

КУЛЬТУРА МОВИ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

УДК 811.161.2:81'373.2

М. П. Баган

ПРОБЛЕМА КУЛЬТУРИ ОНИМОТВОРЕННЯ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕВІЗІЙНОМУ ПРОСТОРИ

У статті проаналізовано назви сучасних українських телепередач у двох аспектах: мовному та культури номінації. Визначено основні тенденції сучасного українського телевізійного онімотворення: 1) надмірна англізація телевізійонізмів; 2) широке калькування назв російських телепередач. Названо шляхи та способи піднесення культури українського онімотворення, з'ясовано критерії формування національно орієнтованих телевізійонізмів.

Ключові слова: телевізійонізм, онімотворення, телевізійний дискурс, культура, мовна норма.

В статье проанализированы названия современных украинских телепередач в двух аспектах: языковом и культуры номинации. Определены основные тенденции современного украинского телевизионного онимообразования: 1) чрезмерная англизация телевизионимов; 2) подражание названиям российских телепередач. Названы пути и способы подъема культуры украинского онимообразования, выяснены критерии формирования национально ориентированных телевизионимов.

Ключевые слова: телевизионим, онимообразование, телевизионный дискурс, культура, языковая норма.

Against the background of the tendencies towards democratization and liberalization of the television information space, it is important to adhere not only to the culture of communication but also to the culture of the nomination, since the names of the TV shows reflects the ideological, moral, ethical, and aesthetic values of the creators of teleproduction and propagate them among viewers. In connection with this, the relevance of the study of the level of culture of the nomination in the modern Ukrainian television space and the formulation of practical recommendations for its improvement has become relevant. The paper aims to analyze the Ukrainian TV show

titles in two aspects: linguistic and cultural. In this aspects Ukrainian TV show titles have not been substantially studied, which determines the relevance of the proposed article. The paper states two main tendencies of nomination in modern Ukrainian television space: 1) excessive Englishization of televisionims; 2) broad imitation of the titles of Russian TV programs. They testify to the denationalization of Ukrainian television, the low level of culture of nomination, indifference to the development of the national idea and the non-compliance with the norms of the official language.

The author delineates the different ways of using English language in the naming of Ukrainian television broadcasts: 1) the use of the English name, 2) the combination of some English words with the Ukrainian, resulting in hybrid composites and hybrid phrases, 3) the writing of Ukrainian words in part or in full English letters, and 4) the transliteration of English words in the Ukrainian language.

It is pointed out that televisionims that combine English and Ukrainian components violate not only the lexical and graphic norms of modern Ukrainian literary language, and sometimes its grammatical regularities. It has been proved that an important component of the culture of the people should be a high, nationally oriented culture of television titles creation, which involves the creation of clear, meaningful and aesthetic titles of television programs in accordance with the norms of Ukrainian literary usage and Ukrainian spelling.

Key words: television, formation of proper names, television discourse, culture, linguistic norm.

На тлі тенденцій до демократизації та лібералізації телевізійного інформаційного простору важливо дотримуватися не лише культури спілкування, а й культури номінації, оскільки онімна лексика телеефіру відображає ідейні, моральні, етичні, естетичні цінності творців телепродукції й пропагує їх серед телеглядачів. У зв'язку із цим набуло актуальності дослідження рівня культури онімотворення в сучасному українському телевізійному просторі й випрацювання практичних рекомендацій щодо його підвищення.

Вивченню телевізійного дискурсу присвячено чимало наукових праць. Авторів цікавлять передусім питання його структури, принципів організації [3; 8; 10], типологізації й функційного співвідношення різних телевізійних видів і жанрів [7], композиції та лінгвостилістичного наповнення різножанрових телепередач [8; 13]. Багато дослідників відзначає потужний маніпулятивний вплив телебачення на свідомість глядачів [9; 11]. За визначенням І. Побєдоносцевої, телебачення «перетворюється на провідного (відсунувши з цієї позиції навіть

кінематограф) виробника мрій, ілюзій, образів, стереотипів, знаків, які, урешті-решт, втрачають референтний зв'язок із реальністю, створюючи нову телевізійну реальність, симулятивну гіперреальність» [9, с. 2]. Саме впливовість телебачення, його провідна роль у формуванні свідомості та культурних цінностей глядацької аудиторії спонукає авторів телевізійного дискурсу до відповідального змістового наповнення телепередач та їх належного мовностилістичного оформлення. Проте, на жаль, телевізійне мовлення, особливо прямого ефіру, зазнає справедливої критики. Типові мовні помилки в озвученні телепередач проаналізовано в низці лінгвістичних праць [4; 6; 13].

