

ОСВІТНЯ ФУНКЦІЯ МЕДІЙНИХ ТЕКСТІВ

Юлія БОНДАРЕНКО

Україна, Київ, Національний технічний університет «КПІ»

Питання використання у мові ЗМІ нестандартної лексики (діалектизмів, спеціальної лексики, жаргонізмів, ненормативної лексики, вульгаризмів, суржику) залишається донині одним із центральних серед досліджень. Сучасна публіцистика, а особливо інтернет-журналістика, переповнена мовними одиницями обмеженого вживання та нетрадиційними одиницями мови. Літературна мова у ЗМІ за останній час зазнала настільки значних змін, що можна вже говорити про її інший функціональний статус: вона різко демократизувалася, звільнилася від жорстоких пуристичних рамок, оновила свій лексичний і фразеологічний склад, інтернаціоналізувалася й динамізувалася.

Демократизація стилістичних норм української літературної мови у суспільстві сприяла втраті ряду її попередніх канонів через відхід від уже сформованого функціонально-стильового та стилістичного узусу. Як зазначає Н. В. Линник [1], це відбувається, зокрема, у масовому проникненні, переміщенні стилістично нижчих шарів і стильової тональності мови в комунікативні сфери, які традиційно обслуговувалися мовною стилістикою вищих реєстрів:

1) у межах стильового діапазону власне літературної мови – це активізація функціонування елементів розмовного стилю у сферах не тільки художнього, публіцистичного, а й офіційно-ділового та наукового стилів;

2) у межах стильового діапазону національної мови в цілому – це різка активізація вживання в розмовному стилі й у різних жанрах публіцистичного стилю стилістично зниженої, вульгарної, жаргонної лексики, термінів та діалектної мови, просторіч, насамперед, українсько-російського суржику.

Сьогодні перед українською публіцистикою гостро стоїть питання використання нестандартної лексики, оскільки саме мова сучасних медіа бере безпосередню участь в освіті реципієнта та формуванні грамотності читача (глядача). Огляд лексичного складу сучасних журналістських текстів засвідчує, що медіатексти переповнені розмовною мовою, сленгом, жаргонізмами. Так, наприклад, у журналістських матеріалах до слова «бити» застосовуються такі синоніми: виписувати качелі, валити в клуню, товарити, мочити, місити, дати зірки, дати в бороду, відфейсувати, відрихтувати, гасити, вирубити, влаштувати мочилово («Мочи інших, щоб самому було добре», «Невдалими виявилися спроби «завалити» Хвойницького» – zik.ua, «А далі – «мочилово»! – radiosvoboda).

Свідченням „проалкоголеності” нації у медіа виступають такі жаргонізми: алік, алконавт, бодун, бух, бухло, дрінк, забухати, мертвий, набратися, набухатися, синій, синячити: («То в вас не бодун, то магнітні бурі» – zik.ua, «Українці бухають, хиляють, чаркують, закладають за комір, синячать, наклюкуються...» – журнал «Країна»). Про процвітання наркоманії свідчать такі слова: мутити, накоцатися, накур, напаснути, нар, нарік, нарк, кайф, наркота, наркоша, наркуша, трава, обдовбаний, обкурений, передоз, план, планокур, вариво, гашиш: («Наркоманія в Україні: купити «кайф» у міліціонерів легше, ніж хліб у магазині» – журнал Житомира, «Травичку у Тернополі продають легально» – 20minut.ua).

Як підвид жаргону сучасні медіа використовують також сленгові елементи, які можна класифікувати за двома критеріями:

1) слова, які не мають власних відповідників в українській мові, наприклад: реп, хіп-хоп, фуа-гра, епіляція, порно, беємве, туса, тусуватись, тусовщик, комікс, рингтон, дреди, караоке: («Вічна студентка і тусовщиця вийшла заміж – втретє» – Українська правда);

2) слова, які транскрибувалися і передають звучання відповідника в мові-оригіналі, наприклад: понти, сет, лузер, лаф, окей, мен, мачо, треш, слайд, ровер, кул, профі, бойфренд, ньюзмейкер, блокбастер, панк: («Литвин доплатив 700 тисяч за депутатські понти в «Борисполі» – nashigroshi.org).

Більшість сленгових слів є англіцизмами, застосовані вони в текстах з метою поповнення експресивних засобів, а також для розв'язання внутрішньомовних потреб. Проте зловживання такими лексемами, на нашу думку, призводить до розмивання внутрішніх меж публіцистичного стилю та негативного впливу на літературну мову, що, в свою чергу, матиме відбиття й в мові конкретного реципієнта.

Деякі ЗМІ активно використовують суржик, зокрема цим славиться «Газета по-українськи». Тут суржик виступає як стилістичний засіб типізації та індивідуалізації персонажів, творення комічного й іронічного ефекту. Використовуючи суржик, журналісти правдиво відтворюють стан сучасної української мови, ненормативне зросійщення її словоформ та словосполучень. Проте не слід забувати, що основна форма функціонування суржику – усно-розмовна мова осіб, не знайомих у необхідному обсязі з літературними нормами внаслідок недостатньої освіченості [2], тому переважання журналістського тексту такими елементами, на нашу думку, є неприпустимим.

Іноді в медійних текстах можна натрапити й на ненормативну лексику, де провідне місце посідають лексеми сексуальної тематики і пов'язані зі статевими органами – сексоцентрична, або відгенітальна лексика.

На нашу думку, журналістам не слід зловживати ненормативною лексикою, вульгаризмами та суржилом. Такі мовні одиниці мають негативний вплив на формування літературних смаків у реципієнта, а іноді й ображають його гідність. У публіцистиці нетрадиційні одиниці мови слід використовувати лише як засіб мовленнєвої характеристики героїв. У жодному випадку ненормативна, вульгарна лексика та суржик не можуть виступати елементами мови автора. Обережно слід використовувати діалектизми, терміни та жаргонну лексику, яка часто є незрозумілою для реципієнта і створює складнощі для сприймання матеріалу.

Як висновок, зазначимо, що сучасні мас-медіа активно використовують нестандартну лексику, що має негативний вплив на розвиток літературної мови та освітню функцію, яку журналістика виконує. З іншого боку, вживання нестандартної лексики у літературній мові розхитує її норми, засмічує та лібералізує її. Разом із тим відбувається дестабілізація та розмивання стилів, що негативно позначається на самій структурі мови, на її стилістичному та лексико-семантичному рівнях.

ЛІТЕРАТУРА

1. Линник. Н. В. Вживання зниженої лексики у мові друкованих засобів масової інформації та її вплив на норми літературної мови. — 2004. — N49, Т.2. — С. 65-67.
2. Масенко Л. Мова і суспільство: Постколоніальний вимір. — К. : Освіта, 2004. — 106 с.