

---

УДК 811.161.2'38 УДК 81'38

Світлана Бибик

Інститут української мови НАН України, м. Київ

## ОНОВЛЕНА СТИЛЬОВА НОРМА ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

---

*У статті запропоновано визначення стильової норми як системного вживання мовних одиниць у певних функціональних сферах, співвідношення у них загальноживаних і спеціальних мовних засобів, одиниць мови з книжним, нейтральним чи розмовним стилістичним значенням. Виокремлено чинники, що впливають на ослаблення стильової норми ЗМІ на лексичному, граматичному, орфоепічному та акцентному рівнях. Схарактеризовано чинники (1) слабкості ЗМІ як джерела норми мовної та комунікативної, (2) незацікавленості ЗМІ бути інститутом пропагування норми, (3) невідзначеного ставлення спільноти до змін мовної норми та її оцінки науковцями, (4) впливу анонімного спілкування в Мережі. Відзначено посилення регіональної варіантності стильової норми мови публіцистики та її тягіння до середньолітературного і літературно-фамільярного типів мовної культури. Наголошено на потребі перегляду стандартів публічної комунікації та підходів до формування культури мови журналістів. Підкреслено, що лінгвісти в умовах відходу від елітарного типу спілкування в публічній сфері мають повсякчас акцентувати увагу на культуромовних ознаках мови журналістів і представників соціокультурної спільноти, які беруть безпосередню участь у формуванні інформаційного середовища.*

**Ключові слова:** мова ЗМІ, мова радіоєфіру, усна публічна літературна мова, діалектизм, варіантність стильової норми.

Зміни, що відбуваються в сучасному комунікуванні впродовж останніх 5-10 років, актуалізують увагу до питання модифікації та варіантності стильових норм літературної мови, обґрунтування новітніх засад стилістичного розвитку жанрових різновидів усної і писемної практики та їхньої взаємодії.

Поняття *стильова норма* давнє, усталене. Під ним прийнято розуміти *системне вживання мовних одиниць у певних функціональних сферах, співвідношення у них загальноживаних і спеціальних мовних засобів, одиниць мови з книжним,*

нейтральним чи розмовним стилістичним значенням. Стильова норма і загальна норма літературної мови тісно взаємодіють, але диференціація мовної практики за ситуаціями (жанрами), її сегментація в культурі повсякдення [3] моделюють норми літературної мови у зв'язку з їхнім функціонально-стильовим вираженням [9]. Диференціюємо книжну (з різновидами — офіційна, поетична, сакральна) і розмовну стильові норми. Книжна та офіційна стильові норми — центральні маркери усної публічної мови, зокрема мови радіо, телебачення. Публіцистичність мови ЗМІ донедавна асоціювали з полемічністю, суб'єктивно-вольовою оцінністю, використанням і книжних, і розмовних елементів, образних засобів художньої мови, особливих стилістичних прийомів увиразнення мови [12: 501—502]. Водночас мову телебачення і радіо трактували як репрезентантку мовної практики носіїв літературної мови — письменників, науковців, акторів, політиків, державних і культурних діячів [12: 324].

Мова радіо — мультиінтенційний процес і продукт, а тому не можна відкидати, що вона містить і комунікативну інтенцію нейтральної 'інформативності', 'інтерактивності', і художньої 'естетичності', і 'емоційності', 'оцінності', 'розкутості', а тому впливає на специфіку моделювання стильової норми цієї сфери життя сучасної мови. На основне, ядерне, залежно від комунікативної інтенції чи ближньої і віддаленої прагматики комунікування накладаються одиниці інших стильових систем, субкультур. Нині така взаємодія стильових норм настільки потужна, що не може не впливати на корекцію стилетвірних ознак мови ЗМІ.

Щодо норми, то сучасні ЗМІ стали слабшими щодо їхньої кваліфікації як джерела мовної та комунікативної норми.

Що спричинило зниження ступеня зразковості усної мови ЗМІ?

