УДК 070 : 616.98 : 578.828 (477)

СОЦІАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ В ТЕЛЕНОВИНАХ: МОВА ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ

МИХАЙЛОВА Оксана,
аспірант,
Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, вул. Мельникова, 36/1, м. Київ, 04119, Україна, e-mail: oristea@ukr.net

З метою визначення тенденцій мовного аспекту телевізійних сюжетів на соціальну тематику було проведено контент-моніторинг та контент-аналіз. Дослідження показало, що телевізійні редакції інформаційних програм і зокрема журналісти не мають чітких правил використання слів на позначення соціально вразливих груп у сюжетах, що відображають ту чи іншу соціальну проблему. Виявлено, що окрема стилістично забарвлена лексика використовується невиправдано і сприяє формуванню стереотипів. Зловживання словотворчістю також наявне в мові телевізійних журналістів. Дослідження показало, що репортери щоразу намагаються вигадати нове слово замість того, щоб зробити професійний матеріал. Сформовано рекомендації щодо використання тих чи інших слів на позначення соціально вразливих груп, соціальних проблем та явищ.

Ключові слова: *телевізійний сюжет, соціальні проблеми, лексика, стереотип.*

Вступ. Телебачення загалом та інформаційні телепрограми зокрема, попри розвиток нових медіа, інтернетизації ЗМІ, зберігають свій потужний вплив на формування громадської думки аудиторії, її розуміння соціального життя. Про це свідчать і останні опитування, за результатами яких телебачення є «визначальним» у формуванні світогляду українців абсолютно різних вікових груп [1].

З огляду на таку потужну роль телевізійних новин у формуванні поглядів, у формуванні оцінки суспільним явищам та процесам, медіа редакції мають якомога уважніше та серйозніше творити свої матеріали. Особливо тенденційним є той факт, що медіа намагаються додати емоцій, експресивності та гострішого акценту своїм матеріалам, рівняючись на певні рейтинги. На це можуть вплинути відеоряд, редакційне верстання, монтаж та інші обов'язкові елементи комплексу виробництва новин. Попри характерну рису телебачення – візуалізацію – сильним комунікаційним аргументом залишається текст, окрема лексика. Адже саме слово при зловживанні може сформувати стереотипне уявлення про ті чи інші соціальні процеси та соціальні проблеми і особливо вразливі групи, що й визначає актуальність дослідження [2].

Соціальну проблематику як складову медіаконтету досліджували О. Лаврик, В. Іванов, О. Чекмишев, В. Різун, В. Сердюк, І. Мащенко, К. Шендеровський, Т. Шевченко, А. Топчій, Т. Семигіна.

Процес формування стереотипів (стереотипізація) є об'єктом вивчення різних наук. Стереотипи як складову соціального процесу досліджували Г. Кондратенко та В. Ядов. Наукові праці Ю. Александровського, І. Ляхова, О. Лурії, Е. Соколова присвячені дослідженню ролі стереотипів під час процесу сприймання та оцінювання людиною інформації. В Україні мову медіа вивчали О. Пономарів, О. Сербенська, а її вплив на формування стереотипів – В. Іванов, Г. Почепцов, М. Скуленко, В. Королько, І. Стецула.

Мета цієї статті – визначити тенденції текстової частини телевізійних сюжетів інформаційних програм «Вікна-Новини»(«СТБ»), «ТСН» («1+1») та «Факти» («ICTV»), які намагаються відобразити соціальну проблему (проблеми людей з інвалідністю, ВІЛ/СНІД-інфікованих, бездомних і безпритульних).

Поставлена мета передбачає виконання таких *завдань*: дослідити лексику телевізійних сюжетів на соціальну тематику; виокремити тенденції вживання конкрет-

© *Михайлова О., 2016*

них слів та визначити їх доцільність; проілюструвати на конкретних прикладах, як необґрунтована лексика сприяє формуванню стереотипів; сформулювати практичні рекомендації щодо текстового супроводу телевізійного сюжету.

