідчує: мова живе, еволюціонує, і завдання небайдужих до її долі журналістів-інтелігентів – вони ж бо належать до основних творців найрізноманітніших текстів – дбати, щоб мова за цих складних обставин залишалася собою, зберігала свої генетико-типологічні риси» [7, с.143]. Часте повторення слів-маркерів, низки лексем з позитивною конотацією сприяє її запам'ятовуванню, емоційному піднесенню. Останнім часом лексична система української мови збагатилась численними новотворами. Проте необхідна налаштованість та ідейність в мові може досягатись не тільки за рахунок новотворення і оновлення лексичного значення, а й через використання стилістичних тропів та введення у текст синтаксичних конструкцій з акцентом на необхідну значеннєву ємність.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Іванов В.* Війна у медіа та медіа війна. Експертна оцінка [Електронний ресурс] / В. Іванов, О. Сovenko. – Режим доступу: http://www.aup.com.ua/uploads/Reliz_Media_War_Oct_14.pdf. – Дата доступу: 29.01.2015.
2. *Казак А.* Революційний сленг на прикладі мови Євромайдану / А. Козак // Медіа Критика. – 2014. – № 21. – С. 57–60.
3. *Хмельовська О.* «Укропи» та «правосеки» проти «ватників» і «сепарів» [Електронний ресурс] / О. Хмельовська. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Society/119971>. – Дата доступу: 5.02.2015.
4. *Боболович П.* Протистояння в Києві йде не за тими етичними принципами, що діяли раніше на війнах [Електронний ресурс] / П. Боболович. – Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/profesija/2014-02-19/90547>. – Дата доступу: 15.01.2015.
5. *Малафey М.* Лексичні новотвори як репрезентанти новітніх політичних подій (на матеріалі мовлення Євромайдану) / М. Малафey. // Стиль і текст. – 2014. – Вип. 15. – С. 202–210.
6. *Клушина Н.* Языковые механизмы формирования оценки в СМИ / Н. Клушина // Публицистика и информация в современном обществе / под ред. Г. Солганика. – М., 2000. – С. 36–42.
7. *Поліщук Н.* Термінологічна лексика Майдану (на матеріалах газет «Дзеркало тижня», «Українська правда», «Газета по-українськи», «Ви-сокий Замок») / Н. Поліщук // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Сер. : Проблеми української термінології. – 2014. – № 791. – С. 138–143.
7. *Хмельовська О.* «Укропи» та «правосеки» проти «ватників» і «сепарів» [Електронний ресурс] / О.Хмельовська. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/Society/119971>. – Дата доступу: 05.02.2015.



Reference list

1. Ivanov V., O.Sovenko Viina u media ta media viina. Ekspertna otsinka [Electronic resource] – Reference: http://www.aup.com.ua/uploads/Reliz_Media_War_Oct_14.pdf. – Accessed: 29.01.2015.
2. Kazak A. Revoliutsiyni slenkh na prykladi movy Yevromaidanu // Media Krytyka. – 2014. – № 21. – S. 57-60.
3. Khmelovska O. «Ukropy» ta «pravoseky» proty «vatnikiv» i «separiv» [Electronic resource] / O.Khmelovska. – Reference: <http://tyzhden.ua/Society/119971>. – Accessed: 05.02.2015.
4. Bobolovych P. Protystoiannia v Kyievi yde ne za tymy etychnymy pryntsypamy, shcho diialy ranishe na viinakh [Electronic resource] / P.Bobolovych. – Reference: <http://www.telekritika.ua/profesiya/2014-02-19/90547>. – Accessed: 15.01.2015.
5. Malafei M. Leksychni novotvory yak reprezentanty novitnikh politychnykh podii (na materialii movlennia Yevromaidanu) / M.Malafei. // Styl i tekst. – 2014. – Vyp. 15. – S. 202-210.
6. Klushina N. Jazykovye mehanizmy formirovaniia ocenki v SMI / N. Klushina // Publicistika i informacija v sovremennom obshchestve / pod red. G. Solganika. – M., 2000. – S. 36 – 42.
7. Khmelovska O. «Ukropy» ta «pravoseky» proty «vatnikiv» i «separiv» [Electronic resource] / O.Khmelovska. – Reference: <http://tyzhden.ua/Society/119971>. – Accessed: 05.02.2015.
8. Polishchuk N. Terminolohichna leksyka Maidanu (na materialakh hazet «Dzerkalo tyzhnia», «Ukrainska pravda», «Hazeta po-ukrainsky», «Vysoky Zamok») / N.Polishchuk // Visnyk Nats. un-tu «Lvivska politekhnika». Seriia «Problemy ukrainskoi terminolohii». – 2014. – № 791. – S. 138–143.

Аксенова Валентина

Transformation of linguistic-stylistic features of Ukrainian media content in the context of national unity

The task of language is to describe everything that take place in the society. The analysis of scientific literature allows to reveal a low level of researchers' attention to the features of linguistic representation of political events in the country during the late 2013 - early 2015. The article deals with the analysis of the lexical system of Ukrainian media materials, devoted to coverage of the events at Euromaidan, the war in the Eastern Ukraine. It was determined the fact of active vocabulary enrichment of Ukrainian language by new articles, tokens with updated meanings, it was found the specifics of negative or positive marking of messages. It was investigated the mechanisms of formation of impression, ideological dominance for perception of the text.

Keywords: slang, neologisms, words with updated meaning, toponyms, euphemisms, rhetorical figures, stylistic tropes.

Аксенова Валентина

Трансформация лингвостилистических особенностей контента украинских медиа в контексте национального единения

Задача языка – описывать все, что появляется и происходит в обществе. Анализ научной литературы позволил выявить низкий уровень внимания исследователей к особенностям речевой репрезентации политических событий в стране



конца 2013 - начала 2015 гг. В статье была проанализирована лексическая система материалов украинский медиа, посвященных освещению событий на Евромайдане, войны на Востоке Украины. Установлен факт обогащения активной лексики украинского языка ново-образованиями, лексемами с обновленным значением, выявлена специфика отрицательной или положительной маркировки сообщений. Исследованы механизмы формирования настроения, идеологической доминанты для восприятия текста.

Ключевые слова: сленг, неологизмы, слова с обновленным значением, топонимы, эвфемизмы, риторические фигуры, стилистические тропы.



Ольга Бикова,
асистент

УДК 007:304:070:82-92

МОВНО-ТЕКСТОВІ ПАРАМЕТРИ МОДИФІКАЦІЙ У ЖАНРІ СУЧАСНОГО РЕПОРТАЖУ

У статті розглянуто та систематизовано мовно-текстові інновації у сучасному пресовому репортажі. З'ясовано, що політичні, економічні і психологічні зміни в житті суспільства зумовлюють певні зміни в репортажних медіатекстах. Особливу увагу у дослідженні звернено на лексико-фразеологічні та синтаксичні засоби, оскільки вони роблять текст образним, емоційно збагаченим, виражають ставлення мовця до повідомлення та до адресата.

Ключові слова: жанр, репортаж, модифікація.

Вступ. Жанри соціальних комунікацій активно розвиваються, видозмінюються в суспільному дискурсі. Динаміка жанрових форм зумовлена складними змінами в соціально-економічній структурі суспільства, що призводить до дифузійних тенденцій, до синтетичності традиційних ознак певних жанрів.

Преса ХХІ ст. характеризується зміною смаків носіїв мови, зокрема відмовою від певних стереотипів, штамів, стандарту, та прагненням журналістів віднаходити нові виразально-зображальні одиниці, насичені експресивністю, емоційністю, необхідною тональністю, образністю, оцінністю. У розвідках А. Мамалиги, Н. Шумарової, О. Сербенської, М. Яцимирської, Л. Мацько йдеться про вплив сучасних суспільно-політичних чинників, глобалізації, досягнень науково-технічного прогресу, зростання самосвідомості нації на процеси мовного розвитку мас-медіа. Науковці зазначають, що процес демократизації мовлення, лібералізації вибору текстових засобів вираження в сучасній медійній сфері поєднується з процесом інтелектуалізації соціокультурного комунікативного простору. «На сучасному інформаційному полі співіснують дві протилежні тенденції: спрощення мови до варіанту “трамвайної лайки” (образний вислів В. Костомарова) та інтелектуалізація мовлення, що відображає процес ускладнення суспільно-політичного життя в усьому світі, процеси глобалізації та інтенсифікації міжкультурної комунікації» [1, с.124].

Зміни в суспільстві на початку ХХІ ст. (утвердження незалежності України, зростання національної свідомості і демократизація, політичний плюралізм, розширення міжнародних контактів, науково-технічний



розвиток, зміна мовних смаків) позначилися і на розвиткові репортажу. Зі зміною соціально-політичної ситуації в країні його жанрові особливості набувають нового вияву та забезпечують можливість випробування та впровадження нових засобів творчого вираження.

Аналізуючи дослідження В. Костомарова [2–4], ми назвемо найбільш суттєві зовнішні чинники, що зумовили зміни в текстах сучасного пресового репортажу: крах тоталітарної системи, що, своєю чергою, викликав зміни в психологічній орієнтації населення і специфічне розуміння свободи; створення нової державності; демократичні процеси в політиці та суспільстві; розвиток науки та освіти; процеси глобалізації суспільства; інтеграція у світовий інформаційний простір.

Відповідно до цих чинників змінюються і вимоги до репортажу в сучасних друкованих медіа: оновлюється стиль, виклад матеріалу, акценти, які розставляють автори. У радянську епоху репортажі мали здебільшого ідеологічний відтінок, коли особливу увагу приділяли перевагам соціалістичного способу життя. Такі матеріали часто були не об'єктивними, не повною мірою розкривали картину життя в країні. Пресовий репортаж пострадянської доби акумулював у собі здобутки жанру попередніх десятиліть, продовжив кращі його традиції. Водночас він позбувся ідеологічних напруг, «так званих фігур замовчування у змалюванні життя чи гострих проблем» [5, с.86].

Мета нашого дослідження – шляхом комплексного та деталізованого аналізу виявити мовно-текстові параметри модифікацій репортажу в сучасній українській пресі. Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких завдань: сформулювати дефініцію категорії жанрової модифікації, здійснити класифікацію мовно-текстових параметрів модифікацій сучасного пресового репортажу.

Методи дослідження. Відповідно до мети та завдань роботи процес дослідження вимагав комплексного застосування загальнонаукових методів систематизації матеріалу, які стали в пригоді під час відбору з великої кількості текстів потрібних нам зразків, визначення основних завдань статті. Для наукового осмислення історіографії та джерельної бази дослідження використано порівняльний аналіз та бібліографічно-описовий метод; для збирання первинних емпіричних даних – метод спостереження.

Результати й обговорення. У словнику української мови подано такі тлумачення терміна «модифікація»: 1) видозміна предмета або явища, що характеризується появою у нього нових ознак, властивостей при збереженні сутності; 2) предмет, явище, що зазнали такої видозміни і становлять різновид чого-небудь [6, с.777].

Жанрова модифікація, на нашу думку, – це варіантний жанровий різновид, зумовлений впливами історично-часових, соціальнокомунікаційних, індивідуально-творчих чинників за умови збереження його



сутнісних рис. Модифікація жанру виникає в процесі інтержанровості, «з появою нових ознак, якісно відмінного стану, що повсякчасно розвивається й удосконалюється, бо зумовлений потребою повніше та багатогранніше висвітлювати складні життєві процеси, а також особистістю журналіста, його професіоналізмом» [7, с.127].

Інтенсивний розвиток жанрових модифікацій сучасного репортажу у вітчизняних медіа, що спостерігається у ХХІ ст., спричинений, по-перше, зміною ідеологічної парадигми у сучасному соціумі. По-друге, особистістю журналіста як творчої індивідуальності, який, працюючи над репортажем, намагається подати його так, як вважає за потрібне, часто поєднуючи в ньому елементи різних жанрів.

Текстовий аналіз засвідчив, що сучасним пресовим репортажам притаманні такі ознаки:

1) Активізація вживання стилістично зниженої лексики та фразеологічних одиниць.

Доволі часто сучасні журналісти обирають для своїх репортажів соціально марковану лексику, оскільки вона має великий виражальний потенціал, робить текст конструктивно різноманітним, дає необхідний експресивний ефект. Активне використання жаргонізмів у текстах сучасного пресового репортажу сприяє оновленню образності, поживленню викладу, характеристики персонажів. Стилістично знижена лексика дає змогу детальніше уявити характер героїв твору, ситуацію, що описується.

Жаргон є засобом вираження експресії, вербального самоствердження, одночасно вказуючи на належність до певної соціальної групи, об'єднаної чи то за професійною ознакою, чи за спільністю інтересів. Цю лексико-фразеологічну підсистему «застосовує та чи інша соціальна група з метою відокремлення від решти мовної спільноти. Жаргонізми – це, як правило, емоційно-оцінні експресивні утворення, серед яких переважають негативні, знижені номінації» [8, с.33].

У сучасному пресовому репортажі значна частина жаргонної лексики для більш адекватного висвітлення теми вживається у прямому, номінативному значенні. Такі лексеми позначають предмети та явища, характерні для певної соціальної групи. У репортажах використовуються слова із: жаргону наркоманів: *«І ось передовий загін підбігає до напівпідвалу, де висить вивіска «Аптечний кіоск»... Всі “торчки” району знають це місце»* (Український тиждень. – 2008. – 17 жовт.); жаргону алкоголіків: *«Щодо спиртного, то з цим у деяких селах серйозні проблеми...Якщо “жакнув” рисового спиртику в компанії, кожен із неї ремонтує шість метрів дороги, і по шість метрів за кожного пияка додається злочасному продавцю»* (Український тиждень. – 2012. – 18 трав.); жаргону музикантів: *«В цей час щосили врубують аудіоколонки, з яких лунають пісні землі, що вмирає: “Я вмираю! Немає*



більше сил!» у виконанні якогось прогресивного рок-гурту» (Український тиждень. – 2008. – 28 листоп.); молодіжного жаргону: «*Ми перейшли дорогу й вирушили до “Emperor” – типу дискотеки і типу місця, де відвисають ласі до бірманських повій американці*» (Український тиждень. – 2012. – 18 трав.); кримінального жаргону: «*Запоріжжя. На центральному ринку працюють десятки “бариг”*» (Український тиждень. – 2008. – 17 жовт.).

Отже, соціально маркована лексика в текстах сучасного пресового репортажу, виконуючи документальну, оцінну та експресивну функції, привертає увагу реципієнта до матеріалу.

Фразеологічні одиниці є оптимальним засобом впливу на споживачів. Послугуючись ними, «адресант кодує певну інформацію не лише з метою донесення її до читача, а й з метою актуалізації його уваги» [9, с.34]. Виразальні особливості фразеологізмів «спираються на високий ступінь узагальненості значення, на експресивно-емоційну наповненість, наявність стилістичного забарвлення та образність» [10, с.196], що зумовлює широкі можливості їх використання в тексті сучасного пресового репортажу.

Експресивна виразність фразеологізмів у медіатексті репортажу викликає емоційний відгук у читачів: пробуджує уяву, спонукає адресатів до виявлення свого ставлення до зображуваних подій, робить текст цікавішим, доступнішим, «більш мальовничим, сповненим почуттів» [11, с.127]. Фразеологізми допомагають «авторові виявити свої почуття, ставлення до фактів, подій і викликають відповідні емоції в читачів, а також сприяють наочності у вираженні думок і почуттів, які майстер слова прагне передати у формі образних уявлень» [12, с.86].

За нашими спостереженнями фразеологізми в текстах сучасних пресових репортажів виконують такі функції: 1) функція передачі внутрішніх властивостей персонажа: «*За словом у кишеню лісовик не полізе, знає чимало приказок різних...*» (Україна молода. – 2000. – 1 груд.); 2) функція відтворення внутрішнього стану персонажа: «*Душа моя співала, а мрія багатьох років справдилася – я в Сахарі*» (Український тиждень. – 2009. – 19 черв.); 3) функція передачі фізичних відчуттів людини: «*Ледь переважило за північ, і в мене вже злипаються очі, а в причепурених дівчат, яких споглядаємо з вікна “міченого” авто, почався “робочий день”*» (Україна молода. – 2004. – 29 квітня); 4) функція сенсорного сприйняття: «*Неймовірно велика кількість мотоциклістів із лопатами – перше, що впало у вічі, щойно ми вїхали в Бам*» (Україна молода. – 2004. – 3 лют.); 5) функція відтворення різних стадій фізичного існування (народження, життя і смерті): «*Останнім часом чи не щомісяця привозять покійників – наших заробітчан, які віддали Богу душу в далеких Італії чи Португалії*» (Інформатор. – 2008. – 14–20 жовт.); 6) функція передачі моторної діяльності людини: «*І все-*



таки ми з друзями **взяли ноги в руки** і рушили на турбазу “Заросляк”...” (Експрес. – 2003. – 28 серп. – 4 верес.); 7) функція вияву міри і ступеня ознаки: «Вдалішою виявилася поїздка на орендованому скутері. Цих транспортних засобів у прокаті Чорногорії **хоч греблю гати**» (Український тиждень. – 2009. – 16–23 жовт.); 8) функція передачі просторових відношень: «До Ельбруса – **наче рукою подати, а темп ходи падає, перепочинки стають дедалі довшими та частішими**» (Експрес. – 2005. – 11–18 серп.);

2) Розширення кола стилістичних значень вставних та вставлених компонентів.

