

уявляється достатньо складною. Особливо це має значення у тих випадках, коли англійське слово означає відносно нове для української дійсності поняття, опис якого засобами української мови потребує певних лексичних зусиль. Таким, наприклад, є поняття “public relations” та його український варіант “паблік рилейшнз”. Мабуть, варіант “зв’язки з громадськістю” не досить повно відображає значення цього терміну. З концептуальної точки зору такі запозичення, як правило, відображають найбільш розвинуті у рамках тієї або іншої національної культури сфери діяльності. Запозичена лексика англійської мови цього типу ґрунтується здебільшого міри на екстралінгвістичних факторах і концептуально пов’язана з такими галузями, як політика, бізнес, спорт, комп’ютерні технології, популярна музика, молодіжна культура.

Використання другої групи запозиченої лексики обумовлено особливим контекстом, мета якого полягає в тому, щоб створити певний стилістичний контекст, як, наприклад, у наступному відривку із статті у газеті “Запорізька Січ”: “Вибори у нас зараз демократичні, це означає, що обиратимемо місцеву владу ми, народ, чи-як нас зараз модно називають – “електорат””.

Разом з тим у значній кількості медіа-текстів використана іншомовна лексика, яка нічим не мотивована і сприймається як інеродний, порушуючий словесну тканину тексту елемент. Наприклад, використання англійського слова “омбудсмен” замість “уповноважений по правам людини”. Представники національних лінгвістичних шкіл, у тому числі української школи, підкреслюють, що інтенсивне впровадження іншомовних слів наносить великої шкоди рідній мові та культурі.

Безумовно, процес інтеграції української журналістики у світову неминучий, але ж він повинен бути дуже гармонічним і тонким – включати усе найкраще, залишаючись при тому на своїх самобутніх позиціях, зберігаючи все глибинно-духовне, світле, що притаманне українському народу та його культурі. Треба пронести через всі історичні перепетії власний дух, відстоювати власну ментальність, не слід переймати все те, що пропонують нам країни – лідери інформаційного ринку, тому що не все з того є якісним і корисним.

Так, ми можемо говорити про українську культуру, про журналістику як специфічну частину цієї культури і в той же час визначати наявність у неї синтезних рис, тобто тісних зв’язків і з західним, і зі східним типом культур. Але ж синтезний характер має бути позитивною рисою лише при зберіганні основних притаманних їй якостей – духовності та доброзичливості.

#### Література:

- 1.Здоровага В.Й. Інформація, мас-медіа, пропаганда та інформаційні війни // Ex professo: Збірник наукових праць факультету систем ЗМІ та комунікацій ДНУ. – Дніпропетровськ, 2001. – С. 25-31.
- 2.Михайлін І. Інформаційний та аналітичний типи журналістики: український вибір. // Ex professo: Збірник наукових праць факультету систем ЗМІ та комунікацій ДНУ. – Дніпропетровськ, 2001. – С.18-24.
- 3.Вовканич С. Через слово, інформацію – до ноосфери // Інформація, інтелект, нація. – Львів: Євросвіт, 1999. – С. 32 - 40.
- 4.Свитич Л.Г. Феномен журналістики. – М.: Факультет журналістики МГУ, 2000. – 252с.
- 5.Токвиль А. Демократія в Америке. – М.: Мир, 1992. – 183с.

*Поступила в редакцію 09.12.2002*

### О СПЕЦИФИКЕ РУССКОГО ЯЗЫКА СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ УКРАИНЫ

*Н. И. Николенко*

*Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского*

В статье описаны функциональные особенности русского языка средств массовой информации Украины. В частности, рассмотрены украинизмы в русскоязычных масс-медиа, определено, как и в чем проявляется усиление украинского лингвокультурного компонента.

**Ключевые слова:** язык СМИ, лингвокультурный компонент, украинизмы, пресса, прецедентное высказывание

У статті описано функціональні особливості російської мови засобів масової інформації України. Зокрема, розглянуто українізми в російських мас-медіа, визначено, як і в чому виявляється посилення українського лінгвокультурного компонента.

**Ключові слова:** мова ЗМІ, лінгвокультурний компонент, українізми, преса, прецедентне висловлювання

This article touches upon the functional peculiarities of Russian language in Mass-Media of Ukraine. In particular, we analyze ukrainisms in Russian Mass-Media and study? Now the Ukrainian linguistic and cultural component show itself.