Методи дослідження. Виконання поставлених завдань вимагало поєднання загальнонаукових і конкретно-наукових методів. Під час опрацювання теоретичних джерел дослідження були застосовані такі методи, як порівняльно-історичний, метод класифікації. Для дослідження емпіричної бази роботи використовувався контент-аналіз, контент-моніторинг, моніторинг, статистичний метод, узагальнення, типології, класифікації, порівняння та спостереження.

За допомогою методу порівняння та методу класифікації нам вдалося виокремити критерії, за якими було відібрано низку медіаматеріалів. Зокрема до уваги бралися телевізійні сюжети, малі телевізійні форми та підводка ведучого до них. У центрі уваги – теми, що прямо чи опосередковано стосуються проблем людей безпритульних.

Одним із ключових методів у роботі є також контент-моніторинг. Це змістовий аналіз інформаційних потоків для одержання необхідних якісних і кількісних зрізів, що на відміну від контент-аналізу здійснюється безперервно в часі. Цей метод допоміг виокремити конкретну лексику, сталі вислови з текстів, виявити нові поняття, формувати різноманітні статистичні звіти.

Дослідження інформаційних телепрограм дозволило з’ясувати певну систему якісних ознак, що характеризують властивості об’єктів і явищ, тобто створюється певний інструментарій для обліку об’єктів цих елементів. Телевізійні сюжети аналізувалися на предмет текстового супроводження сюжету та його поєднання з відеорядом. Також вдалося визначити певну систему якісних ознак, що характеризують властивості об’єктів і явищ, тобто створюється певний інструментарій для обліку об’єктів цих елементів. Моніторинг телепрограм проводився як шляхом перегляду новин у прямому ефірі, так і аналізуванням їх на офіційному сайті телеканалу. Крім цілеспрямованого пошуку конкретних тем, використовувався пошук та аналіз за ключовими словами. Наприклад, таким чином віднайдені ревізійні сюжети, в яких чітко і відверто вживається лексика, що сприяє формуванню стереотипів довкола конкретних соціальних явищ.

Користуючись сформованими раніше рекомендаціями соціальних фахівців, удалося проаналізувати, як їх дотримуються чи не дотримуються телевізійні журналісти.

Результати й обговорення. Загалом за період із 2010 по 2015 р. у програмі «Вікна-Новини» вийшло 146 сюжетів, що прямо чи опосередковано стосуються проблем ВІЛ-інфікованих в Україні. У програмі «ТСН» протягом зазначеного періоду вийшло 52 матеріали. Третина з них – напередодні та в день 1 грудня – Дня боротьби зі СНІДом. Телеканалом ICTV у програмі «Факти» показано 175 матеріалів про людей, які живуть із ВІЛ/СНІДом.

Як показало дослідження, у телевізійних редакціях відсутні чіткі мовні правила, принципи, традиції щодо відображення проблем ВІЛ/СНІДу в теленовинах. Фахівці з огляду на сучасні тенденції виокремили певні табу-лексеми і табу-вислови, які не варто використовувати в контексті зазначеної теми [3]. Однак, як показав аналіз матеріалів, цього правила журналісти не завжди дотримуються. Зупинимося на окремих прикладах.

«Чума XX століття», «Чума XXI століття». Так, у матеріалі від 3 грудня 2012 р. у програмі «Вікна» вийшов сюжет, присвячений фільму, який називається «Як пережити чуму». Зазначимо, що слово «чума» звучить і в підводці ведучої, і в самому тексті сюжету. Соціальні фахівці стверджують, що такі формулювання некоректно використовувати, оскільки вони з’явилися на самому початку епідемії, коли люди ще не знали про причини й шляхи поширення хвороби та випробовували сліпий страх перед нею, однак цей застарілий штамп все ще трапляється.