Автор сучасного газетно-журнального репортажу «прагне враховувати лише ті повідомлення та розповіді, що були донесені до нього особисто» [13, с.117]. Для більшої достовірності свого матеріалу репортери використовують вставні конструкції, що вказують на джерело повідомлення, **на думку..., за словами..., за повідомленням..., як кажуть...** тощо: «Дорого у Семенівку заїжджаємо на головну площу Слов’янська – я її не впізнаю, бо все синьо-жовте: лави, стовби, на адміністрації величезний прапор, навіть Ленін в відповідному шалику... Мій друг Дмитро каже, що це все зроблено до Дня Незалежності і що більшість людей не місцеві, однак є й свої, які нарешті мають змогу вийти з українською символікою на вулицю. Таких, **за його словами, теж вистачає**» (День. – 2014. – 29 серп.); «Було сумно повертатися у грішний світ і усвідомлювати, що сонячний камінь мимоволі може стати причиною спалювання побаченої нами того дня дивовижної пам’ятки природи під назвою Кам’яне Село. Але, **як сказала одна моя добра знайома, треба боятися Бога ганьбити таку красу, бо легенда із закам’янінням може повторитися...**» (Україна молода. – 2015. – 28 квіт.); «Унікальні хати і будівлі традиційних обійсть українців Донеччини нині в музеї просто неба в селі Прелесне. Туди, **як зазначає історик, усі ці експонати були завезені з довколишніх сіл Бригадирівка, Сидорове, Маяків зусиллями місцевого краєзнавця Олександра Шевченка**» (Український тиждень. – 2014. – 28 серп.).

Прийменниково-іменникові конструкції активно використовуються у текстах сучасних пресових репортажів для підвищення ступеня їх правдивості, доповнення інформації джерелом повідомлення. «Така побудова має перевагу з точки зору впізнаваності вставного компонента і його мобільності: зміст вставного компонента може бути висловлений не лише по ходу основного повідомлення, а й мати випереджаючий характер» [14, с.109].

На сучасному етапі в тексті пресового репортажу спостерігається тенденція, коли заради урізноманітнення вставних конструкцій тієї самої семантики видозмінюється їх граматичне оформлення, наприклад, конструкції зі сполучником **як** замінюються дієсловами: «Є у Меджибожі



свій «*маленький Ізраїль*». Так місцеві жителі називають район старого Єврейського цвинтаря та прилеглі до нього вулиці, рясно вкриті вказівниками на ідиші. **Кажуть**, більшість будинків у цій частині міста вже викуплено...» (Український тиждень. – 2007. – 9 листоп.).

Усі аналізовані вставні одиниці в сучасних пресових репортажах, намагаючи джерело повідомлення, підвищують в очах читачів рівень достовірності інформації, надають матеріалам більшої переконливості, оскільки власна думка репортера збігається з думкою компетентної особи.

Репортаж сприяє налагодженню довірливого діалогу з читачем. Журналіст, який перебував в епіцентрі події та ділиться своїми враженнями про неї, об'єктивно викликає психологічну довіру в читацького загалу як безпосередній учасник подій, про які розповідає.

Для надання репортажу більшої переконливості, достовірності журналісти використовують семантичну групу вставних конструкцій, що виражають ступінь вірогідності, правдивості повідомлюваного, впевненості в об'єктивності наведених фактів: «*На перший погляд, ледве не третину населення Нью-Йорка можна впевнено назвати міськими божевільними, настільки вони здаються дивними в усьому. До цього, **щоправда**, швидко звикаєш і за кілька днів сам стаєш повноправним мешканцем «столиці світу» з усіма можливими дивацтвами....*» (Український тиждень. – 2011. – 4 лют.); «*На площі стоять автобуси із сонною молоддю – очевидно, їх привезли з провінції на підтримку однієї з партій*» (Український тиждень. – 2008. – 23 трав.). Такі вставні одиниці передбачають найвищий ступінь достовірності, правдивості, а тому надають репортажам довірливого, безапелятивного характеру.

У сучасних газетних репортажах функціонують вставні одиниці, які виражають емоції та почуття автора репортажу: «*Мереживо «чорних» і «червоних» трас тут зашкалювало, а найдовша з них протягнулася на 4000 метрів. Дехто з нашої групи через брак досвіду вирішив не ризикувати, а ті, хто відважився, повернулися, **на щастя**, неушкодженими*» (Україна молода. – 2015. – 25 берез.); «*На початку 2001-го в одному зі старих дрогобицьких будинків знайшли фрески відомого художника та письменника-модерніста єврейського походження Бруно Шульца... **На жаль**, більшість фресок незаконно вивезли з України, нині вони в Єрусалимі. Проте це не позбавило місто бруношульцівського модерністського ореолу*» (Український тиждень. – 2010. – 11 берез.); «*Ми їх одразу пізнали: напередодні під час вечері у базовому таборі, **на превеликий подив** зосереджених і тверезих мандрівників, вони весело...потягували пиво – нечуване «зухвальство» перед сходженням!*» (Україна молода. – 2010. – 27 лют.). Такі вставні конструкції наділені потужною потенційною спроможністю відтворювати змістово-концептуальну інформацію, що має на меті повідомити читачеві індивідуально-авторське розуміння



відношень між явищами, дати їм позитивну чи негативну оцінку [15, с.10].

Широко представлена в сучасному газетному репортажі семантична група вставних одиниць, звернених до співрозмовника, щоб привернути його увагу: *«Розумієте, авторського вина на Закарпатті також дуже багато. Ноги притупцюють, у голові співи, йти далі не дуже хочеться...»* (Український тиждень. – 2008. – 25 січня).

Активізація вставних одиниць у текстах сучасних медійних репортажів є інноваційним явищем. На противагу тенденції до зменшення кількості вживання вставних компонентів на шпальтах газет, їх структурно-семантичної одноманітності в радянський період [16, с.55–57], що компенсувалося ускладненням речень однорідними та відокремленими членами, спричиненим впливом книжного стилю мови [17, с.49–50], коло стилістичних значень вставних компонентів у сучасному газетно-журнальному контексті істотно розширюється.

Узагальнивши спостереження щодо вживання вставних конструкцій у сучасному пресовому репортажі, констатуємо, що вони набувають тут дедалі ширшого вжитку й стилістичної важливості. Реалізуючи такі визначальні ознаки репортажу, як документальність та емоційність, ці одиниці виконують адресно-марковану, акцентно-стверджувальну, акцентно-гіпотетичну, фатичну [18, с.177], оцінну, комунікативно-прагматичну функції та функцію експресивізації синтаксичними засобами.

Для текстів репортажів української преси першого десятиріччя ХХІ ст. характерне широке вживання вставлених конструкцій, що спричинено «комунікативними, синтаксичними, стилістичними потребами» [19, с.4] побудови репортажної оповіді. Вставлені компоненти відображають процес формування думки і сприяють адекватній реалізації намірів автора. «У висловленнях із вставленими конструкціями виявляється спонтанний характер вербального оформлення думки, емоційний стан мовця» [19, с.6].

Активізація вставлених одиниць у текстах сучасного газетно-журнального репортажу значною мірою інноваційна. Це виявляється насамперед у розширенні їх семантичного та стильового навантаження. Сьогодні репортери віддають перевагу тим вставленим конструкціям, що доповнюють, розширюють, уточнюють думку (*«Коли вдивляєшся в обличчя текінців, відчуваєш, що ці люди задоволені своїм життям (до речі, не таким легким) і собою»* (Український тиждень. – 2007. – 2 листоп.), конкретизують кількісні характеристики (*«Унаслідок чотирирічного будівництва (2002–2006) у мінському мікрорайоні Усход виник, як його називають державні ЗМІ, «алмаз знань». За своїм виглядом це ромбокубоктаedr заввишки 73,6 м (23 поверхи) й вагою 115 тис. т.»* (Український тиждень. – 2014. – 5 берез.), а також виконують інформаційно-довідкову функцію (*«Тільки-но ми просунули*



голови, заглядаючи всередину, нас запросили зайти, посадили за стіл, запропонували чаю. Виявляється це бібліотека принца (столу, за який ми сіли, понад 150 років)» (Український тиждень. – 2007. – 2 листоп.). Повідомлення зі вставленими конструкціями в сучасних репортажах аргументують зміст основної частини висловлювання, «виражають емоції автора, індивідуальне сприйняття дійсності, сприяють естетичному впливові тексту на читача» [20, с.122];

3) Використання розповідно-окличних речень, які виражають почуття автора.

Окличні речення передають емоційні переживання того, хто говорить, або його емоційно-інтелектуальне ставлення до фактів і явищ дійсності [21, с.31]. Ці текстові одиниці активно вживаються в репортажах та різноманітні за структурою й експресивним забарвленням: *“Поскасовували поїзди. Та щоб вони там у трунах попереверталися! І не тільки!”* – гучно скаржиться на життя пенсіонерка на передньому сидінні автобуса Харків – Лунецьк» (Український тиждень. – 2015. – 19 берез.).

Розповідно-окличні речення в структурі сучасного пресового репортажу відтворюють позицію автора стосовно ситуації, що склалася, передають його емоції, настрої: *«Поруч – мальовнича готична ратуша, підсвічена зеленим сяйвом – красиво!»* (Україна молода. – 2014. – 24 груд.). Читач переживає подію разом із автором, погоджується з його думкою, сумує і радіє, хвилюється й захоплюється: *«Незабутнє враження справив і старовинний монастир Святої Трійці, побудований високо-високо в горах, над селищем Казбегі. Коли підходиш до нього, навколо – широченне плато, оточене вершинами. Дух перехоплює від величі й краси природи!»* (Україна молода. – 2014. – 3 лип.). У сучасних пресових репортажах спостерігаються ланцюгові поєднання розповідно-окличних речень: *«За кілька хвилин перед нами постала дивовижна картина з розкиданими по всьому лісу величезними опуклими валунами, вкритими мохом. Пейзаж воістину неймовірний! Ніколи не думала, що каміння може бути таким гарним!»* (Україна молода. – 2015. – 28 квіт.). Такі поєднання надають текстам ще більшої емоційності, дієвості, спонукають до роздумів, не залишають читачів байдужими.

4) Посилення додаткових сегментних мовних засобів окличності (частки, займениково-прислівникові слова, звертання), а також живорозмовних елементів (вигуки, вигукові фразеологізми).

Дедалі активніше у текстах сучасних пресових репортажів використовуються розповідно-окличні речення емоційно-експресивного змісту з додатковими засобами його вираження, якими є сегментні мовні засоби (частки, вигуки, займениково-прислівникові слова, звертання) [22, с.48]. Найчастіше з-поміж перерахованих засобів вживаються частки *ось, це, так, ото* та ін., які підсилюють емоцій-



ність висловлювання, роблять акцент на почуттях: *«До нас із дверної брами вийшов чоловік досить солідного віку. — Звідки ви приїхали?» — «З Києва» — «О, Україна! П'ятдесят років тому я навчався в Харківському авіаційному інституті». З'ясувалося, що наш новий знайомий у часи радянсько-албанської дружби навчався на пілота»* (Україна молода. — 2015. — 7 квіт.); *«Голуба кров, голуба кров...— веде собі далі дядько і раптом аж розпливається у блаженній посмішці. — Не така вже вона й голуба тепер! Німці то попортили її! Бачили, скільки білобрисих на селі?! Ото ж бо й воно!»* (Український тиждень. — 2013. — 10 жовт.); *«Щоправда, зараз другий поверх цього буюету винаймають різноманітні магазини, там облаштував свою виставку-продаж один із відомих львівських художніх салонів... Але внизу, де власне й видають (так-так, не дивуйтеся, саме видають, та й ще за карточками!) мінеральну воду, люди позбавлені того, чим здавна були славні будь-які курорти мінеральних вод — спілкування!»* (Україна молода. — 2015. — 8 квіт.); *«Але ж погода!.. Дощ періщив по кілька разів на день. Сірі важкі хмари чіплялися за шпилі Домського собору, храму святого Петра й Ризького замку. Як же так? Це ж Ліго — свято сонця!»* (Український тиждень. — 2013. — 26 черв.); *«Зранку справді все сяяло. Ось вона, Боржава, у всій своїй красі!»* (Український тиждень. — 2012. — 14 лют.).

В окличних реченнях, які функціонують у тексті сучасного пресового репортажу, вживаються вигуки, вигуківі фразеологізми чи функціонально близькі до них слова, що допомагають авторів висловити свої емоції та почуття: здивування: *«Матінко моя! Що це? Так, це наш обід. Урочисто принесли великі алюмінієві коробки з прозорою пластиковою накривкою»* (Експрес. — 2012. — 31 трав. — 7 черв.); захоплення: *«Нам порадили заїхати попутно в Тутаєв — зовсім крихітне містечко на березі Волги. Єдина його принада — церква. Але ж яка!»* (Україна молода. — 2009. — 20 серп.); страх: *«Боже мій! Що нас чекає далі?! Їхати ще майже 3 години... Тримаюся!»* (Експрес. — 2012. — 31 трав. — 7 черв.); незадоволення: *«Ба що — школа! Тут навіть магазини були закриті»* (Україна молода. — 2007. — 8 листоп.); ствердження: *«Вона стверджує, що і я швидко освоїла веслування. Ще б пак! Адже маршрут ми мали жвавий: стрімке русло, несподівані повороти, тож досить кількох небалих порухів весла — і каляк летить в очерет чи прямисінько на підводні рифи-коряки, яких по курсу хоч і небагато, але досить, аби тримати ваш адреналін на пристойній позначці...»* (Україна молода. — 2014. — 15 жовт.); заперечення: *«Скромні дикі цикламени дивляться на мене звідусіль своїми фіолетовими квіточками, та рукам бодай наблизитися до них — зась!»* (Україна молода. — 2010. — 12 серп.);



докір: *«І все-таки – відпочивальників дуже мало. Як так піде далі, то запанує запустіння. А шкода! Адже курорт справді чудовий...»* (Український тиждень. – 2009. – 16–23 жовт.); сум: *«Упродовж усієї дороги до урочища нам на очі потрапляли чорничні гряді (ох, якби ж то літо, думалось мені увесь час!)»* (Україна молода. – 2015. – 28 квіт.).

Такі окличні речення слугують маркерами емоційно-оцінної ситуації та суб'єктивно-модального ставлення до неї мовця, що виявляється у відповідній інтонації [22, с.75];

5) Широка представленість парцеляції.

Парцеляція в текстах репортажів першого десятиріччя ХХІ ст. спричинена орієнтацією автора на прагматику, потребою посилити, актуалізувати інформаційну частину повідомлення, оптимізувати вплив на емоційну та інтелектуальну сфери адресата. Парцеляція дає змогу репортерів виділити, підкреслити певну частину повідомлення, «надати думці, яку вона виражає, стилістичної ефективності» [23, с.25].

Парцеляція як прийом стилістичного синтаксису використовується в тексті репортажу «для створення стилістичних ефектів живомовності, невимушеності, спонтанності спілкування» [24, с.71]. Парцельовані конструкції часто слугують для вираження найпотемніших порухів людської душі (емоції, страхи, ідеї, переживання, бажання) і тим самим доповнюють емоційну насиченість висловлювання, надають йому більшої виразності.

Розглядаючи різновиди парцеляції в сучасному пресовому репортажі, можна стверджувати, що другорядні члени речення відокремлюються частіше, ніж головні. Поширеними є синтаксичні конструкції з відокремленим означенням: *«На Майдані віче. Людське море, ліхтарики у сотнях рук, жовто-блакитні прапори на плечах та рев «Слава Україні!». Здається, варто звернути на Грушевського – і побачиш шеренги спецпризначенців, палаючі шини, ряди скляних пляшок та хлопців у балаклавах. А, може, й Сергія Нігояна. Живого»* (Український тиждень. – 2014. – 21 листоп.). Зі стилістичного погляду такі парцельовані конструкції художньо увиразнюють авторські описи. Розташування парцельованих означень у позиції після означуваного слова є характерним для вираження експресії репортажу. Така позиція «увиразнює означення, перетворюючи його на яскравий епітет» [23, с.24].

У сучасному пресовому репортажі трапляється і парцеляція обставин, виражена прислівником, іменником у непрямому відмінку, порівняльним зворотом: *«Нижче біля річки – невеличка площа, а над нею – застигла бронзова людина чи то у польоті, чи то у стрибку. Це Сергій Параджанов, прицяхований до стіни. Оригінально і сим-*



волічно» (Український тиждень. – 2008. – 11 січ.); *«У шахтах смерть – частий гість. Та й після шахт довго не живуть: силікоз з'їдає. Це коли легені чорніють і тверднуть. Наче цемент»* (Експрес. – 2011. – 28 лип. – 4 серп.); *«Кілька чоловіків встиглися на лавочках неподалік Леніна, курять. «Подивися. Тут машини з українськими номерами, ніхто їх не чіпає. Українці ваші з власним товаром до нас приїждять, торгують без проблем. Харчами, одягом...», – розповідає Григорій, показуючи на невеличкий ринок за спиною у вождя пролетаріату»* (Український тиждень. – 2014. – 27 листоп.). Такий стилістичний засіб надає висловлюванню ширшої візуалізації, а також допомагає автору виразити власні асоціації щодо змальованого явища.

Серед головних членів речення в сучасному пресовому репортажі активніше парцелюються присудки. Такий вид парцеляції допомагає досягти оптимального ступеня смислового навантаження повідомлення, підсилює динамізм висловлювання: *«Свист куль і мін, стукіт «Градів», перешкоди в ефірі й крики «медики, вийдіть на зв'язок», повідомлення про те, що «зеленкою» до однієї з позицій підкрадаються вороги – усе на мить зникає. Тут, посеред іншого села, ще спокійно. Можна постояти. Покурити»* (Український тиждень. – 2015. – 29 січ.).

Висновки. У результаті аналізу сучасних газетно-журнальних матеріалів ми з'ясували, що політичні, економічні та психологічні зміни в житті суспільства стають причиною появи певних лексико-фразеологічних та синтаксичних інновацій у текстах сучасних пресових репортажів. Активно використовуючи ці мовно-текстові засоби, журналіст допомагає читачам краще відчутти атмосферу події, сприяючи появі емоційної реакції у формі почуттів, дій, вчинків.

Отже, сучасний репортаж у друкованих медіа — поле для різноманітних стильових шукань, адже він характеризується гнучкістю структури, має величезні зображально-виражальні можливості. Цей жанр відзначається зорієнтованістю на відтворення сучасності, на змістове та формальне новаторство.

Подяки. Автор висловлює щиру подяку за мудре наставництво, підтримку й розуміння своєму науковому керівникові, доктору філологічних наук, професору Мамалізі Анастасії Іванівні.

