

СЕКЦІЯ 27.

ЛІНГВІСТИКА ПРАВА ТА ЗМІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

МАМИЧ МИРОСЛАВА ВОЛОДИМИРІВНА

Національний університет «Одеська юридична академія»,
завідувач кафедри прикладної лінгвістики,
доктор філологічних наук, доцент

ШЕВЧЕНКО-БІТЕНЬКА ОЛЕНА ВАЛЕНТИНІВНА

Національний університет «Одеська юридична академія»,
викладач кафедри іноземних мов № 1,
кандидат юридичних наук

КУЛЬТУРОМОВНИЙ КОНТЕНТ ВИДАННЯ

Кожний з періодів в історії української літературної мови має свої особливості лексичного, морфологічного, синтаксичного, почасти орфографічного оформлення думки. Культуромовні рекомендації кожної мікродоби на цьому відрізку динаміки мовної норми засвідчують пошуки мовних засобів досконалої вербалізації ідей, думок, почуттів, передавання інформації, знання. Тому питання культури мови завжди актуалізують інтенцію до оцінки літературної норми в її функціонально-стильовому вираженні.

Відомо, що в теорії української літературної мови (І. Огієнко, О. Н. Синявський, Л. А. Булаховський, І. К. Білодід, З. Т. Франко, І. Г. Матвіяс, В. М. Русанівський, С. Я. Єрмоленко, Л. О. Пустовіт, О. О. Тараненко, П. Ю. Гриценко, К. Г. Городенська, Л. О. Ставицька, Г. М. Сюта та ін.) тривалий час основний акцент переносився на мову художньої літератури як основної сфери становлення, культивування, стабілізації та динаміки, реформування літературних стандартів. Це спричинювалося не лише тим, що мова прози і поезії, драматургії були чи не єдиним плацдармом функціонування української літературної мови, але й тим, що «мова письменника» становила основу критеріїв норми (М. М. Пилинський), яку узагальнювали й фіксували лексикографічні джерела, даючи стилістичні ремарки насамперед за практикою художнього слововживання.

90-ті рр. ХХ ст. позначилися переакцентуванням сфер провідного впливу на формування літературних норм. Мова публіцистики, ЗМІ як найбільш мобільна щодо частотності, швидкості поширення пропону-

ваних для читання й слухання медіатекстів очолила процес модифікації літературно-мовних стандартів (О. О. Тараненко, О. А. Стишов, Є. А. Карпіловська, М. І. Навальна, І. В. Завальнюк, Т. А. Коць, С. Г. Чемеркін та багато ін.). Саме сучасна мовна практика виявляє варіантність, зумовлену взаємодією комунікативних норм писемної та усної літературної практики, впливом регіонального і соціального мовного узусу [1, с. 41].

Вивчення культуромовного контенту видання, культури мови видання – це рефлексія над його літературною нормою. С. Я. Єрмоленко відзначила, що це питання «стосується переважно двох різних об'єктів: 1) культури мови як навчальної дисципліни, мета якої утверджувати літературну норму, формувати літературний стандарт як взірцевий різновид національної мови; 2) культури мови як певного рівня мовної свідомості і мовної грамотності освічених людей» [1, с. 276]. Отже, культуромовний контент – це віддзеркалення певного рівня мовної свідомості соціуму, зокрема його представників (журналістів, редакторів), що колективно, колегіально і дотримуються, і формують у своєму виданні взірець мови доби і мови в певному її функціонально-стильовому вияві.

Журналісти в мовній практиці орієнтуються на власне мовне чуття і відчуття змін у мовній свідомості соціуму, вони орієнтуються на зафіксовані у довідниках мовні рефлексії (корективи, акценти 'правильно', 'неправильно', 'треба так', на стилістичні ремарки, що засвідчують динаміку лексико-семантичних змін у мові). Видавці, редактори, журналісти формують

мовну моду, мовні смаки національної спільноти, її тяжіння у кожний конкретний відрізок часу до вибору мовних засобів [1, с. 288]. Так виробляється колективна оцінка мовних засобів [1, с. 290], що найвиразніше і найшвидше виявляється у ЗМІ.

Культура мови видання формується як пролонгована традиція у дотриманні норм писемної літературної мови, як свідоме, цілеспрямоване використання прийомів і засобів досконалого вираження думки. Отже, мова видання – це і пасивні рекомендації, що засвоюються підсвідомо, а також так звані активні, тобто пов'язані з пропонуванням консультацій з питань слововживання, з веденням дискусій на теми культури мови. Активні рекомендації ще поділяють на лексикологічні (тлумачення слова, окреслення лексико-семантичних варіантів) та функціонально-нормалізаційні (рекомендації щодо нормативно точного, доречного, правильного вибору слова з ряду подібних до нього за значенням і звучанням) [1, с. 310].

Так, для аналізу культури мови будь-якого друкованого видання найоптимальнішою є орієнтація саме на спостереження щодо функціонально-нормалізаційного послуговування мовою, відбиття у ній деяких граматичних, орфографічних норм, що нині перебувають у колі уваги мовознавців і обговорюються у ході культуромовних дискусій, спрямованих на певний так званий органічний національний стиль спілкування. Інші типи активних рекомендацій також заслуговують на увагу,

але вже в контексті того, як те чи інше видання прагнуло впливати на культуромовні смаки сучасників у процесі друкування рекомендацій з культури слововживання (функціонування спеціальних рубрик).