«Страшна хвороба». Моніторинг тематичних телесюжетів показав, що безпосередньо такий вислів у журналістських текстах відсутній, однак трапляються інші поєднання зі словами «страх», «страшний», «страшно». Фахівці наголошують: страшна не хвороба, а невігластво, недоступність реальної профілактики та ефективного лікування. Тому використовувати таке формулювання не зовсім правильно.

«Жертви СНІДу». В одному з матеріалів натрапляємо на таке: «В Києві жертв недуги вшанували меморіалом «Червона стрічка». Слово «жертва» припускає пасивність і безпорадність перед небезпекою. Більшість людей, які живуть зі СНІДом, активно борються за своє життя, здоров'я і допомагають іншим уникнути зараження. Саме завдяки їхнім зусиллям у світі досягнуті великі успіхи в лікуванні та профілактиці ВІЛ.

«Невинні жертви СНІДу». Так медіапрацівники називають дітей, заражених ВІЛ-інфекцією в медичних установах або які народилися від ВІЛ-позитивних матерів. Некоректним вважають фахівці таке формулювання, тому що воно начебто автоматично передбачає, що люди, які були заражені статевим шляхом або при вживанні наркотиків, у чомусь «винні». СНІД – не злочин, а хвороба. Не лише СНІД, а й захворювання можуть бути викликані ризикованою поведінкою.

«Заразитися СНІДом». У телесюжеті від 12 вересня 2012 р. про акції експрес-перевірки на ВІЛ-інфікованість журналіст розповідає про героя, який хоче перевіритися, чи не заразили його СНІДом на операційному столі. У цьому ж матеріалі автор говорить, що зі 1000 пацієнтів СНІД знайшли у 20. Очевидно, що заразитися можна лише ВІЛ-інфекцією, яка з часом може перейти в стадію СНІДу. Сучасні методи лікування спрямовані на те, щоб не допустити переходу ВІЛ-інфекції в СНІД.

«ВІЛ-інфіковані», «пацієнти», «хворі на СНІД». Експерти радять уникати висловлювань, що розглядають людей через призму інфекції чи захворювання. У світовому контексті загальноприйнято використовувати такі вислови, як «ВІЛ-позитивні», «люди, які живуть з ВІЛ/СНІДом», тому що слово «пацієнт» доречне лише в клінічному контексті – приходячи додому або на роботу, людина перестає бути пацієнтом. Формулювання «хворий на СНІД» можна вживати лише говорячи про людину, яка справді в момент мовлення хвора і перебуває на стадії СНІДу, якщо мова йде головним чином про його/її хвороби.

«Групи ризику». В матеріалі від 21 травня 2012 р. журналіст зазначає, що наркозалежні частіше від «інших груп ризику поширюють інфекцію». Застарілий і часто дискримінаційний вислів, що практично повністю вийшов з ужитку антиСНІДівських співтовариств. Ризик визначає не належність до якої-небудь групи, а індивідуальне поводження. Деякі частини суспільства можуть бути більш уразливі для ВІЛ, оскільки внаслідок низки факторів (бідності, дискримінації, безправ'я) не можуть себе забезпечити й уникнути ризикованих ситуацій. У такому разі доречнішим є вислів «вразлива група».

Тема людей з інвалідністю є більш актуалізованою. Загалом за 2010–2015 рр. в ефірі програми «Вікна-Новини» вийшло 207 матеріалів, що прямо чи опосередковано стосуються теми людей з обмеженими фізичними можливостями.

Програма «ТСН» також доволі багато уваги приділяє цій темі. Зокрема в досліджуваний період в ефір вийшли 304 матеріали. Найбільш активними у відображенні цієї теми є телеканал ICTV та програма «Факти». В ефір за досліджуваний період вийшло 322 таких матеріали.

Моніторинг продемонстрував лексичну розпорошеність і часом невиправдане навіть із семантичного погляду використання деяких слів.