Назви телепередач, або телевізійніми [12], також привертала увагу вітчизняних дослідників, проте вони зосереджувалися переважно на з'ясуванні способів творення телевізійних онімів, їхній мотивації, динаміці онімотворення в українському телевізійному просторі [12]. У нормативному та лінгвокультурному аспектах сучасні українські телевізійніми досі предметно не вивчали, що й зумовлює актуальність пропонованої статті.

Наша мета – проаналізувати українські назви телепередач за їхньою нормативністю та культурною вмотивованістю, обґрунтувати потребу дотримання культури онімотворення в сучасному українському телевізійному просторі. Для реалізації мети передбачене виконання таких завдань:

- 1) з'ясувати специфіку телевізійніми на тлі іншої онімної лексики;
- 2) визначити основні тенденції в називанні українських телепередач;
- 3) сформулювати критерії формування національно орієнтованих телевізійніми;
- 4) надати практичні рекомендації щодо підвищення культури онімотворення в сучасному українському телевізійному просторі.

Телевізійніми належать до специфічної групи онімної лексики, функційне призначення якої – диференціювати

індивідуальні об'єкти, увиразнити їхню специфіку. Це зумовлює розвиток оригінальних дериваційних моделей у сфері онімної лексики, певні особливості їхньої словозміни та написання [1, с. 54]. У телевізійних слівотвірних оригінальностях набуває гіпертрофованого вияву, що спричинено сильною прагматичною настановою телевізійного дискурсу – назва телепередачі повинна вражати, приваблювати, закарбовуватися в пам'яті глядачів, виділятися на тлі назв схожих телепередач. Є й інші важливі вимоги до телевізійних слівотвірів: насамперед вони мусять відбивати сутність телепередачі, бути місткими, естетичними, легкими для відтворення, нормативними й, зрештою, зрозумілими для глядача. Безперечно, автори намагаються врахувати всі критерії вдалої назви, проте в гонитві за особливою виразністю й неординарністю телевізійного слівотвіру нерідко нехтують його нормативністю й органічністю задля оригінальності й епатажності.

Особливо модним у сучасному телепросторі є англізоване онімотворення, сутність якого полягає у використанні лексичних та графічних засобів англійської мови в назвах українських телепередач. Розрізняємо такі способи англізації українських телевізійних слівотвірів:

1) уживання повністю англійської назви, пор.: *Kids Time* (Новий канал); *Comedy Woman* (НЛО TV); *Automobiles* (Автомобільний);

2) поєднання англійського слова з українським, що призводить до утворення «гібридних композитів» [5, с. 14] (пор.: *Teen-клуб* (UA:Перший); *Фольк-music* (UA:Перший) та гібридних словосполучень (пор.: *Цивілізація Incognita* (Україна); *Європейський WEEKEND* (Футбол 2);

3) написання українських слів частко або повністю латинськими літерами, пор.: *Про Zіkave.ua* (UA:Перший); *ZІmКнення (ZIK)*; *DROZDOV (ZIK)*;

4) транслітерація англійських слів українською мовою, пор.: *Вайп аут (K2)*; *TiBi Абетка (Піксель)*; *Ху із Ху (Zoom)*; *ШОУМАСТГОУОН* (Новий канал).