**По-перше**, у зв'язку з об'єктивними параметрами сучасної мовної практики ЗМІ, і друкованих, і усних. Серед них визначальні:

1) *дискурсивність* журналістського тексту. Опис, коментар, повідомлення, певна інформація тощо підпорядковані адекватному відображенню реальності, що визначає сутність і мовного матеріалу, орієнтованого на *соціальне сьогодення*. Це означає, що ЗМІ орієнтовані на сенсацію, надлишкову експресивність, до того ж експресивність та оцінність, виражені за допомогою периферійних складників загальної національної практики (жаргон, сленг, елементи просторіччя);

2) орієнтація на *повсякденну* мовну практику: «Яких би складних предметів і явищ журналістика не торкалася, вона повинна спростити своє повідомлення про них до рівня *повсякденної свідомості* [курсив наш. — С. Б.] більшості громадян. Інакше вона залишиться незрозумілою, а її мета (повідомити про новину) недосягнутою. Щоб бути зрозумілою, мова журналістики мусить бути *повсякденною* [виділення автора. — С. Б.]» [11];

3) *інноваційність* мови журналістського тексту [11: 32, 35, 36, 37, 38], особливо рекламного, без зацікавлення в нормі і постулюванні інституту ЗМІ як потужного засобу формування і передавання норм спілкування від покоління до покоління;

4) переважання «в стилетвірній категорії автора *людини приватної* [курсив наш. — С. Б.]» [7: 13]. Здебільшого мовець не усвідомлює себе як носій високої культури. Мова ЗМІ відбиває мовну практику натовпу, вулиці, всього соціуму, незалежно від того, яка його мова за нормативними ознаками. Виходить, що чим складніша тема розмови, тим важче її вербалізувати в межах елітарної мовної культури. А якщо не вистачає словникового запасу, часу на обдумування фрази, то лакуни заповнюють вульгаризми. Змінилося тло публічної мови, знизився загальний рівень культури мовців;

5) дифузія елементів *усності* в газетно-журнальному дискурсі — необхідний компонент аргументації та документальності факту, події, про яку йдеться в повідомленні. «Чужа» усна мова може бути представлена у формі цитати, висловлення, власне діалогу, соціокультурного полілогу.

*По-друге*, зниження ступеня зразковості усної мови ЗМІ пов'язане з невизначеним ставленням до норми в суспільстві та в науці.

З одного боку, представники старшого й середнього покоління, які здобули освіту в радянські часи, коли ЗМІ були максимально врівноважені, сприймають будь-які «відхилення», вкраплення сленгізмів і жаргонізмів як тотальний несмак і безкультур'я. Науковці ж розвивають теорію культури мови. Одні намагаються обґрунтувати своє ставлення до зміни норми в ЗМІ, а тому активно послуговуються поняттями еластична, гнучка мовна норма [9: 312], слабка мовна норма [9], лібералізація норми, постулюють зближення літературної мови з некодифікованими сферами національної мовної практики. Інші ж мовну культуру стратифікують за такими типами: повнофункційна, напівповнофункційна (їх вважають елітарними), середньолітературна, літературно-жаргонізована та повсякденно-побутова (О.Б. Сиротиніна, В.Є. Гольдін, Т.В. Кочеткова, С.В. Купріна, І.С. Кондратьєва-Фішер, Г.В. Осіна та ін.).

З іншого боку, частина соціуму (насамперед деякі письменники) асоціює норму з проявом тоталітаризму, мисленням штампами. Науковці ж відстоюють норму як регламент комунікативної поведінки в суспільстві, вільної від просторіччя, вульгаризації та жаргонізації. На нашу думку, суворий відбір текстів для навчання, читання, продуманість формулювань у республіканських загальних підручниках «визначених десь нагорі» авторів давали поколінням дідів і батьків переваги перед сучасним випускником середньої (будьмо відвертими — і вищої) школи. Це забезпечувало також рейтинг книжкової (культ книжки) і книжної, писемної культури, культури читання та слухання.

*По-третє*, можливість анонімного спілкування в Інтернеті знижує ступінь відповідальності перед презентацією власної культури і підвищує ступінь розкутості в писемній практиці, яка стає дзеркалом мовомислення індивіда.

Щоб зберігати, утримувати ціннісні орієнтири мовної спільноти, маємо рефлексувати над нормою чи «ненормою», аналізувати те, що відбувається в мовній практиці, зокрема в мові радіо. Треба визнати, що коло-

сальні зміни в публічному вербальному узусі мають стимулювати розширення, уточнення теорії усної публічної мови, яка вже не може спиратися лише на поняття ораторської майстерності мовців, монологічного виступу перед широкою аудиторією тощо [12: 691], але й мусить враховувати такі поняття, як епатажність стилістики певних жанрів (зокрема гедоністичних, розважальних, комічних), інтерактивна стилістика масмедіа, розшарування стильової норми публічної комунікації за соціокультурними особливостями аудиторії, на яку вона спрямована, яку вона охоплює. Тобто наука на порозі оформлення соціостилістичних напрямків вивчення мови ЗМІ та ін.