Найчастіше (у 50 % матеріалів) використовується термін «інвалід». Загалом поняття «інвалід» не викликає негативного ставлення і навіть позитивно сприймається тими, щодо кого воно вживається. Однак слід звернути увагу на ситуації, коли журналісти зловживають цим терміном. Наприклад, коли автор міг би називати ге-

роїв сюжетів по іменах. Хоча зазвичай у матеріалах цих людей часто називають по імені, імені й по батькові, дуже рідко, але трапляється, – за прізвищем.

Рідше використовуються вислови «людина з інвалідністю», «люди, які потребують лікування», «прикутий до візка», «люди з обмеженими можливостями», «діти з дефектами», «спинальні хворі», «неработаспособные люди» тощо.

У поодиноких випадках фігурують такі слова, як «сліпий», «незрячий», «глухий». Журналісти мають бути уважними, використовуючи в матеріалах лексику на позначення конкретної фізичної вади. Наприклад, слова «каліка» і «глухонімий» є застарілими, такими, що можуть образити; поєднання «незважаючи на свої недоліки» має поблажливий та емоційний відтінок.

Особливо неприпустимим є використання слова «неповносправні». Ця лексема має не лише спотворене інформаційне значення (оскільки це слово підштовхує до думки, що людина з обмеженими фізичними можливостями абсолютно безпорадна), а й, крім того, має і відверто негативне стилістичне забарвлення.

Украй рідко, що є позитивною тенденцією, вживаються терміни, які не можна не назвати образливими: хворі, ненормальні, каліки (іноді безрукі й безногі каліки), фізично і розумово неповноцінні, убогі й т. ін. Причому слова «каліка» або «хворий» іноді використовуються в матеріалах, що несуть, загалом, позитивну інформацію. Також формують позитивне стереотипне ставлення і такі характеристики, як «інакші», «інші», «особливі».

Дедалі частіше в телевізійних сюжетах про дітей із проблемами розвитку (синдромом Дауна, аутизмом чи ДЦП) журналісти (а відповідно й редактори, які є відповідальними за матеріали) почали використовувати такі вислови, як «особливі діти», «сонячні діти». Так, наприклад, «сонячні діти» – візитка низки матеріалів програм «Факти», «ТСН», «СТБ». Наприклад, у сюжеті про особливий вид терапії для «сонячних діток» – каністерапію (реабілітація за допомогою собак), що вийшов 9 грудня 2015 р. («Факти»).

Окремо звертаємо увагу на мову людей з інвалідністю, які є героями сюжетів. Журналістуові варто звернути увагу на правила інтерв’ювання і відповідно використання прямої мови героїв сюжетів. Наприклад, розмова в першій особі («я», «ми») практично завжди більш цікава і часто приносить більше задоволення або емоцій, ніж його передача в третій особі.

Крім того, коли люди з різними фізичними обмеженнями висловлюються від свого імені, це додає значущості словам, впевненості спікерові, і, відповідно, аудиторія на підсвідомості перестає просто жаліти, а починає співпереживати. Це не негативний ефект, а навпаки. Таким чином, маючи певне співпереживання і повагу, глядач хоче якимось чином підтримати, виявити своє захоплення людьми, що абсолютно змінює сприйняття особи з вадами. Однак слід зазначити, що це правило на практиці не завжди виправдане. Зокрема, діти та старші люди з проявами аутизму бояться контакту, близького спілкування. Часто вони не можуть виступати від першої особи, непрогнозовано реагують на мікрофон, запитання, дотики, близький контакт. Тому на такий випадок журналіст повинен мати на озброєнні кілька прийомів виходу із ситуації.

Іноді в матеріалах використовується гумор. Це дозволяє передати повідомлення, яке, якщо про нього розповідати довго та серйозно, буде повчальним і нецікавим. Таке повідомлення здебільшого пригадується набагато довше. Крім того, показавши інваліда-героя з почуттям гумору, ми таким чином віддаляємо його від стереотипу суму й знедоленості, наближаючи до здорового глядача, який врешті має сприймати його як рівню.