Особливо невмотивованим видається використання невідомої загалом глядачів іншомовної лексики, бо це не сприяє розумінню сутності передачі, її доводиться вгадувати або виводити з українських слів телевізійніма, пор.: *Латиноамериканський Check-in* (НЛО TV); *CSI. Місце злочину* (ТРК Україна). Проте навіть англізми, які зрозумілі для більшості аудиторії, напр.: *Фольк-music* (UA:Перший); *Ximi Non-Stop* (M1); *Шустрова LIVE* (Еспресо TV); *Футбол NEWS* (КАНАЛ ФУТБОЛ), з огляду на наявність українських відповідників також недоречні в теленазвах, оскільки ускладнюють їх сприйняття, адже актуалізація й узгодження компонентів двох різнотипних мов потребує більше зусиль сприймача. Та основна проблема таких телевізійних назв полягає в тому, що вони порушують вимоги національно орієнтованого мовлення, пропагують змішування мов. Парадоксально, що найпоширенішим чужомовним компонентом у структурі телевізійнімів є *UA*, тобто належність телепередачі або телеканалу до України автори позначають саме англійською мовою, пор.: *Облом.UA* (2+2); *Книга.UA* (UA:Перший).

Телевізійніми, що поєднують англійський й український компоненти, порушують не лише лексичні й графічні норми сучасної української літературної мови, а й її граматичні ознаки. Наприклад, телевізійніми, що складаються із двох іменників, за задумом авторів, потрібно сприймати як атрибутивні словосполучення, пор.: *Футбол NEWS* = *Футбольні новини* або *Новини футболу*. Такими назвами привчають глядачів до граматичних особливостей англійської мови, у якій іменник у препозиції до іншого іменника виконує атрибутивну функцію, тоді як в українській мові спеціалізованим засобом вираження атрибутивності є прикметник, а неспеціалізованим – постпозитивний іменник у формі родового відмінка однини. Конструкції із двох іменників, на думку дослідників, «деформують системно зумовлену граматичну норму української літературної мови виражати атрибутивність за допомогою прикметника – спеціалізованого засобу реалізації ознаковості та обмежують відіменникове творення прикметників, що дає

підстави констатувати їхній деструктивний вплив на українське прикметникове словотворення» [2, с. 4]. Відповідно до цієї граматичної норми назву телепередачі *Футбол NEWS* потрібно замінити питомим словосполученням з узгодженим прикметником (*Футбольні новини*) або із залежним іменником у постпозиції (*Новини футболу*). Так само за англійською моделлю створено теленазву *TiVi Абетка* (Піксель), у якій атрибутивний іменник *TiVi* також винесено в препозицію до головного слова *Абетка*. Природніше звучала б назва *Телевізійна абетка*, що відповідає моделі атрибутивно-субстантивного словосполучення української мови.

Навіть телевізіоніми у формі словосполучення, побудованого за граматичними нормами української літературної мови, пор.: *HARD з Влащенко* (ZIK); *Європейський WEEKEND* (Футбол 2), не можна вважати вдалими, оскільки й вони створюють враження макаронічної мови, такого собі телевізійного англо-українського суржику, породженого бажанням вивищитися над іншими телепередачами, подібно до Голохвостого у відомій п'єсі «За двома зайцями» М. Старицького.

Значна кількість гібридних утворень у мові сучасних українських ЗМІ спонукала деяких дослідників до висновку, що «гібридні слова разом із кальками (словами і словосполученнями) свідчать про механізми виживання мови в нових культурних та соціально-економічних умовах» [5, с. 193], проте одна річ, коли гібридні утворення постають на основі вмотивованих новітніх запозичень, що обростають питомими українськими компонентами (це, справді, свідчить про освоєння іншомовних слів й збагачення української мови) і зовсім інша річ, якщо українські компоненти у складі теленазв невмотивовано замінюють англійськими відповідниками. Це сприяє не збагаченню мови, а пропаганді еклектичного, макаронічного мовлення.

На жаль, англізація не оминула й назв телепередач для дітей, пор.: *TiVi Абетка* (Піксель); *Kids Time* (Новий канал); *МультZIK* (ZIK), у зв'язку із чим постає риторичне питання, чи

доречні англізми в назвах передач для дітей дошкільного віку загалом, адже не всі діти цього віку, дуже ймовірно, знають англійські слова, а особливо аббревіатури. Органічніше й зрозуміліше звучать ті назви телепередач, що побудовані з узвичаєних у сучасній українській літературній мові слів за її типовими словотвірними моделями відповідно до віку й психології дітей, пор.: *Читаночка* (Малятко TV); *Збірник пісень* (Малятко TV); *Зірки-малюки* (Піксель); *Уроки тітоньки сови* (Піксель); *Улюблені мультфільми* (Піксель).

