

ЗМІ ЯК ПРОВІДНИЙ ЗАСІБ КОДИФІКАЦІЇ МОВИ

У сучасний період розвитку українського суспільства успішне вирішення політичних, економічних і соціальних завдань все більше залежить від дії такого суб'єктивного чинника, як соціальна активність особистості. Важливу роль у її формуванні відіграють засоби масової інформації. Про зростаючу роль преси, радіо і телебачення в суспільному житті країни свідчать їх бурхливе зростання та поширення. Друковане й усне слово, телевізійне зображення здатні в найкоротші терміни досягти найбільш віддалених районів, проникнути в будь-яке соціальне середовище. Засоби масової інформації — могутня сила впливу на свідомість людей, засіб оперативного повідомлення інформації в різні куточки світу, найбільш ефективний засіб впливу на емоції людини, здатне переконувати реципієнта щонайкраще. Впливовий аспект ЗМІ є широко досліджуваним напрямом у сучасному мовознавстві, про що свідчать численні праці таких дослідників, як С. Г. Кара-Мурза, Т. Ю. Ковалевська, Н. В. Кондратенко, В. М. Корнеєв, Н. В. Кутуза, Н. Ф. Непийвода, В. В. Різун, О. А. Семенюк, І. Ю. Черепанова тощо, проте слід, зауважити, що серед малодосліджених досі залишається механізм впливу ЗМК на формування української національної свідомості у молоді як важливого чинника державотворчих процесів в Україні.

У сучасній політичній ситуації не можна ігнорувати ставлення покоління, сформованого вже за часів незалежності, до державної мови, що є, за В. Сосюрою, «душею народу». В одному зі своїх попередніх досліджень ми, базуючись на результатах проведеного опитування, дійшли висновку про керівну роль, що її відіграють ЗМІ у житті великого відсотку (72 % респондентів) сучасної молоді, 65 % з яких надають в цій сфері перевагу використанню саме української мови. Очевидним, отже, є роль масс-медіа у процесах самоідентифікації, бо саме вони, маючи всі можливості для швидкої трансляції єдиних символів і цінностей в національному масштабі, через створення суспільного діалогу, сприяють формуванню і зміцненню національної свідомості суспільства (Карлова В. В. Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej6/texts/07kvvunc.htm>).

Свідоме ставлення до мовних явищ, однак, передбачає також глибоке розуміння змісту багатьох лінгвістичних понять, зокрема таких, як «національна мова», «українська літературна мова», «сучасна українська мова», «мовна норма», «культура мови», «кодифікація мови». Останнє розшифровується як «упорядкування, приведення до системи,

до цілісного несуперечливого зводу (кодексу). [...] також уніфікація, упорядкування, відкидання всього чужого для літературної мови і прийняття всього, що її збагачує» (Глушук С. В., Дияк О. В., Шевчук С. В. Сучасні ділові папери. — К.: А. С. К, 1998. — 400 с.). Засобами кодифікації мови є словники, довідники з мови, підручники для середньої та вищої школи, наукові лінгвістичні дослідження, що встановлюють норму, твори (художні, наукові, публіцистичні), візріці мовлення людей, які досконало володіють українською мовою і мають високий соціокультурний авторитет. Кодифікатором, тобто оберігачем літературної мови, виступає вчений-мовознавець, письменник, журналіст, політик, диктор радіо і телебачення, артист тощо. Зв'язок пересічного громадянина, в нашому випадку молодого людини, з більшістю перелічених осіб опосередковується здебільшого ЗМІ. Це зумовлює проведення (у межах вивчення впливу ЗМК на формування національної самосвідомості) анкетування, метою якого було встановити осіб, що є, на думку респондентів — 210 студентів Iого курсу НУ «ОЮА» — кодифікаторами української мови.

За результатами експерименту ми виокремили 50 осіб, імена яких були названі інформантами. Серед них найбільша кількість — 16 — належить телеведучим, 13 — музикантам, 11 — суспільно-політичним діячам, 7 — письменникам і тільки 3 — акторам. Наведене ще раз акцентує на впливовій ролі телебачення в цілому і його представників — телеведучих — зокрема, що узгоджується з попередніми дослідженнями автора в цій галузі та унаочнює необхідність подальших розробок зазначеного аспекту.

Зусереджуючись на телеведучих, визнаних інформантами кодифікаторами мови, варто зазначити, що найбільша кількість згадувань була у Ольги Фреймут (54, що становить 26 %) та Сергія Притули (30, тобто 14 %). Серед інших імен, названих більше одного разу, наведемо Ігоря Кондратюка, Оксану Марченко, Катерину Осадчу та Аллу Мазур, які зустрічалися по 9 разів (4 %), а також Олександра Педана — 5 разів (2 %). Очевидно, що мовлення саме цих представників мас-медіа має стати об'єктом подальшого вивчення, метою якого буде виокремлення характерних йому фонетичних, граматичних, стилістичних та інших особливостей. Вербальний аспект, проте, не може розглядатися відокремлено, оскільки він є частиною значно ширшого за обсягом поняття — «імідж», яке включає в себе ще й невербальний аспект, а також зовнішній вигляд та особистісні характеристики носія. Механізм співвідношення сукупності цих характеристик до його впливу на свідомість глядачів, формування ставлення не тільки до самого телеведучого, а до нації та мови, яку він представляє, отже, вбачається перспективним напрямом дослідження, що заслуговує на подальше детальне опрацювання у межах ширшої за обсягом наукової роботи.