Для цього журналіст має насамперед не забувати, що за правилами всіх інтерв’ю опитуваний розслабляється з часом. Тож варто провести не двохвилинне інтерв’ю, з якого ви врешті виріжете 20 секунд, а порозмовляти хоча би півгодини до того,

як брати робочий матеріал. Для журналістів це, з одного боку, часто буває проблематично, оскільки правило «оперативність понад усе» існує в багатьох редакціях. Однак якщо це матеріал не подієвий, то варто розраховувати і виділяти на це більше часу. Таким чином, ви одержите в інтерв'ю ту людину, яка є насправді, а не спантеличеного, часом зляканого або навпаки, навіть агресивного співрозмовника на екрані. Не бійтеся ставити елементарні запитання. Це помилка, якої припускаються всі журналісти без винятку, хоча серед початківців це трапляється частіше. Не бійтеся запитувати у людини з вадами зору, чи губилася вона колись на вулиці. Відповідь на це запитання не стане для вас телевізійно цінною, однак те, що ви запитаєте після цього, принесе користь не лише вашому матеріалу, а й аудиторії. Адже після першого запитання підуть логічні уточнення: які, можливо, є способи орієнтування на місцевості, що можна порадити іншим.

Тема людей, які не мають житла, безпритульних, є однією з найменш актуалізованих в українських телевізійних програмах.

Загалом усі матеріали програм «Вікна», «ТСН», «Факти» про проблему бездомності (безпритульності) можна розподілити на три яскраво виражені групи: матеріали, що наголошують на прямому зв'язку безпритульних із кримінальною поведінкою (67 %); матеріали, що викликають жалість (20 %); матеріали, що викликають глузливе ставлення (13 %). І дуже часто впливає на кінцеве сприйняття цих матеріалів саме лексика, хоча в більшості випадків журналісти використовують у цих матеріалах лексеми, не розрізняючи їх значення.

У «Словнику синонімів української мови» «бездомний» трактується як «людина, що не має житла, притулку» [4]. «Словник синонімів» проводить паралель між термінами «бездомний» і «безпритульний» («позбавлений домашнього притулку». Згідно із «Соціологічною енциклопедією» безпритульність має два значення: «1) відсутність у індивідів або сімей постійного житла, що робить неможливим ведення осілого способу життя й повноцінне соціальне функціонування; 2) стійкий тривалий стан побутової невлаштованості, що не дає змоги людині задовольнити власні потреби» [5]. Бездомність трактується і як відсутність укриття, мешкання в притулках без права на володіння ними та під загрозою негайного виселення; і як мешкання в гуртожитках, нічліжках; і як мешкання в будинках, що підлягають знесенню; і як мешкання на площі товариша. В Україні з 2005 р. діє Закон «Про основи соціального захисту бездомних осіб і безпритульних дітей», за яким виокремлюються терміни «бездомна або безпритульна особа» та «безпритульна дитина», «бездомність» та «безпритульність», «реінтеграція бездомних осіб та безпритульних дітей».

За К. Шендеровським, термін «бездомний» зазвичай стосується людини, яка не має прихистку на ніч. Відтак термін стосується виключно фізичної відсутності гарантованого притулку. Це одновимірний термін, який відносно просто зробити операційним – вказати, що є «гарантованим притулком».

Термін «безпритульний» більше стосується соціально-психологічного компонента. Це багатовимірне поняття. Його, як правило, використовують у наукових публікаціях соціальних психологів, педагогів, соціальних працівників.

