

УДК 070. 449. 7

## **БАГАТОМОВНІСТЬ НА СТОРІНКАХ УКРАЇНСЬКОЇ ПРЕСИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ**

*Барич М.В.*

*Актуальність* цього питання пов'язана із загрозливими тенденціями, які впродовж останніх років назріли в українському суспільстві, а саме: 1) запровадження другою регіональною мовою російської (переважно в східних та південних регіонах); 2) федералістичні настрої, які підігруються проросійськи налаштованими силами в цих самих регіонах, 3) американізацією української мови (тобто частим вживанням нетипових українських слів, як от істеблішмент, спікер, інавгурація, окей і т.д.)

На жаль, доводиться констатувати, що проблеми становлення національного інформаційного простору сьогодні не розв'язуються на законодавчому рівні. Державна преса через слабку фінансову підтримку перебуває в скрутному становищі і неспроможна конкурувати з приватними виданнями ні в поліграфічному відношенні, ні за чисельністю співробітників. Приватні ж видання змушені шукати видавця, інтереси якого і представляють на своїх шпальтах. Якщо мову державних видань визначає законодавство, то мова приватних мас-медіа в переважній більшості залежить від поглядів видавця, а не від уподобань аудиторії чи кореспондентів, які працюють у приватній газеті. Така ситуація засвідчує, що свобода слова в Україні – на сьогодні поняття лише задеклароване, а світовий досвід у вивченні інтересів аудиторії, що є запорукою популярності ЗМІ, на практиці не застосовується. Тобто фактично жодні уподобання аудиторії, серед них і мовні, не вивчаються.

Втім, і в таких умовах українськомовна періодика витримує конкуренцію з російськомовною, хоча водночас можна стверджувати, що не існує жодного українськомовного видання, яке би користувалося однаковою довірою всіх прошарків населення і мало б загальнонаціональний вплив. Скажімо, у 1999 році видання „Сільські вісті” мало тираж у 600.000. У 2006 тираж газети знизився до 466.250 примірників [1]. Але дане видання користувалося найбільшою популярністю серед селян та мешканців невеликих міст, власників присадибних ділянок (про свою орієнтацію на даний прошарок засвідчує і сама назва газети). Хоча досить широко газета розкривала і політичну тему. І у 1999 році досить критично, на відміну від інших газет, оцінювала дії влади, чим привертала до себе увагу різних політично зацікавлених верств населення.

Популярне видання „Україна молода” станом на 2006 рік має тираж 102 284 [4], однак і аудиторія цієї газети теж обмежена. Видання популярне серед молодих і зрілих людей різних професій переважно центральних та західних регіонів. Газета має виразне націоналістичне спрямування і тому значно меншою популярністю користується в східних та південних регіонах. Газета „День” (станом на 2006 рік тираж – 312.500) презентує себе як елітне видання і задовольняє потреби як російськомовного, так і українськомовного прошарку населення, яке прагне розбиратися в соціально-політичній

ситуації в державі. Рубрики, що висвітлюють історію буття українців в цьому виданні, роблять його популярним серед мовознавців, істориків, філософів, політологів. Однак читацька аудиторія цієї газети теж обмежена.

Доводиться констатувати й такий факт: українська преса не робить кроків, які б сприяли розширенню кола її читачів. Здебільшого наші видання впадають в крайнощі: або переважно висвітлюють політичні та соціальні проблеми, або є пресою для дозвілля. Якщо редакційний колектив зводить свої зусилля лише до задоволення потреб споживачів аналітичної політичної преси, то за таких обставин багато тем зачіпаються рідко, а розкриваються побіжно. Виключення становлять хіба що тримовна (українська, російська та англійська версії) газета „День”, що ширше за інші розкриває тему історії, та тримовне „Дзеркало тижня”, яке висвітлює теми економіки, культури, життя людської особистості.