**Key words:** Mass-Media language, linguo-cultural component, ukrainisms, press, phrase-precedent

Язык – зеркало общества. Все, что касается проблем языка как феномена, в наиболее полной и, пожалуй, острой форме отражается в языке средств массовой информации. Нигде нет такой тесной связи языка с жизнью общества, как в масс-медиа. Таким образом, язык СМИ – это лакмусовая бумажка состояния самого языка [1, с. 81].

Русский язык украинских СМИ под влиянием межъязыкового и межкультурного взаимодействия приобретает свои специфические особенности, так как он «испытывает сильное влияние близкородственного украинского языка, являющегося государственным» [6, с.5].

Целью настоящей статьи является описание специфики функционирования русского языка средств массовой информации Украины. Мы ставим перед собой следующие задачи: рассмотреть, какие украинизмы встречаются в русском дискурсе масс-медиа; как и в чем проявляется усиление украинского лингвокультурного компонента в русском языке украинских СМИ; определить причины такового влияния.

«Журналистика – особый род литературы, своеобразный по форме, методу подхода к действительности, средствам воздействия. Журналистика – это искусство слова. Язык журналистики – средство воздействия со всеми присущими ему приемами, формами, методами осуществления этого воздействия. И все эти формы, приемы, методы объединяются в систему благодаря особой функции слова в журналистике, обусловленной в свою очередь особенностями журналистики как рода литературы» [8, с.5-6]. Изучая речевую практику журналистики, В.Г. Костомаров определил: «Принципиальное отличие журналистического слова заключается в большой роли эмоционального, приобретающего оценочный характер, выражающего обычно социальное отношение к предмету, обозначаемому словом. Социально-оценочная заостренность слова составляет наиболее существенную и глубинную особенность языка журналистики» [4, с.63].

Массовая коммуникация, обязанная своим развитием в современном обществе ряду технических завоеваний, широко отражает сложные формы речевого общения и взаимодействия и структурные своеобразия того общества, в котором оно осуществляется. Именно этим и определяются основные особенности языка СМИ. Эти особенности обусловлены прямой и открытой авторской оценочностью события, своеобразным характером использования языковых средств, разнообразием жанров. Например, в газете печатаются журналистические статьи, краткие информации, официальные документы, научно-критические материалы, письма читателей, фельетоны. Язык массовой коммуникации обращен к массовому читателю, ориентируется на его речевые навыки и поэтому неконсервативен, характеризуется легкой проницаемостью.

Отличительными особенностями языка масс-медиа являются: диалогичность; усиление личностного начала; стилистический динамизм; явления «переименования» (в широком смысле); сочетание резко контрастных стилистических элементов не только в пределах текста, но и в пределах сочетания слов (словосочетания строятся как семантические и стилистические контрасты, что «сдвигает, изменяет значение слова. Оно становится метафорическим, метонимическим, сужает или расширяет свое значение») [7, с.23]. А также вариативность средств выражения, что обнаруживается на всех ярусах и уровнях, особенно сильно в словообразовании и фразеобразовании, в семантических сдвигах и перестройках и в заимствованиях – внутренних (из просторечия, жаргонов, диалектов) и внешних (из других языков). «Новые стилистические градации требуют прежде всего отхода от высокого языка (особенно в СМИ) при изложении серьезных материй, по крайней мере введения в речь личностного человеческого момента, некоторого облегчения, упрощения средств выражения» [4, с.64]. «Общественный вкус нынешнего времени диктует демократизацию речи, что естественнее всего связывается с обновлением литературного канона за счет внутренних языковых ресурсов, за счет заимствований из вне- и нелитературных сфер общенародного языка» [4, с.78]. Часто в языке масс-медиа происходит воссоздание с помощью языковых средств обстановки речевых актов, в то же время отличных от бытового межличностного общения.

Имеются также различия в области синтаксиса. «Наблюдения за синтаксисом нынешнего

языка масс-медиа свидетельствуют об активности тех же тенденций, которые наблюдаются в лексике, – одновременного обращения к подчеркнуто книжным (часто иноязычным) образцам и к оборотам раскованной разговорной речи и просторечия. Использование конструкций книжно-письменного синтаксиса и синтаксиса повседневной устной речи на коротких отрезках текста усиливает констатируемое сегодня на всех уровнях языка сближение и смешение языковых единиц, принципиально противопоставленных в традиционном русском языковом сознании» [4, с. 260].