Усна публічна мова, або (за сучасним означенням) узус усної публічної комунікації, — це важливий і престижний сегмент загальнонаціонального спілкування. Це зона швидкого реагування на зміни у світі, мережа інновацій, мовних експериментів та конкурування номінацій, еволюції семантики, варіативності.

Що впливає на динамізм мови в цій сфері? Насамперед інтенсивність процесів створення і репрезентації інформації, вплив психологічного феномена 'інтерактивність'; інтеграція 'усності' з 'писемністю' (книжністю) на структурно-змістовому, композиційному та лексико-синтаксичному рівнях. Наразі елітарна мовна культура радіоефіру, якою її знали до 90-х років ХХ ст., дедалі модифікується в середньолітературний еталон, а почасти і літературно-фамільярний (літературно-розмовний), під впливом комунікативно-прагматичних пріоритетів нового часу, мовної моди. Отже, йдеться про *варіантність стильової норми*, що посилюється під впливом не лише іншомовної експансії, глобалізаційних процесів, але й під впливом внутрішньомовної, міждіомної інтерференції.

Наявність варіантності норм — свідчення життєвої сили мови. Як відомо, варіантність, закріплена у словниках як дублетність або як варіантність, що пов'язана з диференціацією граматичної семантики, може бути професійно, соціально, територіально зумовлена (наприклад, *безтактний* — *нетактовний*, *стола/столу*; *малиновий*, *малиновий*; *кóмпас*, *компáс* (у моряків), *шасі* — *шáсі* (у пілотів); *у рамах* — *у рамках*, *зауваги* — *зауваження*; *питати в матері* — *питати матері*). У такому разі йдеться про наявність унормованої видозміни мовної одиниці при збереженні її тотожності реалії, семантики, яку вона вербалізує разом із варіантом.

Чи можна поширити це ключове розуміння терміна *варіантність* на стильову норму? *Варіантність стильової норми* означає, що одиниці мови диференціюються функціонально і експресивно. Сама норма стилю встановлює ймовірність варіантності в тих чи тих функціональних умовах і кількість варіантів у них. Крім того, стильова норма варіюється у конкретних жанрово-стильових різновидах тих чи тих сфер життя мови, під впливом контактів літературної мови з іншими ідіомами, з іншими мовами. Такі процеси, сам ракурс на вживання мовних одиниць впливають на розширення самого поняття *варіантність*, у якому щодо основної,

сутнісної ознаки 'тотожність' може бути додана й ознака 'синонімічність', 'стилістична видозміна'.

Якщо варіантність на фонетичному, морфологічному, синтаксичному, орфоепічному, словотвірному рівнях засвідчує явища часової динаміки мови, історичної змінюваності мовної норми, чинність мовної моди, то *варіантність стильової норми* — насамперед те, як наявні в мові варіанти, дублети розподіляються між сферами і регістрами спілкування.

Варіантність комунікативної поведінки зумовлює прагматика комунікування — найближча і віддалена, тобто прагнення порозумітися між мовцями чи мовцем і слухачем, і прагнення зробити спілкування функціонально виправданим, адекватним за формою та її нормативним наповненням. Коли ми кажемо про дотримання норм літературної мови, особливо в публічному узусі — усному та писемному, то ми передбачаємо, що воно еталонне, престижне. Водночас віддалена прагматика такого різновиду спілкування зорієнтована на посилення й ідіостильових складників, і такої стилістичної ознаки, як «повсякденність» у певному медіапроекті.

Процеси оновлення стильової норми ЗМІ можна унаочнити на основі аналізу мовної практики в радіожурналістиці: ефірів регіональних каналів трансляції «FM Галичина» (Львівщина, Рівне, Тернопіль, Волинь) та «Київ — 98 FM».

Крім вище названих об'єктивних ознак сучасних ЗМІ, зауважуємо, що «FM Галичина» відбиває неоднорідну середньолітературну мовну норму: її перетин з периферією елітарної мовної норми, з західноукраїнським варіантом літературно-розмовної та фамільярно-розмовної норми повсякденно-побутової культури. Мовник зорієнтований на масового споживача новинної інформації. Підтвердженням цього є коментарі в Інтернеті на сторінках ретрансляторів: «Гарне радіо!!! Море позитиву!!!!!! Слухає Вінниччина!!!! ☺», «Слухає Харківщина, м. Ізюм!!!!!! :)» тощо.

