

наукових праць «Мовні і концептуальні картини світу» / Інститут філології КНУ ім. Т. Шевченка. – Київ : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2015. – С. 420–427.

5. Мейє А. Общеславянский язык / А. Мейє. – М. : Изд-во иностр. лит., 1951. – 492 с.

6. Минеева З. И. Корреляты мужского и женского рода в Национальном корпусе русского языка / З. И. Минеева // Знание. Понимание. Умение. – 2013. – № 4. – С. 202–207.

Собора І. І.,
студентка,
Національний авіаційний
університет (м. Київ)

РОЗМОВНА ТА ПРОСТОРІЧНА ЛЕКСИКА ЯК МОВНО-КУЛЬТУРНА ПРОБЛЕМА ДРУКОВАНИХ ЗМІ

Прийнято вважати, що чим вище освітній, інтелектуальний рівень співрозмовників, тим більше їх мова відповідає мовним нормам. Тому культура розмовної мови безпосередньо пов'язана із загальною культурою особистості.

Культурою мови називають дотримання усталених мовних норм усної і писемної літературної мови, а також свідоме, цілеспрямоване, майстерне використання мовно-виражальних засобів залежно від мети й обставин спілкування.

Так, людей з «неблагополучних» соціальних груп відрізняє небагатий словниковий запас, вживання лексики просторічного і лайливого характеру, неправильна постановка наголосів в словах, помилки у вимові чи використанні слів, лексичне значення яких абсолютно не відповідає ситуації спілкування. Граматичні, фонетичні та синтаксичні помилки (неправильне застосування відмінкових форм, спотворення звукової оболонки слова, невірна побудова речень), використання вигуків замість повноцінного слова властиві даній групі.

Натомість, у людей, зайнятих інтелектуальною працею, в розмовній мові переважає або часто зустрічається лексика відстороненого характеру, точне, правильне вживання слів відповідно до їхніх лексичних значень і ситуації спілкування. Мова таких людей наближається до книжкової за образністю, лексичним багатством, граматичною та синтаксичною грамотністю. Однак і тут можливе використання лайливих слів і виразів [4, 231].

Незважаючи на стилістичну зниженість, розмовні слова належать до літературної лексики. Поза її межами перебуває про-

сторічна лексика, до якої належать грубі, вульгарні слова (*жерти, тріскати* («їсти»), *морда, паскуда, злодюга, осточортіти, варнякати, червономордий, товстопузій, свинюка, сволота* тощо) і «неправильні», «перекручені» слова, які порушують норми літературної мови (*охтобус, радіво, тухвель, шохвер, транвай, спінзісак, завсіди, тудюю, сюдою, просяють, ходють*).

Варто зазначити, що особливості розмовної мови пов'язані, перш за все, з її сферою вживання.

Якщо говорити про усну форму, то така мова використовується, в першу чергу, в діалогах – в розмовах двох і більше осіб. Також вона може бути застосовна в монологіях, звернених мовцем до самого себе.

Розмовна мова – мова спонтанна. До спілкування мовець, як правило, не готується спеціально, чи не продумує наперед свої репліки. Вони вимовляються залежно від того, що і як відповідає йому співрозмовник або співрозмовники. Якщо навіть розмова запланована заздалегідь, вона характеризується великим ступенем імпровізації. У цьому і є відмінність усної мови від письмової [3, 143].

В цьому контексті слід говорити про використання розмовної та просторічної лексики на сторінках друкованих ЗМІ. Так, наявність такої лексики свідчить з одного боку про низький рівень культури мови, оскільки в письмовій мові такі явища, як правило, характеризують як негативні. З іншого ж боку, розмовна та просторічна мова насичена різними художніми засобами, які свідчать про багатство української мови.

Так, у друкованих газетах та журналах, особливо останніми роками, широко обговорюються питання культури мовлення, піддаються осуду відхилення від норм літературної мови, неправильності в усній і письмовій мові, неохайне ставлення до рідної мови. У повсякденній мові зустрічаються численні і різноманітні помилки у використанні так званих просторічних слів. Одні з них суперечать літературним нормам, а інші є синонімами до літературних слів, не виправданих стилістичною необхідністю.

За В. Здоровогою, найвразливіше місце ЗМІ в Україні – їхня мова. Зокрема, однією із проблем є домінування російськомовних видань і телепрограм як у загальноукраїнському, так і в регіональному вимірі. Однак не менш важливою проблемою, В. Здоровега виділяє загальний низький рівень мовної культури.

«Особливо він помітний на телебаченні. Значна частина журналістів користується українською лише як службовою. Звідси їхня ніби українська вимова, засміченість тексту русизмами тощо. І, що не менш важливо, професійне збіднення вира

жально-зображувальних можливостей такої багатой, милозвучної, мелодійної мови у лексичному, стилістичному, орфоепічному та особливо художньо-образному плані» [2, 36].

За французьким науковцем Івом Аньєсом, однією із головних функцій преси є віддзеркалення. Читач любить, щоб йому говорили про нього. Він хоче знаходити у своїй газеті частку свого життя, своїх проблем. Він мусить мати змогу, принаймні символічно, бачити там своє відображення як у дзеркалі. Зважаючи на це, використання розмовної та просторічної лексики на сторінках друкованих видань є цілком виправданим. Передача основних фактів, інтерпретація подій живою мовою, яку використовують мільйони осіб, значно наближає читача до бажання прочитати такий матеріал [1, 78].

Тому, використання розмовної та просторічної лексики на сторінках друкованих ЗМІ наближають тексти до читача, і використання такої лексики є виправданим, якщо лексика вжита доречно та відхилення від мовних норм не заважає авторитетності видання та не псує його імідж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аньєс І. Підручник із журналістики: Пишемо для газет / І. Аньєс. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2013. – 544с. 4
2. Здоровега В.Й. Теорія і методика журналістської творчості: Навчальний посібник. - Львів: ПАІС, 2000. - 180 с. 3
3. Стилїстика української мови: Підручник/Л. І. Мацько, О. М. Сидоренко, О. М. Мацько; За ред. Л. І. Мацько. — К.: Вища шк., 2003. — 462 с. 2
4. Сучасна українська літературна мова: Підручник для студентів філолог. спец. вузів. -К.: Вища шк., 1997. -492, с. 1

Хрущ Г. В.,
студентка,
Ужгородський національний університет

ЗАГОЛОВОК ІНФОРМАЦІЙНОГО ПОВІДОМЛЕННЯ ЯК ЗАСІБ ЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ЧИТАЧА

Невід'ємною частиною тексту є заголовок. Він відіграє найважливішу роль при створенні матеріалу. Коли реципієнт бере до рук видання чи відкриває електронний ресурс, то перш за все, він бачить заголовок. І так, гортаючи першу, другу, третю та інші сторінки основна увага реципієнта приділяється саме назві мате-