Масс-медиа, отражающие реалии современной жизни, вбирают в себя, адаптируют и транслируют огромные информационные потоки, обрушивающиеся ежедневно и ежечасно на человека. «Тесное экономическое, культурное взаимодействие Украины с Россией обуславливает усиление украинского лингвокультурного компонента в русском литературном языке, который всегда характеризовался высокой степенью открытости лексической, фразеологической, словообразовательной, стилистической систем, отсутствием этноцентричности» [6, с. 2].

Язык СМИ является посредником между живой речью и литературным языком. Украинские масс-медиа отражают реалии современной Украины «от прямых номинаций участников политического процесса до опосредованных украинских фольклорных, культурных и литературных аллюзий» [6, с. 2].

В связи с этим в прессе можно встретить элементы украинского языка, целью которых является изображение политических, исторических, бытовых реалий Украины. «Происходит столкновение языковых систем, в результате которого украинские элементы могут оставаться или фактом единичного словоупотребления, или, благодаря частоте функционирования в разных текстах, становиться фактом литературного языка» [6, с. 2].

Часто в СМИ встречаются имена собственные, которые, как известно, не переводятся на другие языки: «Многотысячная ночь в ее жизни закончилась после того, как она попала на лечение во всеукраинский Центр «Зір» (Комс.пр., 22.03.2002); «...учредили целую ассоциацию в защиту национальной культуры – «Український світанок»; «К слову, обнародование смысловой начинки ассоциации отгромыхало в артклубе «Остання барикада» (Комс.пр., 25.01.2002).

Интересно, что в прессе имена собственные пишутся как по-русски, так и по-украински. Так, достаточно часто встречаемое слово «Укрзалізниця» в разных газетах пишется либо на русском языке, либо на украинском: «... по распоряжению руководства «Укрзалізниця» школьников с 27 декабря по 13 января по территории Украины перевозят бесплатно» (Крым. пр., 29.12.2001); «корреспондент «Комсомольской правды» прокатился по будущей скоростной магистрали «Укрзалізниця» от Киева до Полтавы» (Комс.пр., 19.04.2002).

Украинские лексемы используются также в названиях общественных движений, акций, проводимых в Украине. Эти лексемы функционируют в русской речи СМИ: «Поэтому вы ... возглавили Блок политических партий «Єдність»?» (Комс.пр., 15.03.2002).

Нередко украинизмы употребляются в диалогической речи, с целью имитации непринужденной разговорной речи украинцев: «Однако, посмотрев здание вокзалов, которые еще при царе Горохе строились, генеральный заметил начальнику станции: «Тут вы, хлопцы, к делу без науки подошли, чего-то не додумали» (Комс.пр., 19.04.2002); «Если что будет – погляжу, своим покажу, а потом спрячу в коробочку – нехай лежить...» (Комс.пр., 19.04.2002).

Наблюдение за языковой практикой масс-медиа вскрывает и влияние украинского языка на русский также в области грамматики. Примером может служить использование предлогов по образцу украинского языка: «За полученными процентами партлидеры избирательных гонок имеют право на получение такого количества депутатских мандатов...» (Комс.пр., 02.04.2002); «За горячей водой запорожцы успели соскучиться...» («Интер»). Говоря о данном примере, следует отметить, что некоторые украинские лингвисты считают, что употребление многих предлогов в украинском языке является лексической калькой с русского языка. Так, по мнению С. Караванского, поголовное употребление предлога *за* там, где в русском языке используется *по*, неправильно. В некоторых случаях необходимо употреблять предлог *на*, который вписывается в стилистику украинского языка: *на замовлення, на прохання, на прізвище* и др. Иногда надо использовать *через*: *по недорозумінню – через недорозуміння* либо конструкцию без предлога: *по природі вони різняться, звоните по телефону – дзвоніть телефоном* [3, с.40].