Так, вивчення культуромовного контенту журналу «Жінка» з таких позицій передбачає й обґрунтування періодів в його історії, на які проектується таке бачення проблем культури мови видання. На нашу думку, оптимальним є поділ аналізованого контенту на два періоди, пов'язані з фіксацією одних і тих самих явищ у мові видання: 50–80-ті та 90-ті рр. XX ст. – початок XXI ст. Зазвичай питання культури мови ставляться в статичному аспекті, тобто у проекції на порушення норм слововживання, граматики, пунктуації в конкретному виданні. Натомість мова, контент медіаресурсу – це і джерело вивчення історії літературної мови, динаміки її норм. Стилiстичні норми виявляються на рівні індивідуально-авторської репрезентації, специфіки медіажанру, що складають основу журнального контенту. Загальнолітературні ж норми відображають стійкість традицій спілкування в окремий період історії комунікування. Вони виконують основну регулятивну функцію в конструкті «літературна мова», що перебуває у стані динамічної стабільності.

Пізнання мови українських газетно-журнальних видань в контексті історії літературної мови – це одна із сходинок у піраміді осмислення феномена «масова мовна свідомість». Упродовж тривалого часу (40-ві – початок 90-х рр. XX ст.) мова перебувала у стані динамічної стабільності, оскільки практично не змінювалися суспільно-політичні орієнтири в запровадженій мовній політиці радянської спільноти. Роль зразка виконували стандартизовані тексти підручників, культурно мовне наповнення текстів масово тиражованих газет та журналів, книжкової продукції широкої тематики, мова дикторів радіо й телебачення. При цьому писемний текст був найбільшим орієнтиром у формуванні та регулюванні мово- та слововживання. Це спричинено тим, що, за висловленням С. П. Бирик, «оволодіння нормами усної літературної мови через освіту пов'язане з формуванням та розвитком суспільної свідомості, закріплення культурою типів мовомислення як систем універсальних, стійких схем побудови міжособистісного спілкування в різних галузях суспільної діяльності людей, що формуються історично в результаті постійного зв'язку ситуативного послугоування мовою і виконуваних нею численних соціокультурних функцій» [1, с. 258]. Саме прескриптивна репрезентація літературного стандарту і виконує законодавчу функцію [3]. Простір культурного, унормованого спілкування, який забезпечують друковані видання, спрямований на цілісний розвиток масової свідомості, зокрема й мовної [2, с. 138].

Отже, культуромовний контент українськомовного видання – це його нормативний зміст, реєстр загальнолітературних норм, інструментарію представлення інформації, впливу на формування літературного стандарту. Його дослідження є актуальним і перспективним саме з практичного погляду: воно уможливило фіксацію явищ мови, залеж-

них від мовної політики суспільства, пуристичних орієнтирів спільноти в кожний конкретний період часу.

Список використаної літератури:

1. Літературна норма і мовна практика : монографія / [Єрмоленко С. Я., Бирик С. П., Коць Т. А. та ін.]; за ред. С. Я. Єрмоленко. – Ніжин : ТОВ «Вид-во «Аспект-Поліграф», 2013. – 320 с.
2. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики / Е. П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 2009. – 384 с.
3. Яворська Г. М. Прескриптивна лінгвістика як дискурс / Г. М. Яворська. – К., 2000. – 288 с.

Ключові слова: мова ЗМІ, мовний узус, культуромовний контент, мовні засоби, прескриптивна лінгвістика.

Ключевые слова: язык СМИ, языковой узус, культура речи, языковые средства, прескриптивная лингвистика.

Key words: language of media, linguistic rule, linguocultural content, language tools, perspective linguistics.

ЗАВАЛЬСЬКА ЛЮБОВ ВОЛОДИМИРІВНА

Національний університет «Одеська юридична академія»,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики

КІСЕЛЬОВА АНАСТАСІЯ АНДРІЙВНА

Національний університет «Одеська юридична академія»,
кандидат філологічних наук, доцент кафедри прикладної лінгвістики

ОСОБЛИВОСТІ МЕДІАТЕКСТУ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

Глобальна комп'ютеризація, зростання інформаційних технологій та бурхливі соціально-політичні процеси, якими характеризується життя у більшості країн світу в останні роки, призвели до того, що актуальність досліджень соціальних мереж не викликає на сьогодні сумнівів, бо ними так чи інакше користується більшість громадян. І саме ця тенденція призводить до того, що, досліджуючи медіатекст, ми, базуючись на роботах Т.Г. Добросклонської, трактуємо його як «будь який медіа продукт чи продукт комунікації, який може бути включений у різні медійні продукти та різні медійні обставини» [4] і перспективним вважаємо саме розгляд текстів україномовного сегменту найпопулярніших та найвпливовіших соціальних мереж, таких як Facebook та Twitter [5].

Які ж складники медіатексту у соціальних мережах вирізняють його та роблять унікальним? Багато дослідників, серед яких В.В. Богуславська, І.В. Богуславський, О.А. Вольф, Ю.С. Наволока, Е. Herzfeldt,