Поєднання іншомовного й питомого компонентів, на думку творців теленазви, має додавати передачі особливого шарму, неординарності. Заміну деяких компонентів теленазви англійськими літерами чи словами вважають виявом мовної гри [5, с. 104], що має привабити, заінтригувати глядача і, можливо, навіть увиразнити певні змістові та конотативні нюанси телепередачі. Але назв телепередач, у яких вдало обіграно співзвучність англійських й українських слів, у національному телепросторі небагато. Серед них – програма *ПоLOVEнки* (Новий канал), у назві якої англійський іменник *LOVE* затуляє за співзвучністю частину українського іменника *половинки*. У такий спосіб творці передачі наголосили, що не просто підбирають половинки пар, а й пропагують кохання. Проте в більшості телевізійних заміна частини українського слова співзвучною латинською літерою чи англійським словом є суто візуальним, грайливим моментом, що не сприяє прирощенню семантичного ореолу телепередачі, пор.: *ZImКнення* (ZIK); *МультZIK* (ZIK). У деяких телевізійних поєднання різномовних елементів навіть викликає асоціації з ненормативними висловами, пор.: *Double Ять* (ТРК Україна). Увиразнення змістових або конотативних нюансів телепередачі можна досягти мовною грою українських слів чи їхніх компонентів, до якої активно вдаються журналісти та письменники, насамперед постмодерністи.

Вибір англомовної або англізованої назви телевізійники нерідко пояснюють ще й тим, що телепередача є українською версією відомого європейського телепроекту, і тому потрібно,

щоб назва версії збігалася з назвою оригіналу. Це стосується здебільшого розважальних телепередач на зразок **ШОУМАСТГОУОН** (Новий канал), **МастерШеф** (СТБ), **Х-Фактор** (СТБ). Насправді така вимога не є обов'язковою. Відомо чимало версій телепроектів, не скалькованих з оригіналу. Їм підібрано назви, органічні для країни та її мови. Наприклад, ісландську дитячу музичну телепрограму *LazyTown* 2004 р. було випущено в Україні з назвою *Байдиківка* (зараз виходить на каналі ТЕТ), що відображає характерну ознаку містечка, де відбуваються події (його жителі б'ють байдики), і водночас має виразний український колорит за рахунок лексичного наповнення та використаної словотвірної моделі. Отже, вибір назви значною мірою залежить від ідейних цінностей номінатора, його перекладацького хисту, мистецького й мовного чуття.

Порушення органічності онімотворення в українському телепросторі зумовлене не лише орієнтуванням на англomовне телебачення, а й істотною часткою запозиченої або скалькованої російської телевізійної продукції. Це спричинило невиправдані лексичні перенесення, хибні слововживання тощо. На жаль, у назвах багатьох телепередач фігурують росіянізми через намагання авторів зберегти зв'язок з відомим російським телепродуктом, пор.: **Жди меня. Україна** (Інтер); **Мамахохотала-6** (НЛО TV); **Орел і Решка. На краю світу** (K2). Прикро, що російські слова в назвах вживають не лише творці українських версій російських телепередач, а й автори суто української телепродукції, пор.: **Школа доктора Комаровського** (K2); **уДачний проект** (Інтер).

Помилки спостерігаємо також і в неправильних перекладах назв окремих російських фільмів, пор.: **Кільце з рубіном** (Україна) – потрібно: **Перстень з рубіном**, оскільки йдеться про конкретний ювелірний виріб; **Лід у кавовій гущині** (Enter-фільм) – потрібно: **Лід у кавовій гущі**, оскільки саме так українською мовою називається кавовий осад.

Деякі телепередачі названо скалькованими лексемами, що мають в українській мові свої природніші відповідники, Наприклад, іменник *холостяк*, що ліг в основу телевізійніма

Холостяк (СТБ), зафіксований у словниках за часів радянського зближення мов, а в українській мові йому здавна відповідають лексеми *одинак*, *парубок*. Не по-українському звучать і скальковані з російської мови назви телесеріалів *Чорта з два* (НТН); *Даша* (Україна).

У скалькованих з російських телепередач назвах трапляються порушення графічних норм, зокрема вживання не типових для української мови знаків (напр.: *Анна-детективЪ* (НТН), помилкове написання слів іншомовного походження (напр.: *Анжеліка – маркиза янголів* (К1) – правильно : *маркіза*).