Приведенные примеры являются апеллятивами украинского происхождения. Н.Г. Озерова среди апеллятивов в русском газетном дискурсе выделяет наиболее часто употребляемые лексемы, входящие в следующие лексико-семантические группы:

1) «номинации денежных единиц (*гривна, карбованец, купоно-карбованец*): «Украина имела бы крепкую *гривню*» (Изв., 26.12.2001);

2) названия общественных состояний (украинские *селяне, куркули*): «Выплачивается зарплата *селянам*» (Изв., 19.12.2001); «*И селянам* понравилось жить без денег» (Комс.пр., 29.12.2001); «Руководство загоняло в болото самостоятельных *селян*» (Комс.пр., 04.12.2001);

3) Nomina agentis, называющие родовые отношения (*дядька, тетка, жинка, парубок, тато, дивчина, батько*): «Как-то местные *парубки*, отягощенные пивом и классовой ненавистью к умникам, побили одного из *фихтовцев*» (Изв., 07.12.2001); «Брат приехал к *батьке*» (Комс.пр., 06.12.2001); «Лучшей *дивчины* не найдешь» (Изв., 14.02.2002);

4) рабочие процессы (*орать, скородить*);

5) названия сооружений (*гребля, клуня, ставок*);

6) воинские звания, связанные с историей Украины (*гетман, кошевой, атаман, кош*);

7) названия украинских напитков, блюд (*горилка, борщ, галушки, вареники, деруны*): «Создание аппарата, чтобы делать *горилку* из кокосов или сахарного тростника» (Изв., 10.11.2001); «Запорожцы даже налили ему стакан *горилки*» (Комс.пр., 23.11.2001);

8) названия одежды, обуви, головных уборов (*кептарик, плахта, вышиванка, бриль, однострой*): «Виктор Андреевич примеряет на себя разнообразные костюмы – от народного *бриля* до казацкого *одностроя*, от официального костюма до жилетки самодельного художника» (Комс.пр., 28.12.2001) [6, с.3].

«В современной русской газетной речи развиваются традиции введения украинского культурного компонента, характерные для вербальной творческой деятельности выходцев с Украины – деятелей культуры, лексикографического описания украинской по происхождению лексики. Так, в «Словаре живого великорусского языка» В.И. Даля зафиксировано более 200 слов с пометкой *млрс*. Лексемы, номинирующие реалии украинской истории, культуры, быта, представленные в словаре В.И. Даля, актуализируются в современной русской газетной речи. Это такие номинации, как *чумак, козак, универсал, войт, гетман, атаман, оселедец, булава, шорник, худоба* и др. Сравним в современном газетном дискурсе: «Посол заметил котел, где казаки варили *«кулици»*, пошел его попробовать и испить еще граммов 100 *чудовой горилки*. Ресторанчик, стилизованный под *казацкий курень*. Под *батогом* мускулом не дрогнул. Принимался в запорожское *«товариство»* любой *пришелец* в Сечь. Принятому в Сечь *брили голову, оставив «оселедец»*» (Изв., 31.08.2001) [6, с.3].

Введение в русскую речь СМИ украинизмов свидетельствует об усилении украинского лингвокультурного компонента в современном русском литературном языке. Примером усиления в большей степени культурного компонента является использование прецедентных высказываний украинского происхождения в русскоязычных масс-медиа. При этом важно отметить, что функционирование прецедентных высказываний в газетных и журнальных статьях имеет ряд особенностей. «Специфика публицистического жанра «навязывает» творческой личности – журналисту – определенные «правила игры», вынуждая его постоянно «лабиринтовать» между потребностью наиболее полного самовыражения и выявления своего интеллектуального багажа и необходимостью быть понятным средним, массовым читателем, то есть ориентироваться в основном на обыденное языковое сознание» [5, с.21]. По определению Д.Б. Гудкова, прецедентное высказывание – это репродуцируемый продукт речемыслительной деятельности, законченная и самодостаточная единица, которая может быть или не быть предикативной, сложный знак, сумма знаний компонентов которого не равна его смыслу. Прецедентные высказывания неоднократно воспроизводятся в речи носителей языка. К числу прецедентных высказываний принадлежат цитаты, среди которых выделяются: 1) собственно цитаты в традиционном понимании (фрагменты текста); 2) названия произведений; 3) полные воспроизведения текстов, представленных одним или несколькими высказываниями [2]. По Е.М.Верещагину и В.Г.Костомарову, прецедентные высказывания – это языковые афоризмы (фразы, которые всем известны и поэтому в речи не творятся заново, а извлекаются из памяти) [2]. Прецедентные высказывания являются индикатором принадлежности говорящего к определенной эпохе и ее культуре. В настоящее время круг прецедентных высказываний расширился за счет названий кинофильмов, песен и цитат из них. Например, заголовок статьи в «Комсомольской правде» (26.03.2002) взят из песни известной украинской группы «Вопли водоплясова» – «*Прийде, прийде весна!*». В данной статье описывается деятельность партии «Озимое поколение». Резюме статьи следующее: с приходом к власти «Ози-