Саме намагання зробити мову радіоефіру привабливою, «своєю» для певного регіону, виокремитися на тлі інших мовників із залученням лексико-граматичних та фонетико-орфоепічних маркерів західноукраїнського побутового повсякдення і стало причиною модифікації стильових норм радіомовлення. Це означає, що в прямому ефірі зросла кількість діалектизмів, елементів койне, для яких ще 5-10 років тому була закрита пряма дорога до елітарної мови радіо. «Закрита», тому що вже давно склалися єдині норми в загальній літературній практиці. Комерціалізація ж ефіру стимулює творчі пошуки журналістів не лише щодо форми репрезентації інформації, розваг, але й щодо мовного наповнення — стилістичних прийомів індивідуалізації радіомовлення, посилення його емоційності. Один із них — «назад» до народних джерел.

Ключовий концепт мови ефіру на радіо «FM Галичина» — «файний»: *файна музика, файні знімки, файний настрій...* Вторинна номінація цього мовника — *файне радіо*. Самореклама організована так, що цей концепт пронизує ефір: *Привітанка! Файно буде!; Файнотке радіо!; Найфайніші слова та музика на сайті «FM Галичина»* тощо. Лексема



*файний*, як відомо, має ремарку *зах.* (західне) і означає «гарний, добрий» [ВТССУМ: 1314].

За нашими спостереженнями, найбільше слів з ремаркою *зах.* як лексичних, синонімічних регіональних варіантів до ядра загальнолітературної норми зафіксовано в мові ведучих, які виголошують рекламні тексти, а також у розважальних та культурно-мистецьких передачах «Міський клуб» (клуб, *діал.* Те саме, що клуб), «Всьо на глянец» (всьо, *діал.* Те саме, що все; глянец, *зах.* Порядок, блиск [ВТССУМ: 186]), «Не грай вар'ята» (варіат, *діал.* Те саме, що божевільний [ВТССУМ: 75]); «Галицька пательня» (пательня, *діал.* Скворода [ВТССУМ: 710]). Автори програм стилізують усно-розмовну побутову стихію, насичуючи мову галичанізмами — *перепис* ('рецепт'), *баняк* ('кастрюля'), *два кіля* ('два кілограми'), *обцаси* ('каблуки'), *най* ('хай').

Диктори в рекламних міні-текстах, а також у новинних блоках будують висловлення за аналогією до діалектних синтаксичних структур, пор.: Якщо автомобіль *не є забрудненим* [Галичина: 4.09.14], ... *мають брати участь* обласні чільники [Галичина: 5.09.14] тощо.

Найвиразніше ознаки регіональної відмінності усної літературної мови пов'язані зі специфічним наголошуванням деяких слів, до якого звикли диктори в повсякденному побутовому спілкуванні, а тому і в новинних блоках, і в рекламних ведучі програм вимовляють: *Завітайте у фірмові* магазини [Галичина: 5.09.14]; «Моршинська» — джерело *твого* здоров'я [Галичина: 11.09.14]; *Оця* акція, про яку я *кажу*, саме до 30 вересня [Галичина: 11.09.14]; *Потім* іще вам *скажу* [Галичина: 12.09.14], *фахові* лікарі [Галичина: 11.09.14]; *Треба* прислухатися до *громадських* організацій [Галичина: 10.09.14]; *Ви* знаєте її з *віршів* [Галичина: 10.09.14] та ін.

Питання варіантності у вимові дикторів «ФМ Галичина», тобто орфоепічної норми, неоднозначне. У наведених вище прикладах швидше маємо справу з помилками в усній офіційно-діловій комунікації (мова реклами), оскільки така вимова не кодифікована, а зберігає (крім слів *фаховий, вірші*) виразні ознаки діалектної. У мові ж передач культурно-мистецького циклу орфоепічні, акцентні регіоналізми стилістично марковані — вони репрезентують культурно-етнічний колорит побуту Галичини. Зокрема, у передачі «Галицька пательня» традиційно кажуть *ділюся* замість літературного *ділюся*, у рекламних оголошеннях вдаються до стилізування діалектної вимови (галицьке м'яке шепеляве [ш] замість [с], [ч] замість [ц] — Улюбленець галичанок *уших дванайчатого верешня...*; ([e] замість [a] після м'якого приголосного — *наше затегнем*).