Відомо, що онімна лексика відзначається семантичною місткістю. Вона не лише передає специфіку позначуваного об'єкта, а й певну екстралінгвальну інформацію, пов'язану з особливостями життя і світобачення народу-номінатора. Зокрема, топоніми відображають природно-географічні умови його проживання, антропоніми – родинні стосунки й традиції, особливості побуту, соціальні ролі в суспільстві. Сформована в минулих століттях онімна лексика особлива показова щодо культурних, естетичних, моральних цінностей народу, історичних перипетій його розвитку. Сучасні телевізійнімі – дещо інша категорія онімів, бо вони не перевірені часом і прагматично зорієнтовані на привернення уваги глядача. Проте ці оніми не можуть бути поза контекстом культури, оскільки відображають потреби й зацікавлення суспільства і, найосновніше, пропагують їх. На відміну від топонімів та антропонімів, телевізійнімі не так відбивають культуру минулого, як формують культуру сьогодення й майбутнього. Саме тому важливо, щоб назви телепередач не дискредитували українське суспільство невмотивованим калькуванням іншомовних продуктів, національно-мовною безликістю, безграмотністю, порушенням естетичних канонів.

На жаль, деякі скальковані з російських телепередач назви не лише не відповідають нормам сучасної української літературної мови, а й суперечать естетичним принципам, оскільки утворені від російськомовних апелютивів, що мають розмовну, негативно-оцінну конотацію, пор.: *Роздовбаї* (НЛЮ

TV); *БарДак* (ТЕТ); *Облом. UA* (2+2). Такі назви виявляють несмак авторів, формують враження низькопробності телепродукту.

Культуру, національні цінності, обізнаність суспільства яскраво виявляють алюзивні телевізійні назви, що утворені від інших відомих онімів з літератури, історії, міфології, мистецтва тощо. Такі телевізійні назви викликають у пам'яті глядачів стійкі асоціації, спогади, емоції, апелюють до їхньої підсвідомості, спонукають до осмислення ширшого культурного контексту. Прикро, що в програмі українських телепередач алюзивні назви взято насамперед з російського та радянського мистецького життя. Наприклад, телепередача *Жди меня* (Інтер), присвячена розшукуванню людей, з якими рідні давно втратили зв'язок, актуалізує відомий вірш Костянтина Симонова «Жди меня». Назва сповна відповідає сутності телепередачі, проте апелює до чужої культури. Так само запозичений з російського телефіру телевізійнізм *Руслан і Людмила* (Телеканал «24»). На здобуток радянського кінематографу спирається назва телепрограми *Острів невезіння* (УТР). Вона родом із всесвітньовідомого фільму «Діамантова рука», один з героїв якого виконав пісню «Остров невезения».

З'явилися телевізійні назви, що актуалізують біблійні та міфологічні образи, пор.: *Адам і Єва* (ТЕТ); *Іуда* (Перший Біблійний), проте бракує назв, які хоч би якось стосувалися української культури, історії, духовності. Лише деякі фільми та мультфільми пропагують героїв національної історії та літератури, пор.: *Запороги* (Enter-фільм); *Лис Микита* (Малютко TV). Загалом складається враження, що працівники телеканалів, з одного боку, прагнуть догодити російськомовним і росієорієнтованим глядачам, а з іншого, дбають про показово міжнародне, американізоване звучання телевізійних назв. Нехтування національними традиціями й здобутками в українському телевізійному онімотворенні свідчить про низький рівень національної свідомості авторів, їхню байдужість до формування національно орієнтованого інформаційного простору.

Сьогодні нерідко порушують питання культури поведінки,

культури харчування, культури виховання дітей, культури мовлення. Культуру загалом уважають стрижневим компонентом суспільства, оскільки вона не просто акумулює духовні й матеріальні цінності народу, а й забезпечує його самоідентифікацію, засвідчує певний рівень розвитку.