мого поколения» (то есть молодых, творческих, энергичных людей) в стране произойдут большие перемены. Таким образом, в данном прецедентном высказывании поверхностное значение фактически отсутствует, а с помощью глубинного значения актуализируется системный смысл.

Бывает и наоборот, когда прецедентное высказывание обладает только поверхностным значением: «*Местные детишки, освоив первым делом ненормативную славянскую лексику, теперь еще и поют: «Купила мама коника» – на чистом украинском»* (Комс.пр., 27.04.2001).

Украинизация языка СМИ, какие бы она ни имела последствия, – это данность, отражение объективного развития общества. Закон жанра масс-медиа требует как можно быстрее и точнее информировать читателя, зрителя, слушателя. Соответственно и происходит влияние украинского языка на функционирование русскоязычной прессы и телевидения Украины, так как язык СМИ первым реагирует на новации, которые сопутствуют развитию общества, и на территории украинского государства новации связаны, в первую очередь, с бытом, политическими и историческими реалиями Украины.

Указанные выше черты определяют функциональную специфику русского языка в Украине, так как язык СМИ играет большую роль в развитии языка.

В заключение отметим, что основными специфическими особенностями русского языка СМИ Украины является использование украинизмов, украинских прецедентных высказываний, имен. Причиной влияния украинского языка и культуры на функционирование русского языка в СМИ (и в Украине в целом) является государственность Украины. Задача масс-медиа – информировать, в первую очередь, о событиях, происшедших в государстве.

#### Литература:

1. Аветисян Н.Г. Язык СМИ как фактор развития общества// Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2002. – №4 – С.80-85.
2. Гудков Д.Б. Межкультурная коммуникация: проблемы обучения. – М., 2000.
3. Караванський С. Пошук українського слова, або Боротьба за національне «я». – Київ: Академія, 2001.
4. Костомаров В.Г. Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа. – СПб.: Златоуст, 1999.
5. Наумова Е.О. Прецедентные тексты в быденном языковом сознании и в публицистическом дискурсе// Слово и контекст. – М.: МГУП, 2002. – С.21-25.
6. Озерова Н.Г. Украинизмы в русской газетной речи на рубеже тысячелетий// Русский язык и литература в учебных заведениях. – 2002. – №5 – С.2-4.
7. Панов М.В. Из наблюдений над стилем сегодняшней периодики // Язык современной публицистики. – М., 1988.
8. Поэтика публицистики/ Под ред. Г.Я. Солганика. – М.: Изд-во МГУ, 1990.
9. Русский язык конца XX столетия (1985-1995). – М.: Языки русской культуры, 2000.
10. Титаренко Е.Я. Русская речь современных средств массовой информации// Русский язык и литература в учебных заведениях. – 2002. – №2 – С.4-7.

*Поступила в редакцию 20.11.2002*

### ІСТОРИКО-КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ПЕРЕДАЧІ РЕГІОНАЛЬНОГО ТЕЛЕРАДІОМОВЛЕННЯ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ МОЛОДІ

*І.Л. Пенчук*

*Львівський національний університет ім. І. Франка*

В статье рассматриваются проблемы формирования национального сознания украинской молодежи, восприятие ею современного телерадиовещания в условиях существования двух языков в информационном диапазоне города. Автор анализирует историко-культурологические передачи, которые способствуют воспитанию молодого гражданина Украины.

**Ключевые слова:** региональное радио, региональное телевидение, молодежная аудитория, национальное сознание, историко-культурологическая передача

В статті розглядаються проблеми формування національної свідомості української мо-