Список літератури

1. Шумарова Н. Курс соціолінгвістики в підготовці майбутніх журналістів / Н. Шумарова // Журналістська педагогіка в контексті Болонського процесу : навч.-метод. посіб. – К., 2007. – С. 308–315.
2. Костомаров В. Лингвистический статус массовой коммуникации и проблема газетного языка (на материале советской прессы) / В. Костомаров // Психолінгвістическіе проблемы массовой коммуникации. – М. : Наука, 1974. –



С. 53–66.

3. *Костомаров В.* Русский язык на газетной полосе. Некоторые особенности языка современной газетной публицистики / В. Костомаров. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1971. – 267 с.

4. *Костомаров В.* Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В. Костомаров. – М. : Педагогика-Пресс, 1994. – 248 с.

4. *Глушко О.* Художня публіцистика: європейські традиції і сучасність / О. Глушко. – К., 2010. – 188 с.

5. Словник української мови : в 11 т. / [ред. колег.: І. К. Білодід (голова) та ін.]. – К. : Наукова думка, 1973. – Т. 4. – 840 с.

6. *Шевченко В.* Еволюція класифікації жанрів журналістики / В. Шевченко // Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації. – 2012. – № 1. – С. 125–129.

7. *Ставицька Л.* Арго, жаргон, сленг: Соціальна диференціація української мови / Л. Ставицька. – К. : Критика, 2005. – 462 с.

8. *Колоїз Ж.* Порушення фразеологічних норм як один із способів інтенсифікації виразності у мові ЗМІ / Ж. Колоїз // Мандрівець. – 2004. – № 2. – С. 34–39.

9. *Малярчук У.* Выражение оценки в текстах современных СМИ: фразеологический уровень / У. Малярчук // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского; Сер.: Филология. Социальные коммуникации. – 2013. – Т. 26 (65). – № 3. – С. 195–200.

5. *Пономарів О.* Стилістика сучасної української мови : підручник / О. Пономарів. – К. : Либідь, 1993. – 248 с.

10. *Пилинський М.* Експресивність стилю масової політичної інформації / М. Пилинський // Мовознавство. – 1977. – № 5. – С. 35–46.

11. *Галлер М.* Репортаж : навч. посібник / М. Галлер; за заг. ред. В. Ф. Іванова. – К. : Академія Української преси; Центр Вільної Преси, 2011. – 348 с.

12. *Мамалига А.* Синтаксис тексту / А. Мамалига // Різун В. Нариси про текст. Теоретичні питання комунікації і тексту / В. Різун, А. Мамалига, М. Феллер. – К. : РВЦ «Київський університет», 1998. – С. 62–221.

6. *Солганик Г.* Стилистика текста / Г. Солганик. – М. : Флинта; Наука, 1997. – 256 с.

13. *Ковальчук Н.* Синтаксическая структура предложения в информационных текстах: (На материале украинских газет, радио и телевидения) : дис. канд. филол. наук : 10.02.02. – русский язык / Н. Ковальчук. – Днепропетровск, 1980. – 177 с.

14. *Швец А.* Публицистический стиль современного русского литературного языка (О некоторых особенностях современной газетной речи и тенденциях ее развития) / А. Швец. – К. : Вища школа, 1979. – 127 с.

15. *Загнітко А.* Теоретична граматики української мови. Синтаксис : монографія / А. Загнітко. – Донецьк : ДонНУ, 2001. – 662 с.

16. *Галайбіда О.* Вставлені конструкції в українському художньому тексті : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 – українська мова / О. Галайбіда. – К. : Б.в., 2009. – 20 с.

17. *Ладиняк Н.* Естетична функція речень із вставленими конструкціями у художньому мовленні Івана Багряного / Н. Ладиняк // Україністика: нові імена в науці : збірник наукових праць. – Горлівка : Вид-во ГДПІМ, 2006. –



С. 121–125.

18. Кулик Б. Курс сучасної української літературної мови. Частина II. Синтаксис : підручник для факультетів мови і літератури педагогічних інститутів / Б. Кулик. – К. : Радянська школа, 1961. – 281 с.

19. Навчук Г. Формально-синтаксичні та функціонально-семантичні особливості окличних речень у сучасній українській мові : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 – українська мова / Г. Навчук / Кам'янець-Подільський державний університет. – Кам'янець-Подільський, 2004. – 205 с.

20. Буйницька Т. Функціонування парцельованих структур у художньому тексті / Т. Буйницька // Наукові записки. – Сер.: Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2010. – Вип. 89 (5). – С. 24–26.

21. Россман В. Техники пунктуации: знак препинания как философский метод / В. Россман // Вопросы философии. – 2003. – № 4. – С. 68–76.

Reference list

1. Shumarova N. Kurs sotsiolinhvistyky v pidhotovtsi maibutnikh zhurnalistiv / N. Shumarova. // Zhurnalistyka pedahohika v konteksti Bolonskoho protsesu : navch.-metod. posibnyk. – K., 2007. – S. 308–315.

2. Kostomarov V. Lingvisticheskij status massovoj kommunikacii i problema gazetnogo jazyka (na materiale sovsotskogo pressy) / V. Kostomarov. // Psiholingvisticheskie problemy massovoj kommunikacii. – M. : Nauka, 1974. – S. 53–66.

3. Kostomarov V. Russkij jazyk na gazetnoj polose. Nekotorye osobennosti jazyka sovremennoj gazetnoj publicistiki / V. Kostomarov. – M. : Izd-vo Mosk. un-ta, 1971. – 267 s.

4. Kostomarov V. Jazykovoj vkus jepohi. Iz nabljudenij nad rechevoj praktikoj mass-media / V. Kostomarov. – M. : Pedagogika-Press, 1994. – 248 s.

5. Hlushko O. Khudozhnia publitsystyka : yevropejski tradytsii i suchasnist / O. Hlushko. – K., 2010. – 188 s.

6. Slovnyk ukrainskoi movy : v 11 t. / [red. koleh. I. K. Bilodid (holova) ta in.]. – K. : Naukova dumka, 1973 – 1980. – T. 4 : I – M / [red. A. A. Buriachok, H. M. Hnatiuk, P. P. Dotsenko]. – K. : Naukova dumka, 1973. – 840 s.

7. Shevchenko V. Evoliutsiia klasyfikatsii zhanriv zhurnalistyky / V. Shevchenko. // Derzhava ta rehiony. Seriya : Sotsialni komunikatsii. – 2012. – №1. – S. 125–129.

8. Stavytska L. Argo, zhargon, sleng : Sotsiialna dyferentsiiatsiia ukrainskoi movy / L. Stavytska. – K. : Krytyka, 2005. – 462 s.

9. Koloiz Zh. Porushennia frazeologichnykh norm yak odyin iz sposobiv intensyfikatsii vyraznosti u movi ZMI / Zh. Koloiz. // Mandrivets. – 2004. – №2. – S. 34–39.

10. Maljarchuk U. Vyrazhenie ocenki v tekstah sovremennykh SMI: frazeologicheskij uroven' / U. Maljarchuk. // Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta im. V.I. Vernadskogo : Seriya «Filologija. Social'nye kommunikacii». – 2013. – Tom 26 (65). – № 3. – S. 195–200.

11. Ponomariv O. Stylistyka suchasnoi ukrainskoi movy : pidruchnyk / O. Ponomariv. – K. : Lybid, 1993. – 248 s.

12. Pylynskyi M. Ekspresyvnist stilju masovoi politychnoi informatsii / M.



Pylinskyi. // *Movoznavstvo*. – 1977. – №5. – S. 35-46.

13. Haller M. Reportazh : navch. posibnyk / za zahal. red. V. F. Ivanova. – K. : Akademiai Ukrainskoi presy, Tsentr Vilnoi Presy, 2011. – 348 s.

14. Mamalyha A. Syntaksys tekstu [tekst] / A. Mamalyha. // Rizun V. Narysy pro tekst. Teoretychni pytannia komunikatsii i tekstu / V. Rizun, A. Mamalyha, M. Feller. – K. : RVTs «Kyivskyi universytet», 1998. – S. 62-221.

15. Solganik G. Stilistika teksta / G. Solganik. – M. : Flinta, Nauka, 1997. – 256 s.

16. Koval'chuk N. Sintaksicheskaja struktura predlozhenija v informacionnyh tekstah : (Na materiale ukrainских gazet, radio i televidenija) : dis. kand. filol. nauk : 10.02.02. – russkij jazyk / N. Koval'chuk. / – Dnepropetrovsk, 1980. – 177 s.

17. Shvec A. Publicisticheskij stil' sovremennogo russkogo literaturnogo jazyka (O nekotoryh osobennostjah sovremennoj gazetnoj rechi i tendencijah ee razvitiya) / A. Shvec. – K. : Vyshcha shkola, 1979. – 127 s.

18. Zahnitko A. Teoretychna hramatyka ukrainskoi movy. Syntaksys : monohrafiia / A. Zahnitko. – Donetsk : DonNU, 2001. – 662 s.

19. Halaibida O. Vstavleni konstruktsii v ukrainskomu khudozhnomu teksti : avtoref. dys. kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 – ukrainska mova / O. Halaibida. – K. : B.v., 2009. – 20 s.

20. Ladyniak N. Estetychna funktsiia rechen iz vstavlenymy konstruktsiiamy u khudozhnomu movlenni Ivana Bahrianoho / N. Ladyniak. // *Ukrainistyka : novi imena v nautsi* : Zbirnyk naukovykh prats. – Horlivka : Vyd-vo HDPIIM, 2006. – S. 121-125.

21. Kulyk B. Kurs suchasnoi ukrainskoi literaturnoi movy. Chastyna II. Syntaksys : pidruchnyk dla fakul'tetiv movy i literatury pedahohichnykh instytutiv / B. Kulyk. – K. : «Radianska shkola», 1961. – 281 s.

22. Navchuk H. Formalno-syntaksychni ta funktsionalno-semantychni osoblyvosti oklychnykh rechen u suchasni ukrainskii movi : dys. kand. filol. nauk : spets. 10.02.01 – ukrainska mova / H. Navchuk. / Kam'ianets-Podil'skyi derzhavnyi universytet. – Kam'ianets-Podil'skyi, 2004. – 205 s.

23. Buinytska T. Funktsionuvannia partselovanykh struktur u khudozhnomu teksti / T. Buinytska. // *Naukovi zapysky*. – Vypusk 89 (5). – Serii : Filolo-hichni nauky (movoznavstvo). – Kirovohrad : RVV KDPU im. V. Vynnychenka, 2010. – S. 24-26.

24. Rossman V. Tehniki punktuacii : znak prepynaniya kak filosofskij metod / V. Rossman. // *Voprosy filosofii*. – 2003. – №4. – S. 68-76.

Bykova Olha

Linguistic and text parameters of modifications in the genres of modern reports

In the article it is considered and systematized the linguistic and text innovations in the modern press reporting. It is found out that political, economic and psychological changes in the life of society predetermine the certain changes in the reporting media texts. In this research a special attention is paid to lexic phraseological and syntactic facilities, as they make the text vivid and emotionally painted, expressing attitude of a journalist to a message and an addressee.

Keywords: genre, reporting, modification.



Быкова Ольга

ЯЗЫКОВО-ТЕКСТОВЫЕ ПАРАМЕТРЫ МОДИФИКАЦИЙ В ЖАНРЕ СОВРЕМЕННОГО ПРЕССОВОГО РЕПОРТАЖА

В статье рассмотрены и систематизированы языково-текстовые инновации в современном прессовом репортаже. Выяснено, что политические, экономические и психологические изменения в жизни общества вызывают определенные изменения в репортажных медиатекстах. Особое внимание в исследовании обращено на лексико-фразеологические и синтаксические средства, поскольку они делают текст образным, эмоционально обогащенным, выражают отношение говорящего к сообщению и к адресату.

Ключевые слова: жанр, репортаж, модификация.



Уляна Лешко,

канд.наук із соц.комун.

УДК 007.304.070

ВІННИЦЬКИЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ ЧОЛОВІКІВ «СВОЙ МИР»: СТРУКТУРА, ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНЕ НАПОВНЕННЯ

У статті здійснено комплексний аналіз структури та жанрово-стильових особливостей сучасного вінницького журналу для чоловіків «Свой мир». Видання виходить з 2005 року та розраховане на чоловіків середнього та старшого віку, які йдуть в ногу з часом та стежать за новинками у різних сферах життя, зокрема цікавляться риболовлю, полюванням, зброєю. «Свой мир» формує образ успішного чоловіка, який досягнув в житті набагато більше, адже в нього є улюблене хобі (захоплення). На його сторінках немає матеріалів еротичного спрямування, відвертих жіночих фото. Журнал дає поради, консультує, допомагає. У виданні найчастіше публікуються матеріали таких жанрів: інтерв'ю, репортаж, стаття, портретний нарис.

Ключові слова: журнал «Свой мир», періодика для чоловіків, журналістські жанри, текстове наповнення.

Вступ. Серед багатогранної палітри сучасної періодики України особливе місце посідають журнальні видання для чоловіків, різноманітні за типологією та читачьким спрямуванням. На сьогодні більшість українських чоловічих видань є аналогами російських або європейських журналів. Та й їх поява є «результатом дуже специфічного історичного явища, а саме сексуальної ре-волюції. Тому за тематичним спрямуванням це зазвичай еротичні видання. Проте чоловічі часописи – «реалія сучасного медіаринку». Вони дедалі частіше урізноманітнюють тематичне наповнення [1, с. 173]. Варто зазначити, що не досить популярним є таке явище, як регіональна чоловіча періодика. Проте у місті Вінниці видаються аж два чоловічих журнали («Свой мир» та «Мажор»). Актуальність пропонованого дослідження зумовлена відсутністю в журналістикознавстві цілісного структурно-типологічного аналізу сучасних регіональних журналів для чоловіків, визначення їх жанрово-стильового розмаїття.

Періодичні видання для чоловіків ставали предметом дослідження в поодиноких працях українських дослідників (Н. Баландіної [2], В. Демченко [3, с. 9–13], І. Дяченко [4, с. 109–113], А. Животка [5], В. Каленича [6, с. 59–62], К. Ліпатнікової [7, с. 173–176]) та російських (С. Дозморової [7, с. 171–177], О. Смірної [8]).



В. Демченко наголошує на типологічних особливостях чоловічого видання. Науковець зазначає, що в чоловічому журналі варто насамперед брати до уваги спрямованість (яка тема є провідною в часописі). Науковець робить висновок, що еротичне наповнення переважає в чоловічій періодиці [3, с. 9–13]. В. Шевченко є однією з небагатьох дослідників, які у поділі видань за змістом виокремлюють групу журналів для чоловіків [9].

Сучасний ринок чоловічих часописів активно розвивається. Вони відрізняються якісним поліграфічним оформленням, доволі великим обсягом, переважанням ілюстративного матеріалу над текстовим наповненням. Жанрово-стильове наповнення таких видань одноманітне. Стиль матеріалів нівельований, наскільки це можливо, а самовираження майже відсутнє. Мова вирізняється іронією, певним цинізмом. Використовуються різні засоби привертання уваги: дужки, знаки оклику чи знаки питання. Обсяг реклами порівняно з жіночою періодикою, невеликий [7, с. 171–177].

Незважаючи на певні спільні ознаки глянцевого видання для чоловіків, вони все-таки мають певні відмінності, різне тематичне наповнення, мета – формування різних образів чоловіків. До прикладу, журнал «Men's Health» «бачить» свого читача ерудованим, здоровим і сильним, приділяє увагу здоровому харчуванню, фізичному розвитку чоловіка [6, с. 62]. Часопис нав'язує думку, якими саме рисами повинен бути наділений його читач (твердість, витримка, рішучість, хоробрість, сміливість, відвага), хоча вони не завжди актуальні в сучасному житті [10, с. 71–74]. Часопис «Playboy» ро-зрахований на візуальне сприйняття, робить наголос на ефекті «забороненого плоду». Але й не забуває про інтелектуальний розвиток читача. Загалом чоловічі журнали можна поділити на дві групи: для перегляду і для прочитання.

Мета дослідження – здійснити комплексний аналіз структури та жанро-во-стильових особливостей сучасного вінницького журналу для чоловіків «Свой мир».

Завдання дослідження: визначити типологічні особливості чоловічої періодици; проаналізувати жанрово-тематичне наповнення та структуру сучасного вінницького чоловічого журналу «Свой мир».

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові методи дослідження змісту повідомлення. Завдяки порівняльному методу вдалося дати характеристику чоловічим журналам, з'ясувати спільне та відмінне в часописах. Для вивчення досліджуваного видання застосовано типологічний та описовий методи. Журналістський аналіз тексту використовувався задля виявлення його основних характеристик, жанрового наповнення часопису. Метод синтезу дав змогу поєднати всі елементи, виявлені в процесі дослідження, в єдину систему.

Результати й обговорення. У місті Вінниці видаються два журнали для чоловіків: «Свой мир» і «Мажор». Журнал «Свой мир» («Свой мир



мужских увлечений») – яскравий приклад чоловічої регіональної періодики. Російсь-комовний часопис виходить щомісяця з 2010р. накладом 5 тис. прим. Це од-не з небагатьох періодичних видань, яке утвердилось не лише в регіоні, а й за його межами, та має великий попит. Створене як часопис, що спеціалізується на чоловічих розвагах, розраховане на чоловіків, які йдуть у ногу з часом та стежать за новинками у різних сферах життя. Потенційними читачами часопису є люди середнього та старшого віку (від 30 до 60 років), які цікавляться риболовлю, полюванням, зброєю. Журнал не схожий на ти-пові чоловічі глянцеві журнали, в яких переважають жіночі фото еротичного змісту.