Отже, яка мовно-естетична картина постає з ефірів «ФМ Галичина» за такими прикладами регіональної варіантності стильової норми?

Погоджуємося з висловленим С.Я. Єрмоленко міркуванням про мову індивідуумів: «Навряд чи можна робити висновок про дезінтегрований характер української літературної мови на підставі сприймання її усного різновиду, за яким часто можна пізнати належність мовців до певних ареалів, рідше — соціальних прошарків» [9: 10]. Коли ж ідеться про мистецький

витвір, який звучить щодня для аудиторії близько двох мільйонів слухачів, то йдеться, справді, не про намагання дезінтегрувати загальнолітературні норми, а про прагнення (1) максималізувати культурно-етнічний колорит, що єднає цільову аудиторію слухачів, а також (2) заінтригувати тих, хто прилучається до усно-розмовного продукту через інтернет-мовлення, популяризувати «своє» для всіх, хто сприймає українськомовний продукт. Саме глобалізаційні процеси зумовлюють посилення уваги до етномовного масиву, який «зорієнтований на звичаї, побут, етнічну окремішність і менталітет носія мови» [1: 31]. Цілком об'єктивно, що «В умовах лібералізації суспільних відносин, зростання ролі різновидів, жанрів усно-розмовного спілкування збільшується кількість варіантних засобів мовного самовираження, проте вони підпорядковані основній вимозі — бути зрозумілими для якомога більшого числа носіїв національної мови, виявляти належний ступінь освіченості, мовної компетентності» [9: 11-12].

Насичення мови ефірів «FM Галичина» галичанізмами різного рівня лише посилює соціальну престижність західноукраїнського варіанта єдиної літературної мови, тих його елементів, що теоретично належать до нижнього функціонально-стильового регістру в межах нормованої мови. Ідеться про популяризацію для загальнонаціональної аудиторії та зближення зі «своїми» за рахунок використання в стилістиці цього мовника територіального варіанта усної літературної мови: всі розуміють одне одного завдяки переважанню мікроконтекстів із репрезентованим у них загальнонаціональним літературним стандартом, що склався в мовному просторі України як результат загальної освіти. При цьому пам'ятаймо, що ще у 60-х роках ХХ століття З.Т. Франко виділила три типи усної літературної мови із застосуванням територіально-діалектного (відповідно до роздрібненості мовно-етнографічної території), соціально-професійного (відповідно до соціальної структури суспільства) та інтелектуального (тобто поділ мовців за культурним рівнем і освітнім цензом) критеріїв на засадах лексико-граматичної диференціації індивідуальної мови [14: 171].

Отже, стилістично марковані регіоналізми (лексичні, граматичні, орфоепічні, акцентні) надають стильовій нормі мови публіцистики, ЗМІ варіантності, посилюючи тенденцію до змінюваності норм в усній і писемній мовній практиці [2; 5]. Радіо динамічно актуалізує соціально-культурні та культурно-етнічні маркери повсякдення, сприяє колоквіалізації усної публічної мови. І в цьому процесі певну участь беруть автори передач «FM Галичина».

Що можна сказати про мову радіо «Київ — 98 FM» щодо варіантності стильової норми публічної комунікації і його ролі в оновленні стильової норми ЗМІ?

Наскрізний словесний образ — *Київ*, що входить до складу джінглів *Як тебе не любити, Києве мій; Радіо Київ; Києве мій!* Активно використовують заставки, що вказують на період проведення ефіру, а також до-

дають оцінний компонент, наприклад: *Добрий вечір, Київ!; Чудовий вечір на радіо Київ; Радіо на добрий вечір; Там, де серцю добре; У місті, як вдома!* [Київ: 9.11.15]. Як бачимо, стилістичні формули для окреслення «свого» середовища вмішують як онім, так і аксіологічні елементи з позитивною оцінкою — *чудовий, добрий*, тобто близький до ідеалу.

Журналісти спираються на загальнонаціональні ідіоматичні структури — сентенції, прислів'я, афористику (основні — *І у вас, і в нас все буде гаразд; У своїй хаті своя правда і сила, і воля; Нації вмирають не від інфаркту. Спочатку їм відбирає мову*).