Прийнято дбати про культуру спілкування, оскільки від неї залежать людські стосунки, ефективне функціонування суспільних інституцій, наші почуття й особистісна реалізація. Як бачимо з аналізу назв телепередач, сучасним медійникам потрібно дбати й про культуру телевізійного онімотворення, оскільки вона сприяє формуванню ідейних орієнтирів, естетичних та етичних цінностей, смаків глядацької аудиторії.

Висока культура телевізійного онімотворення передбачає:

- 1) актуалізацію в теленазвах культурних, мистецьких надбань українського народу;
- 2) використання типових словотвірних моделей української мови;
- 3) дотримання естетичних канонів;
- 4) турботу про загальнодоступність, зрозумілість телевізійонілів;
- 5) дотримання лексичних, фонетичних, графічних та граматичних норм сучасної української літературної мови.

Аналіз назв сучасних українських телепередач виявив дві негативні тенденції в українському телевізійному онімотворенні: 1) надмірну й невмотивовану англізацію назв; 2) широке недолуге калькування назв російських телепередач. Вони свідчать про денаціоналізацію українського телебачення, низький рівень культури онімотворення, байдужість до розвитку національної ідеї та про недотримання норм державної мови.

Духовний й економічний поступ українського суспільства неможливий без підвищення рівня його культури, гідного поцінування національних здобутків: мови, історії, мистецтва, традицій тощо.

Важливим складником культури народу має стати висока, національно орієнтована культура телевізійного онімотворення, що передбачає творення зрозумілих, змістовних та естетичних

назв телепередач відповідно до норм українського літературного слововживання та українського правопису.

Виконане дослідження відкриває перспективи для вивчення інших мовознавчих проблем українського медійного простору.

Бібліографічні посилання

1. **Вербич С.** Сучасна українська онімна лексика: функціональний аспект // Вісник Національної академії наук України. – 2008. – № 5. – С. 54–60.
2. **Городенська К.** Нові явища та процеси в українському словотворенні: динаміка чи деструкція словотвірних норм? // Українська мова. – 2013. – № 2. – С. 3–12.
3. **Денискіна Г. О.** Телевізійне мовлення в світлі лінгвістики тексту і аналізу дискурсу // Культура народів Причерномор'я. – 2002. – № 31. – С. 180–187.
4. **Капелюшний А. О.** Редагування в засобах масової інформації. – Львів : ПАІС, 2005. – 304 с.
5. **Клименко Н. Ф., Карпіловська Є. А., Кислюк Л. П.** Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі. – Київ : ВД Дмитра Бураго, 2008. – 336 с.
6. **Козаков Г.** Саботаж: актуальні проблеми культури ефірного мовлення / Теле- та радіожурналістика. – 2009. – Вип. 8. – С. 144–154.
7. **Кулик В.** Жанрово-тематична структура українського телевізійного дискурсу // Політичний менеджмент. – 2010. – № 1. – С. 105–114.
8. **Лютянська Н. І.** Мас-медійний дискурс: типологічні та структурно-організаційні особливості // Наукові записки Ніжинського державного ун-ту ім. Миколи Гоголя. Сер. : Філологічні науки. – 2014. – Кн. 2. – С. 136–141.
9. **Побєдоносцева І. Є.** Телевізійний дискурс у культурному просторі постмодернізму : автореф. дис. ... канд. мистецтвознавства : 17.00.04 «Кіномистецтво, телебачення». – Київ, 2005. – 21 с.
10. **Почепцов Г. Г.** Теорія комунікації. – Київ : РВЦ «Київський університет», 1999. – 308 с.

11. **Ральська В.** Телебачення як засіб маніпуляції масовою свідомістю (на прикладі українських теленовин) [Електронний ресурс] – URL : <https://naub.oa.edu.ua/2010/telebachennya-yak-zasib-manipulyatsiji-masovoyu-svidomistyuna-priklad-i-ukrajinskyh-telenovyn> (дата звернення: 20.02.2018).
12. **Торчинський М. М.** Власні назви телепередач: структура, словотвір, мотивація // Записки з ономастики : зб. наук. пр. – Одеса : Астропринт, 2015. – Вип. 18. – С. 669– 683.
13. **Форманова С. В., Босва Е. В.** Лінгвальні особливості теледискурсу: прагматичний аспект // Журналістика. Філологія. Медіаосвіта : зб. наук. пр. – Полтава, 2014. – С. 256–260.