Часопис «Свой мир» має чотири розділи, в яких містяться рубрики відповідної тематики. У розділі «Свій інтерес» – цікавинки для автолюбителів. «Риболовля» – корисні поради затятим рибалкам. «Туризм» – цікава інформація зі світу туризму, в кожному номері міститься матеріал про визначні місця Вінниччини та світу. Розділ «Полювання» буде цікавим для любителів зброї, для чоловіків, які не уявляють свого життя без активного відпочинку. У межах цього розділу є певні недоречності. Серед рубрик, які подаються російською мовою («Человек с ружьем», «Напарник»), є українські «Пильнуй» та англійські «Face control». Інколи заголовок до статті російською мовою подається українською: «Кольорова собачка», підзаголовок «Сильная сторона винницких норных» (Свой мир. – 2013. – № 4–5. – С. 11). Така мовна строкатість ускладнює процес пошуку читачем потрібного матеріалу та сприйняття інформації.

Щодо жанрового наповнення, то найчастіше використовується жанр інтерв'ю. Важливо, що журналісти спілкуються не лише з молодими хлопцями, а й з чоловіками поважного віку. Фото співрозмовника зазвичай подається на обкладинці. Героями видання є чоловіки, які реалізували себе в улюбленій справі, досягли успіху в професійній діяльності та знайшли своє хобі. Великі яскраві світлини, цікаві життєві історії доповнюють інтерв'ю та створюють цілісну картину.

У журналі «Свой мир» найчастіше можна побачити інтерв'ю-монологи та інтерв'ю-діалоги. Зазвичай це особистісні інтерв'ю, інколи предметно-особистісні, які знайомлять читача з головним героєм не лише як з особистістю, але й як чоловіком-мисливцем чи рибалкою, який реалізував себе в житті, має певне захоплення. До прикладу, в інтерв'ю-монологі з мисливцем Василем Скрипнюком відповіді респондента подаються без запитань журналіста і розділені міжабзацними відступами. Перше речення кожного абза-цу виділене жирним шрифтом і акцентує увагу на основній думці мисливця: «Любов до собак почалася в мене з 14 років...»; «Мій офіційний мисливський стаж розпочинається з 1973 року»; «Найбільше розчарування згадую й сьогодні» (Василий Скрипнюк. Увлеченный охотник-собаковод, любитель норных и гончих // Свой мир. – 2012. – № 3. –



С. 8–9). Варто зазначити, що загалом інтерв'ю не містить провокаційних чи інтригуючих запитань – лише загальну інформацію про головного героя, що не втримує уваги читача.

В інтерв'ю-діалогах запитання також є доволі одноманітними. Під час спілкування з майстром спорту зі стрільби Сергієм Білоусом журналіст ви-дання ставить прості запитання, подекуди навіть нецікаві: «З якої зброї розпочинали?»; «Яку зброю порадите новачку?»; «Бували конфузи під час полювання?»; «Де полюбляєте полювати?». Проте співрозмовник відповідає досить ґрунтовно, ділиться власним досвідом. На запитання «Яким собакам надаєте перевагу?» реципієнт пропонує розгорнуту професійну відповідь: «Спершу у нас була лайка. Гарно полювала і підіймала дичину, але проблема в тому, що собака може відійти від мисливця на 100–200 метрів...» (Свой мир. – 2013. – № 4–5. – С. 6–7).

На сторінках «Свой мир» також трапляються матеріали у жанрі репортажу, статті, коментарю експерта. Журналісти рроводять опитування людей різного віку, соціального статусу, подають різнобічні судження. Майже у кожній рубриці увазі читачів пропонуються інформаційні статті, в яких розглядаються певні цікаві чи актуальні теми, що доповнюються порадами та бекграундами (історичними екскурсами). Наприклад, у рубриці «Ящик рибалки» розміщена стаття «Рибальський лікбез» (Свой мир. – 2011. – № 10. – С. 28–29), яка містить поради, яку саме вудочку і насадки обрати для ви-лову риби-хижака. Текст доповнений якісними фотоматеріалами. Супровод-жують статтю два тематично наближені тексти про збирання спінінгу та особливості підводної риболовлі.

Варто зазначити, що журналістським матеріалам часопису «Свой мир» притаманна нарисовість та використання емоційно забарвленої лексики. Яскравий приклад – інформація про спінінг, яка розпочинається таким чином: «Осінь – золотий період для спінінгістів. Після настання сезонних холодів ін-стинкт підказує рибалкам, що попереду не найкращий час, тому важливим є кожен погожий деньок. Не менш важливим є цей деньок і для рибалки зі спінінгом. Тільки у цю пору року можна втілити в життя заповітну мрію про багатокілограмовий трофей або відпочити на річці серед лісів, одяг-нених в багрянець і золото» (Свой мир. – 2011. – № 10. – С. 30).

Рубрика «Пряма мова» містить коментарі досвідчених мисливців чи рибалок. До прикладу, тему полювання на качок коментують четверо чоловіків з багаторічним мисливським досвідом. Один із абзаців перенасичений художніми засобами та вирізняється серед текстового масиву чоловічого жур-налу: «Жовтень постукав в домівки мисливців нашої області холодом ранків і вечорів, коротким світловим днем. Вже не дуже побродиш як у серпні на світанку чи після заходу сонця біля водойми, не полізеши за підстреленим пта-хом у холодну воду» (Качки розжирили // Свой мир. – 2011. – № 10. – С. 18–19).



Доволі поширеними на шпальтах часопису є публікації у жанрі репортажу. «Риб'ячі фокуси» – емоційно насичений матеріал про чемпіонат України зі спортивної риболовлі в Тернополі. Досконалу архітектоніку репортажу забезпечує поділ на внутрішні підрозділи з підзаголовками, інформація в межах яких відображає кожен день змагань та підбиття підсумків. Майстерність журналіста (використання емоційно-експресивної лексики та розмовного стилю) й фотографа (якісні, «живі» світлини) дає можливість читачеві відчувати усі емоції, які переживали учасники події: «Сюрпризи почалися не з риби, а з погоди. За законом «підлості» на попередньому тренуванні 1 лютого все виглядало досить пристойно: тепло +1, похмуренько, вітер ледь-ледь, дощу і снігу немає. Так само лінивенько покльовували йоржики середніх розмірів, рідше спортивний окуньок» (Свой мир. – 2013. – № 2-3. – С. 26-27). У цьому самому номері читачам пропонується ще один репортаж з елементами звіту «Зліт велотуристів в Польщі 2012» у рубриці «Туризм. Світ без кордонів» (Свой мир. – 2013. – № 2-3. – С. 42-44). Текст також емоційно насичений, доповнений великою кількістю світлин.

У рубриці «Свій інтерес. Авто» розміщено фоторепортаж з фіналу чемпіонату України з дрифту. Доволі емоційні та різнопланові світлини доповнюють коротку текстову інформацію, яка також містить художні засоби (Дрифт. Закриття сезону // Свой мир. – 2011. – № 11. – С. 18-19).

Журналісти видання «Свой мир» звертаються і до художньо-публіцистичних жанрів. Елементи нарису трапляються майже в усіх інтерв'ю. Портретний нарис є незмінним жанром у рубриці «Свій інтерес. Face control». В одному з осінніх номерів на обкладинці журналу можна було побачити чоловіка старшого віку – досвідченого міліціонера Віктора Тяжлова. Саме у формі портретного нарису читачам пропонували інформацію про цього генерала-лейтенанта міліції, спіроганізатора музею «Мій край поділля», активного мисливця та рибалку (Свой мир. – 2011. – № 11. – С. 7-9). Внутрішні підзаголовки не лише поділили текст на певні частини, але й слугували відображенням певного етапу життя героя нарису: «Шах-тар-артилерист», «Міліціонер-господар», «Залюблений в історію», «Любитель, але не фанат».

Часопис не залишає поза увагою і протилежну статтю (не зважаючи на те, що є виданням для чоловіків). Наприклад, у матеріалі «Євро-2011» про за-провадження в Україні європротоколів серед коментарів водіїв-чоловіків щодо нововведень на дорогах подається думка жінки Ірини, водія зі стажем.

У рубриці «Риболовля. Культ особистості» читачам пропонують портретний нарис про Тетяну Бевз – професійного рибалку, багаторазову переможницю різних конкурсів. У тексті немає іронії чи сарказму щодо захоплення жінки чоловічими хобі: «Їй підвладно у риболовлі все: і



поплавкова вудочка, і спінінг, і фідер. ...Тані вдавалося «розігрівати» рибу так, що підсумкове зважування показувало майже подвійне переважування Тетяниного вилову у порівнянні зі середньостатистичним учасником змагань». Відчувається щире захоплення також кулінарними талантами героїні (Свой мир. – 2012. – № 3. – С. 20–21).

Розділ «Своя цікавість» – цікава інформація про різні види вина, техніку, найкращі місця для відпочинку у Вінниці та області. Рубрика ознайомлює з технічними новинками з різних сфер, містить максимальну кількість інформації про ці інновації.

У межах рубрики «Психологія» журналісти радять, як рятуватися від депресії, поганого настрою, яким чином налагодити стосунки в колективі та сім'ї, правильно виховати дітей, інколи пропонують різноманітні психо-логічні тексти, завдання, логічні задачі. У публікації «А чи був хлопчик, або Як не придушити своє маленьке чудовище» (Свой мир. – 2011. – № 11. – С. 36–37) з використанням іронії та сарказму автор дає чоловікам кілька слухних порад: «...Відбулося: ще вчора ваше чадо повзало зі слинявими губками і радувало дідусів-бабусь, а сьогодні цей хоббіт вимагає гроші на морозиво. ...Образливо, що навіть до найпримхливішої техніки завжди є інструкція, а під час виховання дитини ви схожі на снайпера». Далі автор тексту пропонує «стати батьком та активно брати участь у вихованні маленького неан-дертальця».

Журналісти видання «Свой мир» описують і спортивне життя у Вінниці та розповідають про спортивні досягнення українських спортсменів. Автори цю тему доповнюють експрес-опитуваннями та фото з місця подій. Також у часописі публікуються інтерв'ю з відомими спортсменами, тренерами, вболівальниками.

На шпальтах видання можна віднайти інформацію про цікаві події в містах України на місяць, анонси кінострічок. Майже в кожному номері є матеріали, присвячені вину та каві (історія, правильне вживання цих напоїв, особливості виготовлення, зберігання). Не забуває журнал і про тенденції чоловічої моди, зокрема спортивної (рубрика «Туризм», «Для своїх»).

До кожного розділу вдало підібрана тематична реклама. Якщо це полювання, то на розвороті журналу, наприклад, розміщується рекламна інформація про нові види зброї. Немає реклами одягу, чоловічої косметики, адже журнал спеціалізується на чоловічих захопленнях, а не догляду за зовнішністю. Для початківців подається інформація законодавчого характеру – відомості про новації в законах, які стосуються мисливства та риболовлі.

Особливістю текстів журналу є активне використання художньо-стилістичного прийому аллюзія – «відсилання до певного літературного твору, сюжету чи образу, а також історичної події з розрахунку на ерудицію читача, покликаною розгадати закодований зміст». Завдяки



заголовкам-алюзіям налагоджується безпосередній контакт між емоційними сферами автора і читача, оскільки такі заголовки «розширюють межі твору, створюють смислову перспективу, збільшують емоційність тексту» [11, с. 30–37]. До прикладу, матеріал про жіноче свято має заголовки «Мартовский код» і підзаголовки «Как не ударить букетом в грязь» (Свой мир. – 2012. – № 3. – С. 72). У рубриці «Туризм» текст про Об'єднані Арабські Емірати приваблює читача багатозначним заголовком «Тысяча и одно удовольствие» (Свой мир. – 2012. – № 3. – С. 52).

Часто для заголовків використовуються назви відомих фільмів, цитати з пісень, мультфільмів: «Ориентация – север» (Свой мир. – 2011. – № 10. – С. 36); «Кто на новенького» (Свой мир. – 2011. – № 11. – С. 56); «Трубку курит бабушка моя» (Свой мир. – 2011. – № 12. – С. 10); «По щучьему веленью» (Свой мир. – 2012. – № 3. – С. 22).

Висновки. Сучасний український ринок глянцевого журналістики для чоловіків переповнений різноматичними часописами, які розподілені за інтересами, тематичним наповненням, цільовим призначенням та професійною діяльністю. Чоловічі видання з упевненістю можна вважати самостійною ланкою в типологічній системі української журналістики. Періодику для чоловіків варто поділяти на дві групи: часописи «для прочитання» та часописи «для перегляду». Цей поділ чітко окреслює змістове наповнення видань, дає змогу вивчити їхню аудиторію.

Доволі велику частку на ринку мас-медіа становлять журнали еротичного спрямування. На сторінках часописів популяризують та зображають жіноче тіло, жінках виступає об'єктом задоволення чоловічих потреб, а не особистістю. До цього масиву періодики варто зарахувати «Maxim», «Playboy», «XXL», «EGO» та ін. – група часописів «для перегляду». Винятком є журнал «Men's Health», який на своїх сторінках популяризує красу чоловічого тіла, а не жіночі принади, пропагує здоровий спосіб життя, віддає перевагу спортивним рубрикам, матеріалам, присвяченим фізичному здоров'ю. Ще одним неординарним за змістовим наповненням є журнал «Свой мир», який можна не лише погортати, переглянути, але й почитати варті уваги тексти. Потрібно зауважити, що цей часопис є регіональним виданням і спеціалізується на чоловічих хобі та захопленнях. Незважаючи на свій юний вік, журнал знайшов потенційного читача та зарекомендував як якісне видання.

Його стиль значною мірою відрізняється від тих журналів, які звикли читати представники чоловічої аудиторії. «Свой мир» формує образ успішного чоловіка, який досягнув в житті набагато більше, адже в нього є улюблене хобі (захоплення). Він заохочує читати, пізнавати, а не лише гортати чи переглядати. На його сторінках немає матеріалів еротичного спрямування, відвертих жіночих фото. Журнал дає поради, консультує,



допомагає. «Свой мир» створений інформувати про захоплення сучасного мужнього чоловіка.

Журналістські тексти у виданні логічно структуровані, для них характерна фактологічність та образність, які поєднуються з емоційністю. Матеріали науково-популярного стилю набувають розмовного стилістичного забарвлення, що забезпечує правильне та повноцінне сприйняття інформації читачем.

Мас-медійний простір створив сприятливі умови для подолання стереотипів щодо наповнення чоловічої періодики. Представники сильної половини людства готові читати видання, створені по-новому. Яскравим прикладом є вінницький регіональний журнал «Свой мир», який за доволі короткий період існування здобув популярність та прихильність читачів.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Ліпатнікова К. С.* Два вороги чоловічих журналів: мораль та інтернет / К. С. Ліпатнікова // *Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації.* – 2010. – № 1. – С. 173–176.
2. *Баландіна Н.* Якого чоловіка нам пропонують? / Н. Баландіна // *Журналістика, філологія та медіаосвіта : у 2 т.* – Полтава : Освіта, 2009. – С. 7–14.
3. *Демченко В.* Феномен жіночого глянцевого часопису: особливості читачького сприйняття / В. Демченко // *Наукові записки Ін-ту журналістики.* – К. : Інститут журналістики, 2002. – Т. 8. – С. 9–13.
4. *Дяченко І.* Журнал «МАХІМ» як презентант українського чоловічого часопису в національному медіапросторі / І. Дяченко // *Держава та регіони. Сер. : Гуманітарні науки.* – 2010. – №1–2. – С. 109–113.
5. *Животко А. П.* Історія української преси / упоряд., авт. іст. біогр. нарису та приміт. М. С. Тимошик. – К. : Наша культура і наука, 1999. – 180 с.
5. *Каленич В. М.* Моделювання образу чоловіка на сторінках чоловічих глянцевиx видань / В. М. Каленич // *Держава та регіони. Сер. : Соціальні комунікації.* – 2013. – № 9. – С. 59–62.
6. *Дозморова С. И.* Типологические особенности журналов для мужчин / С. И. Дозморова / *Типология периодической печати.* – М. : Аспект Пресс, 2007. – С. 171–177.
7. *Смірнова О.* Проблематика СМІ: Информационная повестка дня : Учеб. пособ. для студ. вузов / под. ред. М. В. Шкондина, Г. С. Выгуба, Т. И. Фроловой. — М. : Аспект Пресс, 2008. — 316 с.
8. *Шевченко В.* Типологія сучасних журналів – засіб вивчення світогляду суспільства [Електронний ресурс] / В. Шевченко – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1990>. – Дата доступу: 22.04.2015.
10. *Бондаренко О.* Гендерний підхід у лексичній семантиці / О Бондаренко // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Лінгвістика: зб. наук. пр.* – Херсон : Вид-во ХДУ, 2006. – Вип. 4.– С. 71–74.
11. *Джанджакова Е.* Об использовании цитат в заглавии художественных произведений / Е. Джанджакова // *Структура и семантика текста.* – Воронеж. – 1988. – С. 30–37.