Практично всі телеканали й досі в більшості своїх репортажів використовують слово «бомж». Звернення «БОМЖ» з'явилося у 1970-х, коли в протоколах радянської міліції почали вживати скорочення для фіксації акту правопорушення людини «без определенного места жительства». Навіть із погляду філологічного ця лексема не є виправданою, оскільки дослівний переклад звучав би «без визначеного місця проживання», тому й абревіатура, відповідно, мала б бути зовсім іншою. Та загалом в українській мові не бракує слів на позначення представників цієї соціально вразливої групи. «Це ганебне спрощення від «чужого мислення» залишається формою загального страху, неповаги, неприйняття та дискримінації людини: «вони

не люди, вони – бомжі!» [6]. Тому використання слова «бомж» є не виправданим як концептуально, так і філологічно. Хоча часто слово «бомж» звучить, наприклад, із уст героїв матеріалу, тобто фактично є синхроном. У такому разі журналіст має подбати, щоб синхрон із цим словом був і справді інформативно виправданим. Якщо ж саме цей відрізок прямої мови не є настільки важливим, журналістові варто порадити використати інший синхрон.

Уподобані журналістами слова «безхатько», «безхатник», «безхатченко» також надзвичайно часто використовуються в медіаматеріалах. Ці слова є питомими українськими, визначені словником Б. Грінченка і тлумачаться у ньому як «безхатник», тобто ніякого детального пояснення не містять. Однак з погляду медіаправил та медіастандартів варто слова «безхатько», «безхатник» вважати як такими, що не відповідають стандартам використання, оскільки, по-перше, вони мають негативне стилістичне забарвлення і на підсвідомому рівні провокують негативні емоції (асоціації зі словами «безбатченко», «безбожник»). Крім того, ці слова не є однозначними, швидше навпаки, що неприпустимо в матеріалах соціального характеру. Оскільки існує чітка термінологія, затверджена законодавством, зокрема щодо визначення поняття бездомного, безпритульного. Часто журналісти переймаються розмірами слова у плані креативності. Однак у цьому разі слова «безпритульний» і «безхатько» за розмірами фактично не відрізняються. Ще одна характерна риса: часто-густо журналісти вдаються навмисне до українізації слів, що не є негативною тенденцією, однак не тоді, коли йдеться про соціально вразливі групи, поросли стереотипами, здебільшого завдяки ЗМІ.

Ще одне правило, на яке варто звернути увагу, – це безпосередня пряма мова безпритульних. Як показало дослідження, у 90 % матеріалів коментарів самих безпритульних немає: є експерти, громадські організації, представники влади, представники громадськості. Однак безпритульні з’являються лише у відеоряді, фактично відіграють роль ілюстрації, що робить матеріал неприпустимо незбалансованим. І, таким чином, новини сьогодні сприяють соціальній ізоляції бездомних.

В усіх інформаційних програмах та телевізійних сюжетах, присвячених проблемам ув’язнених та загалом пенітенціарної служби, досі використовується слово «зек». Особливо це помітно в програмі «ТСН».

Фахівці з огляду на сучасні тенденції виокремили певні табу-лексеми і табувислови, які не слід використовувати в контексті зазначеної теми. Замість «зек», «зона» – атрибутивів, символів субкультури, яку не варто підтримувати, оскільки вона принижує гідність людини, краще вживати: «колонія», «місце позбавлення волі» або «перебування в місцях позбавлення волі», «життя за ґратами» і таке інше. Замість «в’язень» – це лише стимулює рефлексію людини до звинувачення у своїх проблемах «третього», лиш не себе – використовувати «людина, яка перебуває в місцях позбавлення волі», «утримується під вартою» тощо.

Так само різняться і не сформовані правила для телевізійних редакцій щодо використання слів «біженці», «переселенці», «вимушені переселенці». Журналісти часто використовують їх, плутаючи семантику. Тож тут варто звернутися до визначень, запропонованих Конвенцією ООН: «Біженець – це особа, яка перебуває поза межами рідної країни внаслідок добре обґрунтованих побоювань стати жертвою переслідування через свою расу, релігію, національність, належність до певної соціальної групи або політичні погляди, і не може або внаслідок таких побоювань не бажає скористатися захистом своєї країни… Внутрішньо переміщені особи – люди або групи людей, які були змушені рятуватися втечею або залишити свої будинки чи місця проживання, або щоб уникнути наслідків збройного конфлікту, ситуації загального насильства, порушень прав людини або стихійних лих/техногенних катастроф, і які не перетнули міжнародно визнаний державний кордон країни» [7].