Однак такий розподіл задовольняє не всіх. Чималий відсоток українців прагне читати якісну пресу і знаходити на її сторінках інформацію з різноманітних сфер життя України та світу. При цьому для України типовою є ситуація, коли читачі прагнуть вибирати мову видання – власне, це питання національної само ідентифікації. З питанням вибору російської чи української мови ситуація краща, аніж з висвітленням тем з різноманітних сфер життя. Водночас потреби не всіх національних меншин задовольняються належним чином. Будь-яке солідне видання може дозволити собі виходити у світ двома мовами. Однак поява двомовного аналогу несуттєво розширює читацьку аудиторію. Сьогоднішнє українське суспільство цілком білінгвістичне, а питання мови нині сприймається як заполітизоване. Читацька аудиторія отримує двомовне видання, але тематичне наповнення газети чи журналу від цього не розширюється. Не покращується і якість газетних матеріалів. Як правило, поза увагою громадсько-політичних газет лишаються питання літературних, наукових, космічних, астрономічних, технічних процесів та ін., що відбуваються у суспільстві. І навіть якщо врахувати, що це теми спеціалізованих журналів, однак найвизначніші події, що відбуваються в перелічених галузях, цікаві були б кожній інтелектуальній людині. Втім, преса про них якщо і згадує, то досить побіжно.

Якщо говорити про конкуренцію видань за мовною ознакою, то варто зазначити, що таким чином відбувається також і своєрідна конкуренція між мовами на сторінках видання. Тож очевидно, що таким чином у суспільстві лише підігріваються білінгвістичні настрої. Непоодинокими бувають випадки, коли на сторінках одного видання статті виходять одразу двома – російською та українською мовами.

Власне українське суспільство більше звикло говорити про зросійщення мови преси, а в той же час відбувається і її американізація. Як пише філолог Віталій Радчук, „...у впливі на українську мову російська дедалі більше поступається англійській. Притік англіцизмів у нашу мову просто шалений. А ми бідкаємося з приводу засилья росіянізмів” [5].

Останнім часом в українській журналістиці простежується тенденція, коли україномовним та російськомовним виданням даються англійські назви: журнал „Art Line”, „Internet ua”, „Parents”, „PC World Ukraine”, „Girl”. У продаж і передплату надходять російськомовні журнали з англійськими назвами, видані в Росії, „Hi-fi music”, „Cool”, „Yes, Beauty”. Є ще російські версії відомих закордонних видань – „Shape”, „Cosmopolitan”, „Playboy”, „She”, „Vogue” та ін.

Модним стало і поняття „інтертекстуальності”. Деякі видавці гадають, що таке явище робить видання стильним та оригінальним і нібито вказує на полімовність журналіста. Окреслюючи цей термін, літературознавець Григорій Грабович пише: „Далеко не на останньому місці тут кайфування від самої мови і від інтертекстуальності як такої” [1]. Варто наголосити, що взаємодія англійської та української мов на сторінках видань є менш загрозливим явищем, аніж взаємодія української і російської. В першому випадку структурні відмінності мов настільки суттєві, що „змішування кодів” не відбувається навіть у тих середовищах, де вони перебувають у щоденному контакті – українській діаспорі англійських країн. В другому ж випадку досить часто виникає таке явище, як суржик. Інколи це явище проникає і на сторінки періодики і призводить до затирання національної самобутності. Тому варто зазначити, що англійська мова в пресі не становить для української такої загрози, як російська. Та й навіть тримовні газети („День” та „Дзеркало тижня”) найбільше читаються російською та українською і значно менше англійською.

*Висновки.* Тож доводиться констатувати, що російсько-українська двомовність на сторінках періодики в певній мірі гальмує рух до утвердження української одномовності, поглиблює розкол населення за мовною ознакою. Російськомовні газети та журнали стимулюють процес „перетікання” білінгвів до групи російськомовців, сприяючи таким чином кількісному зростанню категорії „російськомислячих”. Присутність же англійської мови в пресі – явище значно менш загрозливе, оскільки ці мови мало споріднені між собою. Хоча, на мою думку, журналістам доцільніше уникати й „англійських” вкраплень і шукати в українській мові відповідники англійських слів. Багатство української мови це дозволяє.

### Список літератури

1. Інститут масової інформації. – [http://imi.org.ua/zmi\\_db](http://imi.org.ua/zmi_db)
2. Інститут масової інформації. – [http://imi.org.ua/zmi\\_db](http://imi.org.ua/zmi_db)
3. „День”. – 15 березня 2006 р.
4. Радчук В. Українська мова на зорі третього тисячоліття. – К.: Диво слово. – 2003. – № 9. – С. 2-6.
5. Грабович Г. Коханья з відьмами. – К.: Критика. 1998. – № 2. – С. 21.

*Поступила до редакції 22.08.2006 р.*