Reference list

1. Balandina N. Yakoho cholovika nam proponuiut? / N. Balandina // Zhurnalistyka, filolohiia ta mediaosvita: u 2 t. – Poltava: Osvita, 2009. – S. 7–14.
2. Bondarenko O. Hendernyi pidkhid u leksychnii semantytsi / O Bondarenko // Naukoviy visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Ser. «Linhvistyka»: Zb. nauk. pr. – Vyp. 4. – Kherson: Vyd-vo KhDU, 2006. – S. 71–74.
3. Demchenko V. Fenomen zhinochoho hliantsevoho chasopysu: osoblyvosti chytatskoho spryiniattia / V. Demchenko // Naukovi zapysky. – K.: Instytut zhurnalistyky, 2002. – T. 8. – S. 9–13.
4. Dzhandzhakova E. Ob yspolzovanyy tsytat v zahlavvy khudozhestvennykh proyzedenyi / E. Dzhandzhakova // Struktura y semantyka teksta. – Voronezh. – 1988. – S. 30–37.
5. Dozmorova S. Y. Typolohycheskye osobennosti zhurnalov dlia muzhchyn / S. Y. Dozmorova / Typolohiya peryodycheskoi pechaty. – M.: Aspekt Press, 2007. – S. 171–177.
6. Diachenko I. Zhurnal «MAXIM» yak prezentant ukrainskoho cholovichoho chasopysu v natsionalnomu media-prostori / I. Diachenko // Derzhava ta rehiony. Serii: Humanitarni nauky. 2010. – №1–2. – S. 109–113.
7. Zhyvotko A. P. Istoriiia ukrainskoi presy / Uporiad., avt. Ist. – biohr. narysu ta prymit. M. S. Tymoshyka. – K.: Nasha kultura i nauka, 1999. – 180 s.
8. Kalenych V. M. Modeliuvannia obrazu cholovika na storinkakh cholovichykh hliantsevykh vydan / V. M. Kalenych // Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii. 2013. – № 9. – S. 59–62.
9. Lipatnikova K. S. Dva vorohy cholovichykh zhurnaliv: moral ta internet / K. S. Lipatnikova // Derzhava ta rehiony. Serii: Sotsialni komunikatsii. 2010. – № 1. – S. 173–176.
10. Smirnova O. Problematyka SMY: Ynformatsyonnaia povestka dnia: Ucheb. posobyie dlia studentov vuzov / Pod. red. M. V. Shkondyna, H. S. Vychuba, T. Y. Frolovoi. – M.: Aspekt Press, 2008. – 316 s.
11. Shevchenko V. typolohiia suchasnykh zhurnaliv – zasib vyvchennia svi-tohliadu suspilstva [Electronic resource] / V. Shevchenko // Reference: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1990>. – Accessed: 22.04.2015.

Leshko Uliana

Vinnytsya Magazine for men “Svoi Mir”: structure, genres, topics

Abstract. This paper analyzes the structure, genres and topics of the Vinnytsya magazine for men “Svoi Mir”. Appeared in 2005 the magazine is specialized on the entertainment of modern men and is designed for men who are up to date and follow the novelties in the various spheres of life. The readers of the magazine are the young and older men (30–60 years) who like hunting, fishing and guns. “Svoi Mir” makes the image of a successful man, because he has hobbies. The magazine does not print erotic materials, women’s photos. The magazine advises and teaches, helping to make decisions. The magazine “Svoi Mir” uses genres: interview, reportage, article, essay, the texts have some elements of opinion-based journalism. “Svoi Mir” informs about the interests of a modern brave man.

Keywords: magazine “Svoy Mir”, magazines for men, journalistic genres, text contents.



Лешко Юлианна

**ВИННИЦКИЙ ЖУРНАЛ ДЛЯ МУЖЧИН «СВОЙ МИР»:
СТРУКТУРА, ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ НАПОЛНЕНИЕ**

В статье осуществлен комплексный анализ структуры и жанрово-стилистических особенностей современного винницкого журнала для мужчин «Свой мир». Издание выходит с 2005 года и рассчитано на мужчин среднего и старшего возраста, которые идут в ногу со временем и следят за новинками в разных сферах жизни, в частности интересуются рыбалкой, охотой, оружием. «Свой мир» формирует образ успешного человека, который достиг в жизни гораздо больше, ведь у него есть любимое хобби. На его страницах нет материалов эротического направления, откровенных женских фото. Журнал дает советы, консультирует, помогает. В издание чаще всего публикуются материалы следующих жанров: интервью, репортаж, статья, портретный очерк.

Ключевые слова: журнал «Свой мир», периодические издания для мужчин, журнальные жанры, текстовое наполнение.



Тетяна Іванюха,

канд.наук із соц.комун.

УДК 007.304.070

ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНИЙ СПЕКТР ДУХОВНО-ПРОСВІТНИЦЬКИХ ПРОГРАМ УКРАЇНСЬКОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ

У статті аналізуються сучасні процеси у сфері вітчизняного духовно-просвітницького телебачення: від розвитку цієї тематики в запорізькому телебаченні до появи духовно-просвітницького телеканалу «Глас» всеукраїнського масштабу. Поняття «духовно-просвітницька телепрограма» розглянуто на прикладі передач запорізьких каналів «Запоріжжя» та «Алекс», простежено використання ними інформаційних (репортаж, інтерв'ю), аналітичних (бесіда, ток-шоу, дискусія), художньо-публіцистичних (портретний, історичний нарис, замальовка) та змішаних жанрів(телемарафон). Контент- та жанровий аналіз авторських телепрограм ТК «Глас» засвідчує їх широкий проблемно-тематичний спектр (історія, культура, духовні пам'ятки, християнські святині, Біблія, її культурно-історичний простір, професійне покликання, християнська сім'я тощо). Виокремлено три жанрово-тематичні групи передач: пізнавально-розважальні, документально-освітні та духовно-просвітні, котрі демонструють жанровий синкретизм, суміщаючи художньо-публіцистичні (портретний, подорожний нарис, замальовка, есе, тележурнал, бесіда, інтерв'ю), документальні жанри та їх елементи (документальний фільм, документально-постановочна теленовела, екранізація подій, анімаційний та постановочний фільм).

Ключові слова: духовність, жанри телевізійної публіцистики, функції телебачення, духовно-просвітницька телепрограма.

Вступ. ЗМІ духовно-просвітницького спрямування стали на сьогодні невід'ємною складовою частиною українського медіапростору. Як зазначає А. Бойко, в Україні функціонують приблизно 380 найменувань релігійних ЗМІ: друкованих видань, радіо- та телепрограм, які разом із суспільними та політичними мас-медіа становлять сталу частку загальноінформаційного простору нашої держави [1]. Духовно-просвітницькими телепрограмами рясніє ефір регіональних, загальнонаціональних, а також спеціалізованих телеканалів. І це закономірно, адже духовне виховання українців нині стало загальнодержавною проблемою, справою всього українського народу. У виконанні цього завдання важлива роль належить телебаченню, основними функціями якого є такі: інформаційно-пізнавальної, ціннісно-орієнтаційної, комунікативно-естетичної, соціально-організаторської та ін. Усвідомлення українським суспільством потреби у створенні чітко продуманої, послідовної державної стратегічної програми підтримки телеканалів, які сприяють відродженню та утвердженню духовно-національних



ідеалів, – запорука успішної реалізації специфічних можливостей телебачення, яке має бути засобом не лише інформування, розважання, а й морального, національно-патріотичного, релігійного виховання – найважливіших складових частин процесу формування духовності суспільства. Через проблемність і специфічність сучасного національно-ідеологічного становища нашої держави виникла нагальна необхідність дослідження впливу програм українських телекомпаній на підвищення національної свідомості аудиторії; вивчення процесів відродження історичної пам'яті, культури, традицій народу, релігії, моралі засобами телебачення.

Деякі аспекти функціонування духовно-просвітницького сегмента телемовлення досліджували А. Бойко [1], К. Лученко [2], І. Пенчук [3], М. Рожило [4], Н. Темех [5]. Однак окремі програми цього типу на регіональному та всеукраїнському телебаченні, їх жанрово-тематичні особливості ще не ставали об'єктом та предметом наукового дослідження, тому ця розвідка є актуальною, адже вписує духовно-просвітницькі програми запорізьких телеканалів та ТРК «Глас» до всеукраїнського телезнавчого дискурсу.

Отож, мета дослідження – виявити особливості жанрового та тематичного розвитку програм духовно-просвітницького спрямування запорізьких телеканалів ЗОДТРК «Запоріжжя», ТРК «Алекс» та всеукраїнської ТРК «Глас». Досягнення мети передбачає виконання таких завдань: 1) з'ясувати сутність поняття «духовно-просвітницька телепрограма»; 2) розглянути жанрово-тематичну еволюцію духовно-просвітницьких телепрограм запорізьких регіональних телеканалів; 3) виявити жанрово-тематичні особливості та жанрові різновиди авторських програм телекомпанії «Глас».

Методи дослідження. Для аналізу наукової проблеми були використані такі методи дослідження: аналітичний, порівняльний та історичний методи застосовувалися для осмислення теоретичних аспектів функціонування духовно-просвітницьких телепрограм; метод спостереження, концептуальний, типологічний, жанрово-стилістичний і структурний – під час з'ясування проблемно-тематичного і жанрового спектра телепередач; для оцінки змістового наповнення телепередач використовувався контент-аналіз, а також описовий, системний методи та метод узагальнення.

Результати й обговорення. Сьогодні у телепросторі більшості регіонів України представлено чимало духовно глибоких і цікавих програм. Наприклад, на високі морально-етичні, національні та духовні пріоритети орієнтовані програми Черкаської ОДТРК «Рось»: «Храм душі», «Відкритий урок», «Шляхами духовності». Передачі Хмельницької ОДТРК «Поділля-Центр» («З Подільського кореня», «Криниця», «Музика рідного краю», «Жива вода», «Голос вічної любові», «Дзвони православ'я») спрямовані на зміцнення духовних складників, формування національного світогляду аудиторії, підвищення культурного, наукового та художнього рівня її розвитку. Залучають до вищих ідеалів духовної культури і передачі ОДТРК «Львів»:



«Портрет», «Львів мистецький», «Золота провінція», «Подаруй надію», «Недільна проповідь». У програмах ОДТРК «Лтава» «Вектори духовності», «З одвічністю на ти», «Струни душ людських» над іншими темами превають саме роздуми про вічне, духовне, сутнісне.

Тематичний план з виробництва та трансляції телепрограм Запорізької ОДТРК на 2013 р. включав 57 циклових телевізійних програм на держзамовлення, з яких 27 інформаційно-аналітичних, 16 науково-просвітницьких, 9 культурно-мистецьких, 1 музична, 4 дитячі [6]. Більшість цих програм за тематикою є морально-етичними та національно-патріотичними. З осені 2012 р. запроваджені щоквартальні соціальні проекти «З надією та сподіванням», присвячені питанням всиновлення малюків, соціального захисту дітей-сиріт та інвалідів. Щовесни проводиться телемарафон «Любов милосердствує», що готується спільно з Запорізькою єпархією УПЦ. Його мета – збір коштів для хворих дітей. Восени проводиться телемарафон «Під покровом Богородиці» для збору коштів на відбудову духовної святині Запоріжжя – Покровського собору. Напередодні Дня Перемоги у Великій Вітчизняній війні Запорізька ОДТРК вже традиційно організовує та транслює телемарафон «Пам'ять», де збираються кошти для ветеранів.

Традиційними стали репортажі-трансляції всеукраїнських змагань «Ла-ва на лаву», які організовує Запорізька ОДТРК та Запорізька федерація «Спас». Змагання проводяться тричі на рік: Різдвяні свята, Трійцю та По-крову. Трансляції тривають упродовж трьох годин. Також популярними є прямі репортажі з Покровського ярмарку, який проводиться з нагоди дня міста.

До публіцистичних належать духовно-просвітницькі програми журналістки О. Шевчук «Мистецтво жити» та «Стежини долі». Залежно від кількості запрошених до студії гостей програма може набувати ознак бесіди, дискусії або ток-шоу. В більшості випусків телепередачі «Стежини долі» ведуча проводить інтерв'ю з видатними запоріжцями – художниками (В. Булат), молодими представниками українських традиційних видів мистецтва (коваль О. Ракшевський, «спасівець» П. Карякін), музикантами, гумористами (Т. Білка, А. Новиченко) та учасниками музичних колективів (гурт «Табір уходить у небо»). Спілкуючись з цими високодуховними людьми, О. Шевчук робить додатковий наголос на благородності професії героя програми, на окремих деталях його біографії чи родоvodu. Окрім інтерв'ю, важливою складовою частиною випусків програми «Стежини долі» є «публіцистичні заспіви» та «публіцистичні відступи» [7]. Подаючи на початку програми з В. Булатом короткий сюжет про відбудову Свято-Покровського собору, а в середині програми – відступ із кадрами розпису художником собору, автор формує основну думку програми: мистецький шлях художника – це довга й терниста дорога до храму й до самого себе, та змушує глядача замислитися, куди він прямує, яка його власна доля.

Програми ТРК «Алекс», першого недержавного запорізького телеканалу, орієнтують глядача на сучасні, молодіжні духовні цінності: як досягти



успіху в певній справі, вижити в сучасному житті, йти в ногу з часом, знаючи про новинки моди та автопромисловості тощо («Караван», «Fashion Club», «Будьте здорові!» та інші). Виховання в душі традиційної духовності – патріотичне та релігійне – здійснюється за допомогою небагатьох програм – «Варто пам'ятати», «Любимый город», «Патріот Запоріжжя», «Під покровом Богородиці».

Девізом програми «Варто пам'ятати» є вислів «Справжня еліта та справжнє життя нашого краю», адже історію регіону пишуть окремі особистості, пам'ять про них – необхідна умова національного самоусвідомлення та патріотизму, ознака соціального здоров'я та культурний якір, що не дає нам загубитися у безмежному світі [8]. Яскраві сторінки історії Запорізького краю, розповіді про його видатних представників-будівничих втілені в публіцистичних жанрах портрету, нарису або замальовки.

Протягом кількох років в ефір телеканалу виходила інформаційно-публіцистична програма «Патріот Запоріжжя», присвячена добродійним акціям однойменного благодійного фонду, заснованого в 2005 р. Зміст програми становлять позитивні новини та події, а її слоган – «З любов'ю до рідного міста». Кожен випуск складається з кількох інформаційних сюжетів про різноманітні соціальні, культурно-освітні акції, котрі реально покращують життя рідного міста: благоустрій дворів, дозвілля городян, досягнення жителів Запоріжжя в трудовій, спортивній, культурній діяльності, медичне обслуговування малозабезпечених або тих, хто потрапили в складну життєву ситуацію, розповіді про запоріжців, котрі отримали допомогу від фонду «Патріот Запоріжжя».

Програма «Під покровом Богородиці» сьогодні є взірцем духовно-просвітницького телепроекту та християнської телепрограми на запорізькому телебаченні. Автори програми – журналістка Ніна Чорна (вона ж є ведучою програми) та священник Олександр Овчаренко. Розпочинається програма із заставки – зображення Кафедрального Свято-Андріївського собору, показ якого супроводжується духовним піснеспівом і словами диктора «Свята Церква – це Тіло Христове. Програма «Під покровом Богородиці» розповідь, чим живе та дихає Запорізька єпархія» [8].

Спочатку автори проекту відмовилися від студії і створили передачу в жанрі публіцистичного нарису або репортажу-роздуму про нагальні духовні проблеми, поняття, таїнства та обряди: мистецтво з духовної точки зору (Вип. 3. – 8.05.2011), вшанування мощей святих (Вип. 4. – 22.05.2011), День захисту дітей і літній зліт учнів недільних шкіл (Вип. 5. – 4.06.2011), історія і сутність свята Трійці (Вип. 6. – 19.06.2011), Пересопницьке Євангеліє як пам'ятка національної культури (Вип. 12. – 11.09.2011), історія і сучасність монастиря Глинська пустинь (Вип. 14. – 9.10.2011), молитва як розкриття вищої сфери людини (Вип. 16–17. – 6, 20.11.2011). Нарис дає змогу розширити тематику програми і позиціонувати її як духовно-просвітницьку чи культурно-історичну, коли інформаційним



приводом не обов'язково є проблема, а просто цікава тема: від церковних канонів до народних традицій.

Сьогодні програма продовжує висвітлювати проблеми взаємовідносин Церкви і секуляризованого світу, здійснювати пошук точок дотику між духовним та світським життям. У 2012 р. телепередача «Під покровом Богородиці» змінила формат і почала виходити у жанрі інтерв'ю. В ефірі ведуча почала спілкуватися не лише з духовенством, а й з психологами, педагогами. Сьогодні ж це переважно розмови з представниками єпархіальних відділів – місіонерського, молодіжного, методичного, щодо взаємодії з правоохоронними органами, храмобудівництва тощо. При цьому також відбувається обговорення проблем виховання, відносин батьків і дітей, сирітства, нарко-манії, жебрацтва, материнства, милосердя, природи людського гріха, витоків творчості й натхнення, любові та відповідальності за ближнього.

Тематичні пріоритети всеукраїнського телеканалу «Глас» впливають із тих завдань, які ставить перед собою творчий колектив: «Допомогти глядачам почути слова істини, премудрості, добра і правди, що містяться в текстах Святого письма, вітчизняних і зарубіжних філософів, істориків, письменників та поетів, в усній народній творчості тощо; показати красу Бо-гом створеного світу; на прикладах нашої історії та культури донести думку про те, що ми є нащадками великого народу святої Київської Русі» [9].

Сітка мовлення ТК «Глас» формується винятково з авторських програм власного виробництва. В ефірі телеканалу відсутня комерційна реклама і програми політичного змісту. Основні глядачі – люди, які цікавляться питаннями духовного і культурного розвитку, світовою та національною історичною спадщиною. Продукція каналу – для відкритих сучасним тенденціям людей, які прагнуть самовдосконалення й духовного розвитку, для молоді та дітей, які хочуть знати все і бути вільними у своєму виборі. На культурне збагачення, поширення вищих моральних та духовних цінностей у суспільстві спрямовані програми усіх трьох жанрових груп: пізнавально-розважальні, документально-освітні та духовно-просвітні.

До пізнавально-розважальних належать передачі «Дивосвіт», «Зодчество», «Шишкин Ліс», «Мое звірятко», «Добре слово», «Як і чому», «Земля заповідна», «Наш час», «Моя професія», «Божого світу краса», «Дитячі долоньки», «Трапеза», «Твій компас. Паломницькі подорожі та дослідження», «Градъ.UA», «Шлях до святині». Контент-аналіз цих телепрограм засвідчує, що більшість із них містять науково-популярну, природознавчу, краєзнавчу та подібну інформацію, поєднують ознаки таких жанрів, як подорожній нарис, замальовка, тележурнал, бесіда. Ці телепрограми призначені для сімейного перегляду, спрямовані на дитячу та молодіжну аудиторію й успішно виконують освітню функцію, що передбачає не лише формування знань та вмінь, але й позитивних особистих рис, світогляду, переконань, естетичних поглядів, системи цінностей.