На відміну від авторів проекту «FM Галичина», журналісти «Київ — 98 FM» орієнтуються на ядро сучасної стильової норми, тим самим утверджуючи консолідувальну функцію публічного узусу. Стилiстичний маркер такої орієнтації — актуалізація прикметника *український* у назвах програм (*Співаємо по-українськи, Танцюємо по-українськи*). Ми не почуємо вимови то́му (лише то́му: *Багато років то́му*), немає т. зв. моди на вживання прийменника *до* (*У зоопарк привезли...*, а не *До зоопарку привезли...*). Як варіантні вживають форми іменного складеного присудка з іменною частиною в називному та орудному відмінках (*став найбільш упорядкований*), а також дієслова на -сь/-ся (*Дочекайтесь новин Києва*) [Київ: 9.11.15].

Якщо в ефірах «FM Галичина» спираються на ареальні варіанти для створення оригінального стилістичного продукту, то на «Київ — 98 FM» орозмовлення ефіру — це явище аксіологічне, експресивно-оцінне. У такому разі комунікація стає розкутою, емоційнішою, пор. одну з реплік ведучого: *Одиниці писали диктант* [йдеться про диктант національної єдності. — С. Б.]. *Що воно таке і з чим його їдять?* [Київ: 9.11.15].

Отже, зіставляючи два типи реалізації стильової норми на різних теренах літературно-мовної практики, можемо стверджувати, що зазнає оновлення стильова норма ЗМІ, посилюється варіантність на жанрово-стильовому, тобто комунікативному, рівні. На сьогодні можемо говорити про те, що естетичний і суб'єктивно-смаковий критерії оцінки мовної норми актуалізуються саме в публічній мовній практиці: 1) виражена актуалізація культурно-етнічних маркерів повсякдення в публічному узусі на тлі усталених проявів варіантності; 2) актуалізований процес усталення в публічному узусі західноукраїнських варіантів різнорівневих мовних одиниць; 3) варіантність стильової норми мови радіо уподібнюється за своєю широтою до варіантності стильової норми художньої мови та мови Інтернету.

Усі схарактеризовані мовні та комунікативні явища засвідчують ліберальність стильової норми ЗМІ, що пов'язано з об'єктивними екстра- та інтралінгвальними чинниками сучасної мовної практики, формуванням нових стандартів публічного спілкування за змішаним середньолітературним і літературно-фамільярним зразком (наведемо лише один показовий приклад репліки радіожурналіста Р. Коляди під час читання поезії: *«Коляда, не випендрюйся, ти читаси вірші в ефірі»* (Український вимір, ефір від 10.02.2016)). Переорієнтація публічної комунікації на елітарну,



висококультурну залежить і від суспільно-економічних, і від освітніх процесів, і від наполегливого рефлексування над нормою лінгвістів, їхньої популяризаторської діяльності.

#### СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ВТССУМ — Великий тлумачний словник сучасної української мови [Текст] : 170 000 слів і словосполучень / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. — К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2004. — 1440 с.

Галичина — радіо «FM Галичина»

Київ — радіо «Київ — 98 FM»