Водночас О. Пономарів наголошує, що навіть у разі правильного використання за значенням слово «біженці» є безпідставним. «У російській мові слово «бежать» має два значення: прискорено пересуватися ногами (українське «бігти») і намагатися уникнути небезпеки (українське «тікати»). Тож російське «беженец» українською мовою має бути «втікач» (або «утікач», залежно від позиції). Жіноче: «в(у) тікачка» [8].

Висновки. В результаті проведеного аналізу можемо констатувати:

1. Дослідження показало, що телевізійні редакції інформаційних програм і зокрема журналісти не мають чітких правил використання слів на позначення соціально вразливих груп у сюжетах, що відображають ту чи іншу соціальну проблему. Часто окрема лексика використовується невиправдано, що сприяє формуванню стереотипів. Наприклад, досі часто використовуються слова, що вже давно повинні стати для медіатексту архаїчними – «бомж», «чума ХХ ст.», «каліка».

2. З огляду на рекомендації та реальні показники, що демонструють українські канали, соціальна проблематика потребує власного кодексу висвітлення в ефірі.

3. Мова журналіста є недосконалою, підходи до збору та обробки інформації потребують ретельного вивчення. Часто поверхневе ставлення до соціальних проблем як об'єкта відображення у власному матеріалі, необізнаність тележурналіста та подекуди байдужість впливають в результаті на імідж професії, знижують рівень довіри до медіапрацівника.

4. Водночас є тенденції до використання висловів, що раніше в медіа текстах не фігурували. Ідеться про слова на позначення дітей із хворобою Дауна – «сонячних дітей». Це показує, наскільки журналісти все ж намагаються відходити від сталих норм та демонструвати у своїх матеріалах повноправ'я людини.

5. Зловживання словотворчістю також наявне в мові телевізійних журналістів. Подекуди складається враження, що репортери щоразу намагаються вигадати нове слово замість того, щоб зробити професійний матеріал, який впливатиме на проблему по суті, а не за формою.

6. Оскільки часто невиправдана лексика використовується в медіаматеріалі, аби додати йому емоційності, експресії, то журналістам варто робити це за допомогою захоплюючого візуального ряду, цікавої побудови матеріалу, яскравого героя, музичного супроводу тощо.

1. *Хилько М.* Вплив контенту засобів масової комунікації на український соціум / Максим Хилько, Віталій Корнєєв // Актуальні питання масової комунікації. – Вип. 16. – 2014. – С. 57–68.

2. *Завгородня Л.* Стереотипи породження та сприймання журналістського твору : автореф. дис. … канд. філол. наук: 10.01.08 / Завгородня Лариса Віталіївна. – К ., 2003. — 20 с.

3. *ВИЧ/СПИД и СМИ*: рекомендации для журналистов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://static1.squarespace.com/static/5656db36e4b0c6e18e30f700/t/568aa75869492ea07bd79673/1451927384622/hivandmedia_6.pdf. – Дата доступу: 18.12.2015.

4. *Словник* синонімів української мови : [в 2 т]. / [А. А. Бурячок, Г. М. Гнатюк, С. І. Головащук та ін.]. – К. : Наук. думка, 2001. – Т. 1. – 2001. – 1040 с.

Соціологічна енциклопедія / [ред. кол. Астахова В. І. та ін. ; упоряд. В. Г. Городяненко]. – К. : Академвидав, 2008. – 456 с.

5. *Шендеровський К.* Медіакомунікації та соціальні проблеми : зб. навч.-метод. матер. і наук. статей : у 3 ч. / упор., ред. К. С. Шендеровського; Київ. нац. ун-т; Ін-т журналістики. – К., 2012. – Ч. 1. – 288 с.