Документально-освітні передачі ТК «Глас» – «Людина праці», «Портрет», «Спадщина», «Автограф», «Рідні люди». Це розповіді про визначні куточки нашої Батьківщини, пов'язані з життям і діяльністю визначних історичних постатей (історика М. Грушевського, художників В. Забашти, О. Мурашка та М. Самокиша, письменників О. Довженка, А. Малишка, компо-зиторів Ж. і Л. Колодубів, археолога Б. Мозолецького, співачки К. Шульженко, конструктора О. Антонова та багатьох інших), історичні портрети визнаних культурних, політичних, наукових діячів та портрети сучасних видатних українців (політиків, науковців, художників, поетів, священників, лікарів, військовослужбовців, журналістів) представлені у жанрах портрет-ного нариса, інтерв'ю, документального фільму. Ці сюжети на тлі сучасного українського телебачення, яке дедалі більше уваги приділяє розважальному контенту, якісно вирізняється ТК «Глас» завдяки документально-освітнім пe-редачам, гармонійно поєднуючи розважальний складник, інтелектуальну на-повненість, патріотичне спрямування, утверджуючи ідеали добра, праці та служіння ближньому.

Серед духовно-просвітницьких передач телеканалу – «Життя святих», «Скрижалі душі», «Шлях до святині», «Образ доброчинності», «Сторінки Євангелія», «Духовні пісні». Ці програми мають однаково потужне морально-виховне, духовно-освітнє та катехізичне спрямування. У них пояснюються віросповідні істини Православної Церкви, розтлумачується значення Біблії загалом та її окремих книг, сюжетів і постатей, християнські принципи жит-тедіяльності суспільства. Християни знайомляться з давніми та сучасними святими та святинями всього православного світу. Варто відзначити жанро-вий синкретизм цього типу програм. Духовно-просвітницькі передачі ТК «Глас» – це і документально-постановочні теленовели про життя святих і подвижників благочестя Української Православної Церкви, й екранізація подій церковного життя, пов'язаних із календарними датами і традиціями Церкви, і анімаційні фільми, кожен з яких є квінтесенцією життя православного святого і розкриває одну з християнських чеснот, і постановочні фільми, що роз-кривають певний євангельський епізод (чудеса Христа, притчі), а також пейзажні нариси із сучасними краєвидами тих місць, де відбувалися біблійні та церковно-історичні події.

Висновки. Отже, регіональне телебачення не залишилося осторонь процесу розширення релігійного сегмента масових комунікацій. Аналізуючи низку програм ОДТРК «Запоріжжя» («Телекур'єр», «Легенди Запоріжжя», «Мистецтво жити», «Стежини долі») та ТРК «Алекс» («Варто пам'ятати», «Патріот Запоріжжя», «Під покровом Богородиці»), котрі не тільки інформують, але й орієнтують, навчають, формують уявлення, цінності, смаки, спонукають до пізнання, до морально-духовного самовдосконалення, ми переконуємося, що сучасні регіональні телеканали виконують функцію гуманізації суспільства. Духовно-просвітницькі настанови на запорізьких



телеканалах транслюються через програми художньо-публіцистичного жанру.

Щодо жанрової специфіки, то духовно-просвітницькі передачі ЗОДТРК «Запоріжжя» та ТРК «Алекс» поступово переорієнтовуються з інформаційних жанрів (репортаж, інтерв'ю) на аналітичні (бесіда, ток-шоу, дискусія), художньо-публіцистичні (портретний, історичний нарис, замальовка) і змішані (телемарафон).

Контент- та жанровий аналіз авторських телепрограм ТК «Глас» засвідчує їх широкий проблемно-тематичний спектр: історія, культура, духовні пам'ятки, християнські святині України та інших країн, Біблія та її культурно-історичний простір, тваринний та рослинний світ, професійне покликання, християнська сім'я – це неповний перелік тематичних пріоритетів телеканалу. Телепрограми трьох виокремлених жанрово-тематичних груп – пізнавально-розважальні, документально-освітні та духовно-просвітницькі – демонструють жанровий синкретизм. В аналізованих передачах використовуються художньо-публіцистичні жанри журналістської творчості (портретний та подорожній нарис, замальовка, есе, тележурнал, бесіда, інтерв'ю), документальні жанри та їх елементи (документальний фільм, документально-постановочна теленовела, екранізація подій, анімаційний та постановочний фільм).

Збереження національної пам'яті, відродження та підтримка духовності, культури, притаманних нашому народові, – синтез цих культурних, духовних, комунікаційних інтенцій пропонують духовно-просвітницькі телепрограми. Вони як важливий соціальний інститут, як провідники християнських морально-етичних цінностей та речники Православної церкви – головного носія та захисника українських духовних надбань, – не тільки беруть участь у формуванні інформаційного поля та суспільної думки, але й є перешкодою розвитку деструктивних суспільних явищ.

Жанрове та тематичне багатство, великий потенціал духовно-просвітницьких програм щодо формування духовних цінностей, інтеграції суспільства заслуговують подальшого наукового вивчення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бойко А. А. Релігія в мас-медіа України : тексти лекцій / Алла Бойко. – К. : [Б. в.], 2009. – 158 с.
2. Лученко К. В. Освещение религиозных событий онлайн-СМИ / К. В. Лученко // Вестник Московского университета. Серия 10 : Журналистика. – 2009. – № 2. – С. 182–188.
3. Пенчук І. Л. Регіональне телебачення і радіомовлення у контексті формування національної свідомості молоді : автореф. дис. ... канд. філол. наук / І.Л. Пенчук. – К., 2003. – 20 с.
4. Рожило М. Інтернет-сайти православної церкви Волині як інноваційні канали релігійної комунікації / Марія Рожило // Теле- та радіожурналістика. – 2011. – Вип. 10. – С. 182–186.



5. Темех Н.Д. Українське телебачення і проблеми формування духовності молоді : автореф. дис. ... канд. філол. наук / Н. Д. Темех. – Львів, 2005. – 20 с.
6. Запорізька обласна державна телерадіокомпанія [Електронний ре-сурс]. – Режим доступу: <http://zodtrk.zp.ua/>. – Дата доступу: 21.01.2015.
7. Дмитровський З. Телевізійна журналістика : навч. посіб. / З. Д. Дмитровський. – 3-є вид., допов. – Львів : ПАІС, 2009. – 224 с.
8. Телерадіокомпанія «Алекс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://alextrv.zp.ua/>. – Дата доступу: 21.01.2015.
9. Телекомпанія «Глас» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.glas.org.ua/>. – Дата доступу: 21.01.2015.
10. Телевизионная журналистика. [Електронний ресурс]. / под ред. Г. В. Кузнецова, В. Л. Цвика, А. Я. Юровского – 4-е изд. – Режим доступу: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>. – Дата доступу: 21.01.2015.

Reference list

1. Boiko A.A. Relihiia v mas-media Ukrainy : teksty lektsii / Alla Boiko. – К. : [B.v.], 2009. – 158 s.
2. Luchenko K.V. Osveshhenie religioznyh sobytii onlajnovymi SMI / K.V. Luchenko // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika. – 2009. – № 2. – S. 182–188.
3. Penchuk I.L. Rehionalne telebachennia i radiomovlennia u konteksti formuvannia natsionalnoi svidomosti molodi : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk / I.L. Pen- chuk. – К., 2003. – 20 s.
4. Rozhylo M. Internet-saity pravoslavnoi tserkvy Volyni yak innovatsiini kanaly relihiinoi komunikatsii / Mariia Rozhylo // Tele- ta radiozhurnalistyka. – 2011. – Vyp. 10. – S. 182–186.
5. Temekh N.D. Ukrainske telebachennia i problemy formuvannia dukhovnosti molodi : avtoref. dys. ... kand. filol. nauk / N.D. Temekh. – Lviv, 2005. – 20 s.
6. Zaporizka oblasna derzhavna teleradiokompaniia [Electronic resource]. – Reference : <http://zodtrk.zp.ua/>. – Accessed: 21.01.2015.
7. Dmytrovskiy Z. Televiziina zhurnalistyka : navch. posib. / Z.D. Dmytrovskiy. – 3-ie vyd., dopovn. – Lviv : PAIS, 2009. – 224 s.
8. Teleradiokompanija «Aleks» [Elektronnij resurs]. – Reference: <http://alextrv.zp.ua/>. – Accessed: 21.01.2015.
9. Telekompaniia «Hlas» [Electronic resource]. – Reference: <http://www.glas.org.ua/>. – Accessed: 21.01.2015.
10. Televizionnaja zhurnalistika. – 4-e izdanie / pod red. G.V. Kuznecova, V.L. Cvika, A.Ja. Jurovskogo [Electronic resource]. – Reference: <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>. – Accessed: 21.01.2015.

Ivaniukha Tetiana

Genre and thematic spectrum of spiritual education programs on Ukrainian TV

In the article the current processes in domestic spiritual and educational television are analyzed, namely the evolution of this subject in Zaporizhzhya mass media to emergence of nationwide spiritual and educational channel “Glas”. The concept of “spiritual and educational TV program” is considered on the example of Zaporizhzhya TV channels “Zaporizhzhya” and “Alex”. Development of the analyzed type of programs from information genres (reportage, interview) to analytical (talk, talk show, discussion), artistic and journalistic (portrait, historical sketch, sketch) and mixed (telethon) is traced. Content- and



genre analysis of TV programs “Glas” proves the wide range of problem-thematic spectrum (history, culture, religious monuments, Christian shrines, Bible, its cultural and historical space, professional vocation, Christian family, etc.). Three genre and thematic groups of TV programs are determined: informative and entertaining, documentary and educational, spiritual and educational. All of those types demonstrate genre syncretism, combining artistic and journalistic genres (portrait, travel notes, sketch, essay, TV journal, talk, interview), documentary genres and their components (documentary film, documentary staging, TV novel, screen version of events, animation film).

Keywords: spirituality, genres of television journalism, television functions, spiritual and educational TV program.

Иванюха Татьяна

Жанрово-тематический спектр духовно-просветительских программ на украинском телевидении

В статье анализируются современные процессы в сфере отечественного духовно-просветительского телевидения: от развития этой тематики в запорожском телеэфире до появления духовно-просветительского телеканала «Глас» всеукраинского масштаба. Понятие «духовно-просветительская телепрограмма» рассмотрено на примере передач запорожских телеканалов «Запорожье» и «Алекс», прослеживается использование ими информационных (репортаж, интервью), аналитических (беседа, ток-шоу, дискуссия), художественно-публицистических (портретный, исторический очерк, зарисовка) и смешанных жанров (телемарафон). Контент- и жанровый анализ авторских телепрограмм ТК «Глас» подтвердил их широкий проблемно-тематический спектр (история, культура, духовные памятники, христианские святыни, Библия, ее культурно-историческое пространство, профессиональное призвание, христианская семья и т.д.). Выделены три жанрово-тематические группы телепрограмм: познавательно-развлекательные, документально-образовательные и духовно-просветительские. Выделенные типы программ демонстрируют жанровый синкретизм, совмещая художественно-публицистические (портретный, путевой очерк, зарисовка, эссе, тележурнал, беседа, интервью), документальные жанры и их элементы (документальный фильм, документально-постановочная теленовелла, экранизация событий, анимационный и постановочный фильм).

Ключевые слова: духовность, жанры телевизионной публицистики, функции телевидения, духовно-просветительская телепрограмма.



Костянтин Грубич ,

викладач інституту кіно і телебачення .

УДК 007 : 304 : 004.9

ЯКІСТЬ ЕФІРНОГО МОВЛЕННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ УСПІШНОСТІ КУЛІНАРНИХ ТЕЛЕШОУ

Якісне ефірне мовлення є дієвою соціально-комунікаційною технологією, комплексом-дією щодо широкої телевізійної аудиторії кулінарних шоу. Від правильної літературної мови із залученням елементів мови розмовної залежить ефективність сприйняття гастрономічної інформації. Рівень якості ефірного мовлення є складовою частиною телевізійного дискурсу кулінарних програм.

Ключові слова: ефірне мовлення, телевізійний дискурс, кулінарні шоу, комунікаційна технологія.

Вступ. Телебачення вже давно увійшло у повсякденне життя кожної української родини. А тому і мовлення, яке звучить з екрана, можна вивчати як одну із форм повсякденного мовленнєвого спілкування. На сьогодні перед творцями телевізійного продукту стоїть відповідальне завдання – за допомогою сучасних комунікаційних технологій втілювати взірці літературної мови.

В Україні поряд із державним телебаченням функціонують багато комерційних телестудій, їхній рейтинг значно перевищує показники державного мовника, проте якість української мови, що звучить в ефірі приватних каналів, на жаль, часто не відповідає запитам і потребам аудиторії. Тому ми схильні розглядати питання якості ефірного мовлення як елемент успішності каналу загалом та його окремих програм зокрема.

На сьогодні майже кожен телевізійний канал – від великого до малого – виробляє власне кулінарне шоу, що є безпрограшним засобом для підвищення рейтингів та залучення рекламодавців. Перевагою більшості подібних програм є спрямованість на пропаганду здорового способу життя, та надання пріоритету споживачами – глядачами шоу – якісним харчам для повсякденного харчування.

Різноманітні аспекти комунікаційних технологій кулінарних телешоу та жанрове різноманіття телевізійних програм розглядали російські дослідники В. М. Вільчек, М. О. Бережна, С. Л. Уразова, Б. М. Сапунов, Є. Л. Вартанова, А. Д. Криволап. Серед західних науковців про особливості виробництва кулінарних шоу згадували у своїх роботах Р. Уільямс, Х. Клейман, О. Тоффлер, Дж. Фіск, М. Кан, Р. Харріс (США), А. Бергер (Великобританія), А. Моль (Франція). Важливі аспекти у дослідження вітчизняної медійної сфери розкриваються у наукових працях В. В. Гоян, З. Є. Дмитровського, А. В. Яковця та у критичних зауваженнях



Т. Ю. Веремчук та Ю. Е. Фінклера (для «Телекритики»). Саме кулінарному складнику телевізійного контенту на вітчизняних каналах приділили увагу такі дослідники як Т. А. Захарс, С. В. Тагамлик, А. В. Юсипович. На жаль, перелік науковців є надто коротким.

Аналіз цих джерел засвідчив, що окремого дослідження якості ефірного мовлення саме кулінарних шоу не існує. Хоча телевізійний дискурс, основою якого є високий рівень мови – одна із дієвих соціально-комунікаційних технологій, що сприяють успішності кулінарних шоу. Російська дослідниця Є. Г. Ларіна розглядає телевізійний дискурс як телевізійну мову в ситуації соціальної взаємодії телекомунікатора і теле-аудиторії, що становить макросистему, в якій втілюється комунікація доволі широкого кола людей, які володіють різноманітними соціальними, віковими, професійними, територіальними та культурними характеристиками [1, с. 166–168]. Узагалі вивчення кулінарних шоу ще не виокремило-ся в самостійний напрям телевізійної критики і науки про телевізійні комунікації, що свідчить про перспективність наукового осмислення та узагальнення тенденцій розвитку комунікаційних технологій, як використовуються презентації гастрономічної культури.

Результати й обговорення. Після проведеного аналізу низки окремих досліджень та зіставлення думок вітчизняних і закордонних дослідників, телеаналітиків та ресторанных критиків ми пропонуємо власну схему якісного телевізійного продукту на гастрономічну тематику (див. рис.1).



Рис. 1. Диференціація технологій кулінарних проектів (за К. Грубичем, 2015)



Для вдалого донесення інформації кулінарної програми до споживача продюсерам, сценаристам і режисерам подібних шоу треба обирати таких ведучих та учасників програми, які з легкістю володіють живою, природною мовою, зрозумілою і близькою основній телеаудиторії кулінарних шоу – домогосподиням або, інакше кажучи, звичайним людям без надто високих інтелектуальних запитів. Телевізійна мова кулінарних проєктів повинна відображати своєрідний мовний портрет епохи, що розглядається нами так само, як і О. А. Лаптевою [2, с. 2, 11], як деяка доволі складно організована сукупність різновидів мовлення, що втілюється у різних жанрах. Вивчення різноманітних мовних жанрів сьогодні – це не стільки лінгвістичний опис структури жанрів або лексикологічний опис семантики їх імен у мові, скільки дослідження жанрів як важливого фактора спілкування людей [3, с. 150–178]. Відповідно до принципів прагматичного жанрознавства мова розглядається не лише у зв'язку з «людиною, яка говорить», але й, за твердженням В. В. Дементьєва [4, с. 27], неодмінно у діалогічному контексті комунікативної ситуації, а також – більш широко – у контексті мовної, соціальної, духовної культури.

Що стосується кулінарних проєктів, то тут дія відбувається лише в режимі діалогу, бо ведучий-кухар-презентатор приготування страви, незалежно від формату шоу, завжди веде діалог із глядачем, спонукаючи його активно засвоювати пропоновану інформацію, навіть повторювати демонстровані на телеекрані дії в себе на кухні. Атмосфера «інтимності», домашнього затишку вимагає прискіпливого ставлення навіть до тону мови учасників кулінарних шоу. Як зазначають Л. Г. Зубенко та В. Д. Немцов, «в усній мові інтонація виконує кілька функцій. Найважливіші з них – граматична, диференціююча, розділова й експресивна. Граматична функція інтонації полягає в тому, що перетворює ланцюжок слів на речення, висловлювання. Без інтонації речення немає. Розділова функція полягає в розчленуванні висловлювання на осмислені шматки (синтагми), що дає змогу промовцю скласти у фразу той чи той логічний зміст, смисл та передати чітко визначене судження. Диференціююча функція інтонації дозволяє нам розрізнити (диференціювати) основні типи висловлювань: ствердження, запитання та спонукування. Нарешті, експресивна функція інтонації – це передача слухачам почуттів, емоцій, переживань, якими охоплений лектор» [5, с. 18]. В ефірному мовленні кулінарних проєктів насамперед комунікаційна технологія «Інтонація» забезпечує ефективність сприйняття глядачем інформації на гастрономічну тематику.