1. *Баранник Д.Х.* Три складові частини літературної мови (етнохарактеристичний аспект) / Д.Х. Баранник // *Лінгвістика : зб. наук. праць.* — Луганськ : Альма-матер, 2003. — Вип. 1. — С. 30—36.
2. *Бибик С.П.* Колоквіалізація мови преси: мовна норма чи саботаж культури спілкування? / С.П. Бибик // *Культура слова.* — 2013. — Вип. 79. — С. 133—135.
3. *Бибик С.П.* Усна літературна мова в українській культурі повсякдення / Бибик С.П. — Ніжин : Вид-во «Аспект-Поліграф», 2013. — 589 с.
4. *Єрмоленко С.Я.* Мова телебачення і радіо / С.Я. Єрмоленко // *Українська мова: Енциклопедія* / Редкол. Русанівський В.М., Тараненко О.О., Зяблюк М.П. та ін. — 3-тє вид., випр. і доп. — К. : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2007. — С. 370.
5. *Єрмоленко С.Я.* Розмовна мова / С.Я. Єрмоленко // *Українська мова: Енциклопедія* / Редкол. Русанівський В.М., Тараненко О.О., Зяблюк М.П. та ін. — 3-тє вид., випр. і доп. — К. : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2007. — С. 584.
6. *Житарюк М.* «Елітна», «елітарна», «опінієтворча», «якісна» преса і преса думок: синоніми чи пароніми / М. Житарюк // *Вісник Львів. ун-ту. Серія журналістики.* — 2001. — Вип. 21. — С. 194—197.
7. *Завальнюк І.Я.* Синтаксичні одиниці в мові української преси початку ХХІ століття: функціональний і прагмалінгвістичний аспекти / Завальнюк І.Я. — Вінниця : Нова книга, 2009. — 400 с.
8. *Коць Т.А.* Літературна норма у функціонально-стильовій і структурній парадигмі / Коць Т.А. — К. : Логос, 2010. — 303 с.
9. Літературна норма і мовна практика : монографія / [Єрмоленко С.Я., Бибик С.П., Коць Т.А., Сюта Г.М., Чемеркін С.Г.] ; за ред. С.Я. Єрмоленко. — Ніжин : ТОВ «Вид-во «Аспект-Поліграф», 2013. — 320 с.
10. *Матвіяс І.* Варіанти української літературної мови / Матвіяс І. — К., 1998. — С. 124 — 150.
11. *Михайлин І.* Якою мовою говорить журналістика? / І. Михайлин // *Незгасимий словосвіт : зб. наук. праць на пошану проф. Володимира Семеновича Калашника* / уклад. Філон Микола та ін. — Х. : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2011. — С. 28 — 39.
12. *Українська мова: Енциклопедія* / Редкол. Русанівський В.М., Тараненко О.О., Зяблюк М.П. та ін. — 3-тє вид., випр. і доп. — К. : Вид-во «Українська енциклопедія» ім. М.П. Бажана, 2007. — 853 с.
13. *Хазагеров Г.Г.* Речева культура в умовах ослабленої норми [Електронний варіант] / Г.Г. Хазагеров // Режим доступу до статті : <http://philol-journal.sfedu.ru/index.php/sfuphilol/article/view/483/480>
14. *Франко З.Т.* Стилї усного мовлення / З.Т. Франко // *Закономірності розвитку українського усного літературного мовлення* / [Баранник Д.Х., Білодід І.К., Близниченко Л.А. та ін.] ; за ред. І.К. Білодіда. — К. : Наук. думка, 1965. — С. 165—189.

Статтю отримано 11.02.2016

*Svitlana Bybyk*

Institute of the Ukrainian language of National Academy of Sciences of Ukraine, Kyiv

#### RENEWED STYLE RULES OF MEDIA

In the article the definition of style rules as systematic use of language units in specific functional areas, they commonly ratio and specific language tools, pieces of literary language, neutral or colloquial stylistic value was offered.

Noted the factors influencing the weakening of style rules on media lexical, grammatical and pronouncing accent levels.

Among them are the following: 1) objective parameters of modern oral and written media practices (focus on broad social palette of society, everyday language practice, the prevalence ordinary citizen role in the creation of standards, strengthening the role of oral language unprepared to create an information product); 2) reduction of the excellence oral language media associated with an uncertain relationship to the norm in society and science; 3) media not be interested in promoting standards institute; 4) the possibility of anonymous communication on the Internet reduces the degree of responsibility to the presentation of their culture and increases the degree of relaxation in the written practice, which is a mirror of the individual linguistic thinking.

Elite language of radio after the 90 years of the twentieth century increasingly modified in high literary standard and partly familiar literary (literary and spoken), under the influence of communicative-pragmatic priorities of modern times, the language of fashion. So, it is a variation of style rules increases under the influence not only of foreign language expansion, globalization, but also influenced Intralingual, mizhidiomnoi interference.

A comparison of two types of implementation stylistic norms in different territories literary language practice enables the state that is undergoing renewal stylistic norm media, increased variability in genre and style that is communicative level. Today we can say that aesthetic taste and subjective criteria for assessing linguistic norms is updated language in public practice: 1) pronounced intensification of cultural and ethnic markers everyday usage in public on the background of established manifestations of variance; 2) actualized process of institutionalization in public Usage Western variants of multi-level linguistic units; 3) variability of style rules language radio likened by its breadth of stylistic norms to variance artistic language.

The reorientation of the process to the elite, highly cultural communication depends on the socio-economic and the educational process and the rule of persistent research standards linguists, their promotional activities.

**Key words:** *language of media, radio speech, public oral literary language, dialectisms, variance of style rules.*