6. *Конвенція* ООН про статус біженців [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_011. – Дата доступу: 07.01.2015.

7. *Блог* проф. Пономарева: біженці чи втікачі? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.bbc.com/ukrainian/blogs/2016/02/160216_ponomariv_blog81_ko. – Дата доступу: 16.02.2016.

UDC 070 : 616.98 : 578.828 (477)

Social problems in television news: the language of informational programmes

Mykhaylova Oksana, PhD student,
Taras Shevchenko National University of Kyiv, The Institute of Journalism, 36/1, Melnykova St., Kyiv, 04119, Ukraine, e-mail: oristea@ukr.net

For the purpose of identifying the trends of the language aspect in television items regarding social topics, the content-monitoring and content-analysis have been accomplished. The investigation has shown that editorial boards of informational TV programmes and journalists in particular have no clear rules of using the words for description of vulnerable groups in the TV items displaying one or another social problem. It has been discovered that certain connotative words are used unreasonably and contribute to the forming of stereotypes. The excessive use of word creation is also present in the language of TV journalists. The research has proved that reporters try to invent a new word every time instead of preparing a professional material. The recommendations concerning the usage of various words denominating the vulnerable groups, social problems and phenomena have been formed.

Key words: *television item, social problems, words, stereotype.*

Социальные проблемы в теленовостях: язык информационных программ

Михайлова Оксана

С целью определения тенденций языкового аспекта телевизионных сюжетов на социальную тематику были проведены контент-мониторинг и контент-анализ. Исследование показало, что телевизионные редакции информационных программ и в частности журналисты не имеют четких правил использования слов, обозначающих социально уязвимые группы в сюжетах, которые отражают ту или иную социальную проблему. Выявлено, что часто стилистически окрашенная лексика используется неоправданно и способствует формированию стереотипов. Злоупотребление словотворчеством также присутствует в речи телевизионных журналистов. Исследование показало, что репортеры каждый раз стараются придумать новое слово вместо того, чтобы сделать профессиональный материал. Сформированы рекомендации относительно использования тех или иных слов, обозначающих социально уязвимые группы, социальные проблемы и явления.

Ключевые слова: *телевизионный сюжет, социальные проблемы, лексика, стереотип.*

1. Khylko M. & Korneev V. (2014), «Influence of the Mass Media Content on Ukrainian Society», *Aktualni pytannja masovoi komunikacii [Current Issues of Mass Communication]*, Issue 16, pp. 57-68.

2. Zavgorodnya, L. (2003), Stereotypes generation and perception journalistic work, Abstract of the PhD diss. (philology. sci.), Institute of Journalism, Taras Shevchenko National University of Kyiv, 20 p.

3. HIV/AIDS and Mass Media: Recommendations for journalists (2006), *Alliance for Public Health*, Ukraine, available at: http://static1.squarespace.com/static/5656db36e4b0c6e18e30f700/t/568aa75869492ea07bd79673/1451927384622/hivandmedia_6.pdf (accessed 18 December 2015)

4. Buryachok, A. A. , Gnatiuk, G. M. & Golovachuk S. I (ed.) (2001), *Ukrainian language dictionary of synonyms*, Naukova dumka, Kyiv, 1040 p.

5. Astakhova, V. I. (Ed.) (2008), *Sociological encyclopedia,* Akadem-vydav, Kyiv, 456 p.

6. Shenderovskiy K. *Media communications and social problems (2012),* Kyiv national University; the Institute of Journalism, Kyiv, 288 p.

7. UN (2002). *The Convention on the Status of Refugees*, (1951) Verkhovna Rada, Kyiv, available at: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/995_011 (accessed 07 Januar 2015).

8. Ponomariv, O (2016) «Blog of professor Ponomariv», available at: http://www.bbc.com/ukrainian/blogs/2016/02/160216_ponomariv_blog81_ko (accessed 16 Februar 2016).

Стаття надійшла до редакції 17.02.2016