Кулінарні шоу передбачають активну участь аудиторії у телевізійній комунікації, навіть більше – безпосередню участь телеглядачів у процесі створення передач: від пропозиції щодо вибору тих чи тих страв для приготування до особистої допомоги представника глядацької аудиторії в їх приготуванні. Телевізійний дискурс при цьому має бути максимально близьким глядацькій аудиторії: гастрономічні терміни потрібно подавати



не вузькопрофесійною мовою, а спрощеними відповідниками або роз'яснювати зрозумілою мовою. У більшості кулінарних телешоу телеглядач виступає як активний суб'єкт комунікації, його особистісні характеристики представляють інтерес як для телекомунікатора, так і для глядача біля екрана телевізора і часто стають основою змісту телевізійної програми. Таким чином, у кулінарних шоу особливо яскраво простежується тенденція поступового переходу від традиційного – «однобічного», монологічного типу телекомунікації до інтерактивного – «двобічного», діалогічного, що, своєю чергою розширює палітру діалогічних жанрів, які, за теорією М. М. Бахтіна [6, с. 208], протилежні за структурно-композиційними ознаками жанрам монологічним. Діалогічному типу комунікації, який має бути визначальним для кулінарних шоу, притаманні такі мовні ознаки як спонтанність та непередбачуваність, імпровізація, певна «свобода» у спілкуванні учасників та ведучих. Природність та порівняна легковажність мови кулінарних шоу, на наш погляд, є сильною зброєю авторів гастрономічних передач, комплексом-дією, власне комунікаційною технологією, завдяки якій інформація з телеекрана легко засвоюється аудиторією, швидко стає «своєю» для глядачів.

Водночас телевізійна мова кулінарних шоу має відповідати усім нормам мови літературної, не повинна бути надто спрощеною і містити лайку. Попри те, що в телевізійному дискурсі таких програм допускаються і навіть вітаються розмовні елементи, сама мова цього дискурсу за будовою лише нагадує розмовну мову і загалом становить публічний різновид усної літературної мови.

Український мовознавець Г. Гайович, досліджуючи способи взаємодії мовлення, мови та етикету, робить висновок, що етикет, зокрема мовний, завжди має національний відтінок та стала основою [7, с. 39–47]. Тому важливою умовою для вибору особи модератора подій, тобто ведучого в кулінарних шоу, що покликані презентувати найкращі здобутки української кухні, повинна бути його щира зацікавленість у поширенні ідей національної гастрономії, довіра до такої особи з боку аудиторії, певна «шляхетність» ведучого, адже їжа та етикет – поняття споріднені. Такі ведучі в історії українських кулінарних проектів були і досі не полишають екранів – починаючи від автора кулінарної рубрики у перших випусках «Сніданку з 1+1» у другій половині 90-х р. XX ст. академіка-філософа М. В. Поповича і аж до журналістки і політика О. В. Герасим'юк «Життя на смак» виробництва «ISTIL Studios», що виходив протягом 2011 р. на ТРК «Україна».

В. Т. Скуратівський у своїй етнографічній праці наводить особливі правила спілкування, які, на наш погляд, справедливі і для телевізійного дискурсу кулінарних шоу: «Ввічливість, уважність і чемність – основна вимога мовленнєвого етикету. Від чемного привітання, шляхетного потиску руки, невимушеної, ненав'язливої розмови виграш обопільний» [8].



Зазначимо, що елемент «шляхетного потиску руки», який слугує видом комунікаційної технології вітання, не завжди є визначальним і стовідсотково необхідним у кожному видовищному телепроекті, до категорії яких, поза сумнівом, належать передачі на гастрономічну тематику. Дослідниця Т. А. Захарс, вивчаючи етикет ведучого в контексті телевізійного ринку України на прикладі етичних норм поведінки Арама Мнацаканова, ведучого та шеф-кухаря програми «Пекельна кухня» (виробництво «Студії «1+1» за американським форматом «Hell's Kitchen») визначила унікальність та нестандартність його манери роботи: вона експресивна, брутальна, лайлива, має патогенний характер, що ми вважаємо специфічною формою комунікаційної технології у поведінці ведучого. Але при цьому залишається виправданою щодо формату та є одним із найвизначальніших елементів формування рейтингу програми [9, с. 226–232].

Загалом на сьогодні немає задокументованих правил, як саме має поводити себе журналіст чи ведучий програми у кадрі. Телевізійний етикет як поняття фундаментально не визначене, ґрунтується на таких поняттях, як культура, правила, норми. Безперечно, тип мовлення каналу та формат програми є одними з найбільш визначальних чинників формування культурного/некультурного образу та особливостей поведінки людини на екрані. Розважальний тип, на відміну від інформаційного, не передбачає чітких обмежень у поведінці ведучого, проте зважаючи на естетику відео-та звукового ряду, вона не повинна відходити за прийняті межі.

Влучною є думка Н. Формановської, яка мовленнєвий етикет розглядає як систему національно-специфічних стереотипів, прийнятих у суспільстві для встановлення контакту співрозмовників [10]. Принциповою позицією у цьому визначенні є врахування національного стереотипу, який на екрані виявляється яскравіше, ніж у реальному житті. В українських кулінарних шоу такими колоритними ведучими можна вважати народно-го артиста України Богдана Бенюка («Шоу самотнього холостяка», Перший національний, 1995–2002 роки) та народну цілительку Марію Стефанію («Здорова кухня», канал ICTV, 2007–2008 р.). У мові цих ведучих багато «народних слів», трапляється суржик, вуличні дотепи, проте це не сприймається брутально, а додає характерного фольклорного колориту, наближає згадуваних ведучих до цільової аудиторії.

Висновки. Мова в сучасних ЗМІ живе, еволюціонує, і завдання небайдужих до її долі журналістів-інтелігентів – вони ж-бо належать до основних творців найрізноманітніших текстів – дбати, щоб вона за цих обставин зберегла генетико-типологічні риси. На разі слушною є пересторога Ю. Шевельова, висловлена ще на початку 1990-х р.: "Чи багато з тих, хто активно оперує мовою, усвідомлює, що мова перебуває сьогодні на роздоріжжі не лише в тому, бути їй чи не бути, а й у виборі своєї майбутньої структури, і що кожний з нас, виробляючи ті чи інші слова й форми, го-



лосує за те, якою вона буде структурно" [11, с.14-17]. Отже, автори кулінарних шоу повинні усвідомлювати, що якість ефірного мовлення в їхніх передачах є вагомим елементом успішності цих телепрограм.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Ларина Е. Г.* Телевизионный дискурс и его жанровое разнообразие / Е. Г. Ларина // Вестник ВолГУ. Сер. 2 : Языкознание. – 2006. – №5 – С. 166-168.
2. *Лаптева О. А.* Живая русская речь с телеэкрана. Разговорный пласт телевизионной речи в нормативном аспекте / Ольга Лаптева. – 6-е изд. – М. : Издательство ЛКИ, 2007. – С. 2, 11.
3. *Кожина М. Н.* Стиль и жанр: их вариативности, историческая изменчивость и соотношение // Речеведение и функциональная стилистика: вопросы теории. – Пермь, 2002. – С. 150–178.
4. *Дементьев В. В.* Коммуникативная генристика: речевые жанры как средство формализации социального взаимодействия / В. В. Дементьев // Жанры речи. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2002. – Вып. 3. – С. 27.
5. *Зубенко Л. Г., Немцов В. Д.* Культура ділового спілкування: навч. посіб. / Л. Г. Зубенко, В. Д. Немцов. – К. : ЕксОб, 2007. – 200 с. – С.18.
6. *Бахтин М. М.* Работы 1940-х – начала 1960-х годов. / М. Бахтин // Собрание сочинений : в 7 т. – М. : Институт мировой литературы им. А. М. Горького РАН, 1996. – Т. 5. – С. 208.
7. *Гайович Г. В.* Поняття “мова”, “мовлення”, “етикет” у сучасному українському діловому середовищі / Г. В. Гайович // Фокус мови : науково-практичний журнал. – К. : Університет економіки та права “КРОК”, 2010. – С. 39–47.
8. *Скурятівський В. Т.* Берегиня: Художні оповіді, новели / В. Т. Скурятівський. – К. : Либідь, 1987. – 213 с.
9. *Захарс Т.* Етикет ведучого в контексті телевізійного ринку України / Т. Захарс // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л. : Вид-во ЛНУ ім. І. Франка, 2014. – Вип. 13. – С. 226–232.
10. *Формановская Н. И.* Речевой этикет и культура общения / Н. И. Формановская. – М. : Высшая школа, 1989. – 159 с.
11. *Кулик З.* Українська мова у сучасному ЗМІ / З. В. Кулик // Наука і суспільство. –1998. –№ 11-12. –С. 14–17.

Reference list

1. *Larina E. G.* Televizionnyj diskurs i ego zhanrovoe raznoobrazie. // Larina E.G. – Volgograd: Vestnik VolGU. Serija 2: Jazykoznanie. – №5/2006. – S. 166-168.
2. *Lapteva O.A.* Zhivaja russkaja rech' s telejekrana. Razgovornyj plast televizionnoj rechi v normativnom aspekte / Ol'ga Lapteva. – M.: Izdatel'stvo LKI, 6-e izd., 2007. – С. 2, 11.
3. *Kozhina M.N.* Stil' i zhanr: ih variativnosti, istoricheskaja izmenchivost' i sootnoshenie / Kozhina M.N. Rechevedenie i funkcional'naja stilistika: voprosy teorii. – Izbr. trudy. Perm. un-t, PSI, PSSGK: Perm', 2002. – S. 150-178.
4. *Dement'ev V.V.* Kommunikativnaja genristika: rechevyje zhanry kak sredstvo formalizacii social'nogo vzaimodejstvija // Zhanry rechi. – Saratov: izd-vo Sar-tovskogo un-ta, Sb. nauch. st. 2002. – Vyp. 3. , s. 27.
5. *Zubenko L.H., Niemtsov V.D.* Kultura dilovoho spilkuvannia. Navchalnyi posibnyk. – K.: «EksOb», 2007. – 200 s. – S.18.



6. Bahtin M.M. Raboty 1940-h - nachala 1960-h godov. / Bahtin M.M. Sobranie pochinenij v 7 tomah. – T. 5. – M.: Institut mirovoj literatury im. A. M. Gor'kogo RAN. – 1996. – S. 208.
7. Haiovych H. V. Poniattia “mova”, “movlennia”, “etyket” u suchasnomu ukrain-skomu dilovomu seredovyschi / H. V. Haiovych // Fokus movy. Naukovo-praktychnyi zhurnal №1. – K. Universytet ekonomiky ta prava “KROK”, 2010. – S. 39–47.
8. Skurativskiy V. T. Berehynia: Khudozhni opovidi, novely / V. T. Skurativskiy. – K : Lybid, 1987. – 213 s.
9. Zakhars T. Etyket veduchoho v konteksti televiziinoho rynku Ukrainy / T.Zakhars // Tele- ta radiozhurnalistyka : zb. nauk. pr. / Lviv. nats. un-t im. I. Franka. – L.: Vyd-vo LNU im. I. Franka, 2014. – Vyp. 13. – S. 226-232.
10. Formanovskaia N. Y. Rechevoi etyket y kultura obshcheniya / N. Y. For-manovskaia. – M. : Vysshaia shkola, 1989. – 159 s.
11. Kulyk Z. Ukrainska mova u suchasnomu ZMI / Z.V.Kulyk // Nauka i suspilst-vo. – 1998. - № 11-12. - S. 14-17.

Hrubbych Konstantyn

Quality of broadcasting as an element of success of cookery TV show

High-quality broadcasting is a social communication technology as a complex action aimed at a wide audience of cookery shows. Efficiency of perception of gastronomic information depends on correct literary language with elements of conversational language. Quality of broadcasting is a part of television discourse of cookery programs.

Keywords: broadcasting, television discourse, cookery shows, communication technology.

Грубич Константин

Качество эфирного вещания как элемент успешности кулинарных телешоу

Качественное эфирное вещание является действенной социально-коммуникационной технологией, комплексом-действием относительно широкой аудитории кулинарных шоу. От правильного литературного языка с использованием элементов речи разговорной зависит эффективность восприятия гастрономической информации. Уровень качества эфирного вещания является составляющей телевизионного дискурса кулинарных программ.

Ключевые слова: эфирное вещание, телевизионный дискурс, кулинарные шоу, коммуникационная технология.



Наталія Каралкіна ,

канд.філол.наук

УДК 070.1:654.197 (477.87):32.019.5

РОЛЬ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕБАЧЕННЯ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛУ «ТИСА-1»)

У науковій статті обґрунтовується важливість телевізійних ЗМІ у формуванні громадської думки; з'ясовується специфіка її висвітлення громадської думки на телеканалах регіонального масштабу, зокрема зосереджено увагу на особливостях мовлення державних та приватних телеканалів. У висновковій частині визначено найважливіші проблеми регіональної телевізійної журналістики у контексті висвітлення громадської думки.

Ключові слова: громадська думка, ЗМІ, регіональна журналістика, телепростір.

Вступ. Проблема взаємовпливу телевізійних ЗМІ і громадської думки актуалізується під час воєнних дій та інформаційної війни. Попри існування широкої мережі інтернет-медіа, телебачення й надалі суттєво впливає на свого глядача, сприяє формуванню його поглядів і переконань. Регіональні телевізійні ЗМІ найбільше наближені до свого глядача, тому вважаємо актуальним визначення питання їх ролі у формуванні громадської думки мешканців найзахіднішої області України. Ця проблематика є малодослідженою, і на сучасному етапі розвитку мас-медіа набуває особливого значення з огляду на необхідність захисту національних інтересів. Дослідження сприятиме визначенню пріоритетів регіонального мовлення на Закарпатті у період створення суспільного мовлення.

Базовими працями під час визначення впливу регіональних ЗМІ на формування громадської думки стали культурологічні дослідження проблем розвитку культурно-інформаційного простору, функціонування мас-медіа в Україні, які здійснили О. Гриценко [1, с. 2], І. Лубкович [2], І. Михайлин [3], Б. Потятиник [4], В. Різун [5] та ін.; роботи з історії та теорії політичних і соціокультурних трансформацій періоду незалежності, виконані В. Єгоровим [6], С. Абрамовим [7].

Регіональному телебаченню приділяє увагу Є. Дугін («Місцеве телебачення: типологія, чинники та умови формування програм» [8]) та Є. Соломін [9], праці якого стосуються інформаційного телепростору Луганщини. Чимале значення для нашого дослідження має праця Г. Кузнєцової «Телевізійна журналістика» [9]. Сучасна дослідниця К. Беломоїна [10, с. 7] розглядає проблеми регіонального телебачення в Україні і виокремлює переваги мовників, які сформувалися за часів незалежності.



Також у процесі дослідження звертаємося до інформаційно-аналітичного порталу «Телекритика» [11], журналісти якого здійснюють постійний аналіз сучасної медіасфери, проводять обговорення актуальних питань.

Метою наукової статті є з'ясування особливостей функціонування громадської думки на державному і комерційних телеканалах Закарпаття, визначення ролі регіонального телебачення у формуванні громадської думки.

Методи дослідження. Серед основних методів дослідження використовуються як загальнонаукові, так і прикладні: описовий, який дає змогу краще пізнати якісні особливості явища, а також діалектичний, компаративний, структурно-функціональний, статистичний. Діалектичний метод лежить в основі аналізу сутності суперечностей, які виникають під час спроб перетворення дійсності, а також керування суспільною свідомістю через телевізійні ЗМІ.

Результати й обговорення. Особливістю сучасного світу є те, що цивілізація наприкінці XX - на початку XXI ст. поступово перетворюється на інформаційну. Тому діяльність ЗМІ стає невід'ємним складником розвитку суспільства: саме вони визначають орієнтири, пропонують шляхи вирішення проблем. Сьогодні можемо говорити про глобалізоване інформаційне суспільство, хоча доволі важко стверджувати, якого впливу в ньому більше – позитивного чи негативного. Погоджуємося з думкою О. Гриценко щодо проблеми поширення «глобальної масової культури, яка призводить до стандартизації масової свідомості на основі культурних зразків, створених на Заході і неприйнятних для багатьох регіональних етнічних спільнот зі своїми власними традиціями. Крім того, специфікою глобалізаційних процесів в умовах становлення інформаційного суспільства є те, що політичні інститути держави поступово втрачають контроль над змістом інформаційного простору» [5, с. 13]. Дослідниця стверджує, що такий вплив загрожує національному інформаційному простору й ефективному державному управлінню. Вважаємо, що подібний вплив може призвести до копіювання чужих зразків поведінки і нівелювання національних інтересів.

Суспільство дедалі більше стає залежним від інформації в реалізації економічних і політичних інтересів. Проте інформація може відігравати як конструктивну, так і деструктивну роль.

Медіа створюють певні аксіологічні моделі поведінки, з якими реципієнти співставляють свої моральні принципи, ціннісні орієнтири і навіть виробляють під впливом трансльованих зразків певні стереотипи мислення. Визначальним є те, що масові комунікації не лише забезпечують можливість масового охоплення великих аудиторій, але й пропонують суспільству низку нових ціннісних домінант, які можуть «вростати» в масову свідомість, витіснити попередні цінності реципієнта, соціальних груп чи соціуму загалом [12, с. 14].

У журналістикознавстві є поняття соціальної місії, яка полягає у формуванні громадської думки та управлінні масовими емоціями. Зрозуміло,



що ідеального суспільства не існує. Однак можливий усвідомлений, прогресивний, раціональний розвиток людства.

Не можемо заперечувати того, що процеси демократизації у суспільстві активізують ЗМІ, спонукають їх до участі в обговоренні актуальних проблем. «Засоби масової комунікації завжди виступають вагомим чинником, що впливає на розвиток всіх соціо- та етнополітичних явищ, особливо в переломні для життя країни часи. Цьому сприяє їх особливість – ЗМІ належать до швидко змінюваних мобільних суспільних інститутів» [13, с. 61]. У такий спосіб мас-медіа виконують політичну, управлінську роль у житті соціуму.

Громадська думка, наявність якої є ознакою демократичного суспільства, постійно впливає на діяльність системи ЗМІ. «Реальна роль мас-медіа полягає не в тому, щоб бути «четвертою владою», а в тому, щоб, по-перше, виступати посередником між суспільством, громадськими організаціями і державними, політичними та владними інститутами. По-друге, саме мас-медіа відіграють головну роль у процесі формування громадської думки, привертаючи увагу членів суспільства до нової, суспільно значущої проблеми чи до оцінки тих чи тих явищ [1, с. 15]», – переконана дослідниця О. Гриценко.

Цю думку підтверджує і те, що журналістика передусім є соціальним інститутом, що «створений з метою забезпечення всебічного й об'єктивного інформування всіх суб'єктів суспільного життя про соціальну дійсність, що необхідне для оптимального функціонування всіх інших соціальних інститутів і суспільства в цілому як саморегулюючої системи» [3, с. 26]. Суспільна проблематика включає весь тематичний комплекс, який розробляють журналісти. З врахуванням висвітлених проблем визначається актуальність їхніх матеріалів.

Отже функції мас-медіа, за І. Лубковичем [2, с. 139], полягають у тому, що вони виражають громадську думку, постачають інформацію для її формування та формують громадську думку.

Зважаючи на таку важливу місію, дуже малий відсоток медіа можна назвати об'єктивними щодо висвітлення інформації. «Оскільки ЗМК стали активними учасниками політичної боротьби між різними партіями та громадськими організаціями, у сучасному українському суспільстві політична комунікація, що реалізується саме за допомогою мас-медіа, має суперечливий характер, досить часто призводячи не до інтеграції суспільства, а до драматичного напруження у протистоянні різних сил. У цьому проявляється бінарність сучасних мас-медіа, тобто їх конструктуюча та деструктуюча роль» [5, с. 25].

У сучасному світі дедалі більшого значення набуває властивість мас-медіа звертатися до гуманістичних основ, зважати на моральні принципи, апелювати до них і в такий спосіб виховувати свого глядача. «У результаті спільної діяльності вчених і державних адміністраторів домінантою



мовлення повинні стати виявлення загальних для аудиторії цінностей, обговорення та вирішення загальних проблем і протидія деструктивним, небезпечним для життя суспільства тенденціям» [10, с. 339].

У тоталітарних державах на громадську думку впливає пропаганда, й її найбільший вплив на реципієнтів виявляється через телебачення. Колись державне ТВ було найважливішим важелем влади й управління країною. Сьогодні підхід до цього виду ЗМІ суттєво змінився, однак державне телебачення й досі покликане відстоювати інтереси країни, оскільки фінансується і цілком контролюється державою. Після створення чималої кількості приватних телеканалів державні ЗМІ дедалі частіше втрачають свого глядача через відсутність коштів для оновлення студій, гідної оплати праці співробітників та й сам підхід до програмного наповнення. Вони балансують між замовленням держави і запитами глядачів щодо виготовлення програм. Найкращим виходом з цієї ситуації є роздержавлення медіа і створення суспільного мовлення в Україні.

На сучасному етапі розвитку ТВ варто зважати на комерціалізацію ефіру. Провладні ЗМІ перейшли до рук приватних власників і наразі виконують їхні замовлення. Але є одна суттєва відмінність між комерційними і державними медіа – це боротьба за рейтинг. Воно існує завдяки рекламі, тому для його існування важлива наявність рекламодавців і спонсорів. Комерційне телебачення змушене орієнтуватися на масовість, зважати на розважальність, демонструвати видовищність. Саме тому новинні програми на таких телеканалах варто піддавати сумніву, порівнювати з новинами інших ЗМІ.

Вважаємо, що на шляху становлення суспільного мовлення в Україні підходи до телебачення повинні змінюватися. ЗМІ мають досліджувати громадську думку, бути поінформованими про запати суспільства й відповідати на них.

Роль регіонального ТВ у формуванні громадської думки впливає із призначення місцевих ЗМІ, діяльність яких спрямована на задоволення інформаційних потреб передусім місцевих мешканців. «Посилення ролі регіонального телебачення нині зумовлене, по-перше, великою довірою до нього населення порівняно з центральними каналами, а по-друге, його завданням – стати ключовою сполучною ланкою в системі комунікацій, яка об'єднує населення регіону на основі культурних цінностей, самобутніх традицій» [14], – переконана науковець К. Беломоїна. Водночас її тезу про посилення ролі регіонального телебачення і довіри до нього місцевого населення піддаємо сумніву. Вважаємо, що в кожному регіоні склалася особлива ситуація щодо популярності медійників, на яку впливає як рівень освіченості споживача інформації, так і професійність працівників ЗМІ. На Закарпатті, зокрема, трапляються випадки викривлення інформації журналістами, подання її під певним кутом зору, вигідним власникові медіа тощо. Такі випадки є неприпустимими, оскільки вони підривають



довіру споживачів до всіх мас-медійників, призводять до створення негативного іміджу видань і телеканалів.

На Закарпатті сьогодні функціонує державна регіональна телерадіокомпанія «Тиса-1», яка має півстолітню історію і сьогодні веде цілодобове мовлення [15]. Зважаючи на те, що в області проживають понад 30 нацменшин, телеканал виконує вкрай важливу функцію для задоволення їхніх інформаційних потреб. Мовлення на «Тисі-1» ведеться, крім української, угорською, словацькою, румунською, ромською, німецькою, російською та русинською мовами. Крім ЗОДТРК «Тиса-1», в області функціонують ще п'ять приватних телеканалів: ТРК «Мукачево (М-Студіо)», «21 канал», «Перший кабельний», «РТК Хуст», «Виноградів ТВ». Жоден із них не має такого штату працівників, як державний телеканал, і не веде цілодобове мовлення. Усі закарпатські канали сьогодні виробляють програми новин, однак найбільш оперативними є «Тиса-1» і «М-студіо». Журналісти усіх телемовників готують розважальні передачі, натомість аналітику пропонують доволі рідко і намагаються подавати такі проекти у форматі ток-шоу. Негативною тенденцією функціонування всіх закарпатських телеканалів є те, що жоден із них не досліджує свою аудиторію. До думки громадськості звертаються лише з метою проведення бліц-опитувань для підготовки певних сюжетів чи програм.

Зменшення дистанції між джерелом інформації, журналістом і споживачем у регіональних ЗМІ створює чималі можливості для розвитку місцевого телебачення. Генеральний директор каналу ICTV Олександр Богущкий вважає, що «єдине джерело успіху регіонального телебачення – місцеві програми, насамперед новини. Розвиток місцевих інтересів і можливість (виключна!) повністю відобразити їх на місці – запорука успіху, розвитку і добробуту місцевого (регіонального) телебачення» [11].

Регіональне телебачення чинить потужний вплив на ціннісні орієнтації аудиторії, її ідеали, прагнення, моделі поведінки. Місцеві телестудії допомагають глядачеві вивчити навколишню дійсність, зрозуміти й оцінити соціальні явища, виробити свою позицію стосовно них. Водночас регіональне телебачення транслює і зміцнює в суспільстві національні цінності, підвищує загальну культуру населення. Багато в чому саме від місцевого ТБ залежить, якими ідеями керуватиметься соціум, які ідеали стануть його основою [14]. Задоволення запитів різноманітних груп глядачів має стати основною метою діяльності регіональних телевізійних ЗМІ.

Висновки. Таким чином, зважаючи на роль регіонального телебачення у процесі формування громадської думки, вважаємо за потрібне виокремити найважливіші принципи функціонування телевізійних ЗМІ у регіонах:

1. Саме мас-медіа повинні стати одним із найважливіших чинників формування політичної культури на місцевому рівні. Громадська думка є виразником ідей громадянського суспільства.



2. Засіб формування і висловлення громадської думки не має бути засобом насадження ідей окремих соціальних груп, політиків, власників телеканалів. Оптимальним рішенням на шляху збереження демократії у ЗМІ є залучення якомога більшої кількості ініціативних громадян для вдосконалення діяльності засобів масової інформації. Звідси випливає необхідність створення суспільного мовлення з мережею суспільних мовників у регіонах.

3. Під час роботи над концепцією мовної політики регіональних телеканалів необхідно правильно визначити співвідношення суспільно-політичного, документального та художнього мовлення. Телепрограми повинні бути збалансованими й різнобічними, проходити кілька рівнів перевірки фактів та інформації. Програмне наповнення має задовольняти потреби різновікової аудиторії.

4. Регіональні телеканали завжди матимуть перевагу перед всеукраїнськими, оскільки вони наближені до свого глядача, бачачи зсередини його проблеми і дають відповіді на запитання, що цікавлять місцеву аудиторію. Близькість журналіста до глядача дає змогу знаходити унікальних героїв.

5. Місцеві телекомпанії випереджають всеукраїнські в ексклюзивності щодо висвітлення інформації. Нерідко на основі сюжетів регіональних журналістів журналісти всеукраїнських ЗМІ готують власні матеріали.

6. Регіональні медіа повинні відповідати на аудиторні запити компактних груп. Прямі запозичення ідей центральних ЗМІ неприйнятні, тому що вони вимагають у кожному випадку перевірки та переосмислення, відповідної корекції для регіонального масштабу.

7. Мас-медійникам важливо пам'ятати, що саме вони виносять на широкий загальний політичний культуру в країні, впливають на культурний рівень своєї аудиторії, їхня позиція вкрай важлива у суспільстві.

У контексті формування громадської думки мешканців Закарпаття, регіональні ЗМІ мають ще один важливий складник – державний телеканал «Тиса-1», який відіграє провідну роль у задоволенні інформаційних потреб нацменшин краю. Тому в процесі створення суспільного мовлення в Україні мають бути збережені частоти, на яких мовить ЗОДТРК «Тиса-1». Адже саме регіональне телебачення задовольняє духовні потреби різних категорій населення, сприяє збереженню національної ідентичності й культурної спадщини та утворює принципи державної незалежності України.

ЛІТЕРАТУРА:

1. *Гриценко О. М.* Мас-медіа в процесах демократичних трансформацій українського суспільства (політико-культурологічний аспект) : автореф. дис. ... д-ра політ. наук / О. М. Гриценко : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут журналістики. – К., 2003. – 33 с.
2. *Лубкович І. М.* Соціологія і журналістика : [підручник] / І. М. Лубкович. – 2-ге вид., перероб., допов. — Львів : ПАІС, 2009. – 232 с.



3. Михайлин І. Л. Основи журналістики : [підручник] / І. Л. Михайлин. — К. : ЦУЛ, 2002. — 284 с.
4. Потятиник Б. В. Четвертий різновид журналістики / Б. В. Потятиник // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т імені Івана Франка, 2010. — Вип. 9.
5. Різун В. В. Теорія масової комунікації: [підручник] / В. В. Різун. — К. : Вид. центр «Просвіта», 2008. — 260 с.
6. Єгоров В. В. Телебачення: теорія і практика / В. В. Єгоров. — М. : МНЕПУ, 1992. — 312 с.
7. Абрамов С. О. Українське телебачення: вчора, сьогодні, завтра / С. О. Абрамов, В. О. Горобцов, М. М. Карабанов та ін. — К. : Дирекція ФВД, 2006. — 648 с.
8. Дугін Є. Я. Місцеве телебачення: типологія, фактори й умови формування програм / Є. Я. Дугін. — М., 1982. — 240 с.
9. Соломін Є. Інформаційне телевізійне мовлення Луганщини / Є. Соломін // Теле- та радіожурналістика : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т імені Івана Франка, 2012. — Вип. 11. — С. 252–258.
9. Беломоїна К. С. Ціннісні концепти в сучасній медіакulturі / К. С. Беломоїна // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Філософія. Культурологія. Політологія. Соціологія. - 2011. - Т. 24 (63). - № 1–2.
10. Запитання «Телекритики»: - Яким ви бачите майбутнє регіонального телебачення в Україні? А яке майбутнє, на ваш погляд, оптимальне? [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.telekritika.ua/expert/2001-11-02/1438>. — Дата доступу: 4.02.2015.
11. Кузнецова Т. В. Аксіологічні моделі мас-медійної інформації : монографія / Т. В. Кузнецова. — Суми : Університетська книга, 2010. — 304 с.
12. Гриценко О. М. ЗМІ та проблеми етнополітичного розвитку України в процесі державотворення / О. М. Гриценко // Актуальні питання журналістики. — Ужгород : МП «Ліра», 2001. — С. 60–64.
13. Беломоїна К. С. Регіональний рівень розвитку українського телебачення [Електронний ресурс] / К. С. Беломоїна. — Режим доступу: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/kultura39/28.pdf>. — Дата доступу: 5.02.2015.
14. ЗОДРТК «Тиса-1» [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.tysal.tv/tysal/index.php/en/>. — Дата доступу: 2.02.2015

Reference list

1. Abramov S. O. Ukrainske telebachennia: vchora, sohodni, zavtra / S. O. Abramov, V. O. Horobtsov, M. M. Karabanov ta in. — K.: Dyrektsiia FVD, 2006. — 648 s.
2. Belomoina K. S. Rehionalnyi riven rozvytku ukrainskoho telebachennia [Electronic resource]. — Reference: <http://www.ic.ac.kharkov.ua/RIO/kultura39/28.pdf>. Accessed: 5.02.2015.
3. Belomoina K. S. Tsinnisni kontsepty v suchasni mediakulturi // Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu im. V. I. Vernadskoho. Seriia: Filosofiia. Kulturolohiia. Politolohiia. Sotsiolohiia. - 2011. - t.24 (63). - № 1-2.
4. Hrytsenko O. M. ZMI ta problemy etnopolitychnoho rozvytku Ukrainy v



protsesi derzhavotvorennia / O.M. Hrytsenko // Aktualni pytannia zhurnalistyky. – Uzhhorod: MP «Lira». – 2001. – S. 60-64.

5. Hrytsenko O. M. Mas-media v protsesakh demokratychnykh transformatsii ukrainskoho suspilstva (polityko-kulturolohichniy aspekt). – Avtoreferat dysertatsii na zdobuttia naukovooho stupenia doktora politychnykh nauk / O. M. Hrytsenko. – Kyivskyi natsionalnyi universytet im. Tarasa Shevchenka, Instytut zhurnalistyky. – K., 2003. – 33 s.

6. Duhin Ie. Ia. Mistseve telebachennia: typolohiia, faktory i umovy formuvannia proqram / Ie. Ia. Duhin. — M., 1982. — 240 s.

7. Iehorov V. V. Telebachennia: teoriia i praktyka / V. V. Yehorov. — M.: MNEPU, 1992. — 312 s.

8. Zapytannia «Telekrytyky»: - Yakym vy bachyte maibutnie rehionalnoho telebachennia v Ukraini? A yake maibutnie, na vash pohliad, optimalne? [Electronic resource]. — Reference: <http://www.telekritika.ua/expert/2001-11-02/1438>. Accessed: 4.02.2015.

9. Kuznietsova T. V. Aksiolohichni modeli mas-mediinoi informatsii: monohrafiia / T. V. Kuznietsova. — Sumy: Universytetska knyha, 2010. — 304 s.

10. Lubkovych I. M. Sotsiolohiia i zhurnalistyka [pidruchnyk]. Vydannia druhe, pereroblene i dopovnene / I. M. Lubkovych. — Lviv: PAIS, 2009. — 232 s.

11. Mykhailyn I. L. Osnovy zhurnalistyky: [pidruchnyk] / I. L. Mykhailyn. — K.: TsUL, 2002. — 284 s.

12. Potiatnyk B. V. Chetvertyi riznovyd zhurnalistyky // Tele- ta radiozhurnalistyka: Zb. nauk. pr./ Lvivskyi nats. un-t imeni Ivana Franka, 2010. — Vyp. 9.

13. Rizun V. V. Teoriia masovoi komunikatsii: [pidruchnyk] / V.V. Rizun. — K.: Vydavnychiy tsentr «Prosvita», 2008.— 260 s.

14. Solomin Ie. Informatsiine movlennia Luhanshchyny // Tele- ta radiozhurnalistyka: Zb. nauk. pr./ Lvivskyi nats. un-t imeni Ivana Franka, 2012. — Vyp. 11. — S. 252–258.

Karalkina Nataliia

The role of regional television in shaping public opinion (the case of TV channel “Tysa-1”)

Abstract. In the scientific article the importance of television media in shaping public opinion is proved; the specificity of coverage of public opinion on TV channels of regional scale is studied. In particular the attention is focused on the specifics of broadcasting of state and private TV channels. The most important problems of regional television journalism in the context of coverage of public opinion are represented as a conclusion part of the article.

Keywords: public opinion, mass media, regional journalism, TV space.

Каралкина Наталья

РОЛЬ РЕГИОНАЛЬНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕКАНАЛА «ТИСА-1»)

В научной статье обосновывается важность телевизионных СМИ в формировании общественного мнения; выясняется специфика её освещения на телеканалах регионального масштаба, в частности сосредоточено внимание на



особенностях вещания гос-ударственных и частных телеканалов. В выводах определены важнейшие проблемы регио-нальной журналистики в контексте освещения общественного мнения.

Ключевые слова: общественное мнение, СМИ, региональная журналистика, те-лепространство.



Наукове видання

СТИЛЬ І ТЕКСТ

Щорічний науковий збірник

Випуск 16

2015 рік

Над випуском працювали:

Редактор **Марина Слов'янова**
Редактор англійських текстів **Наталя Ващенко**
Коректор **Наталя Бабійчук**
Технічний дизайн **Олени Задорожної**
Комп'ютерне редагування та верстка **Марії Вівдич**
Технічний редактор **Вікторія Шевченко**
Художній редактор **Олена Поліщук**

Формат 60x84/16. Обл.-вид. арк. 10,27 Ум. друк. арк. 10,23
Наклад 100. Зам. №

Видавець і виготовлювач
Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет»
01601, Київ, б-р Т. Шевченка, 14, кімн. 43
(38044) 239 3222; (38044) 239 3172; тел./факс (38044) 239 3128
e-mail: vpc@univ.kiev.ua
<http://vpc.univ.kiev.ua>
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.02