

**Редакційна політика українських телеканалів:  
мовленнєвий аспект  
(на прикладі каналів «Інтер», «СТБ», «1+1» «Перший  
національний» та «Новий канал»)**

*У статті йдеться про мовленнєвий аспект редакційної політики українських телеканалів. Серед основних проблем мовленнєвого аспекту розглянуто загальну культуру мовлення, державну мовну політику, засади формування мовленнєвого наповнення ефіру різними телеканалами, вплив політики керівництва на загальний стан мовної культури. В основу дослідження покладено аналіз п'яти загальноукраїнських мовників: «1+1», «Новий канал», «Перший національний», «СТБ» та «Інтер».*

*Ключові слова:* українські телеканали, аудіовізуальний продукт, проблема зрощення, мовна політика, «барбосизація», двомовність, діалектизми, мовленнєва культура.

**П**орушення граматичних та орфоепічних норм, калькування, що межують із суржиком, найрізноманітніші варіації вимови та наголосів, зловживання варваризмами та мода на діалектизми. Наведений перелік стосується не специфіки спілкування пересічних людей на території прикордонної периферії. Це реалії мовленнєвої ситуації на українських телеканалах, де нормою стала майже повна відсутність будь-якої культури мови.

Сьогодні майже в кожного провідного каналу України є власна мовленнєва політика, хоча й існує загальноприйнятий перелік граматичних та лексичних норм. У результаті гонитви за рейтингами та аудиторію, крім різноманітних проектів і новин, канали пропонують глядачам своєрідне мовленнєве попурі.

Конституція захищає права мов національних меншин, проте в ній зазначено, що офіційною державною мовою є українська. З листопада 2011 р. Верховна Рада ухвалила закон, що передбачає скасування квот на українську музику в ефірі та зменшення квот на національний аудіовізуальний продукт з 50 до 25 % [1]. Зменшення квоти на вітчизняний контент може мати негативні наслідки, оскільки він потрапляє під загрозу витіснення. Що ж до українських мовців, то Закон України «Про телебачення і радіомовлення» не містить у переліку своїх статей пунктів про мовний режим аудіовізуальних ЗМІ. 20 серпня 2012 р. Національна рада України з питань



телебачення і радіомовлення вирішила видалити графу «мова, якою вестимуться передачі» з ліцензій телерадіокомпаній на мовлення [2].

Диктори, ведучі, журналісти дуже часто в українському мовленні припускаються помилок, зокрема фонетичних: «акання», неправильні наголоси, наближення [о] до [а], [т] до [ц], [д] до [дз], [в] до [ф], м'яка вимова шиплячих тощо, що свідчить про налаштування артикуляційного апарату працівників мас-медіа на мову повсякденного вжитку, тобто російську. Трапляються також і граматичні помилки, серед яких варто згадати хибне ступенювання прикметників, вживання невластивих українській мові активних дієприкметників, а також роду й числа іменників за російським зразком, неправильне вживання відмінкових закінчень, відсутність кличного відмінка та плутанина у родовій належності слів, що в українській та російській мовах мають різні роди, калькування російських сталих висловів через незнання питомих українських. Утім не можна категорично заявляти, що на якість мови вітчизняного телефіру впливає винятково російська мова. Наслідком глобалізації також є збільшення у мові українських журналістів іноземних слів-варваризмів, зокрема англіцизмів.

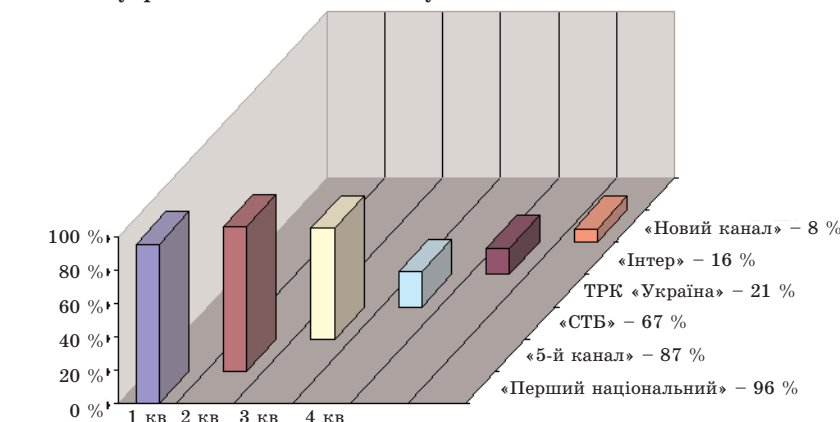
Українська мова, що лунає з екранів телевізорів, не завжди є якісною. У своїй монографії Г. Сацук зазначає, що загрозу суверенності України становить проблема зросійщення, з якою пов'язаний нинішній стан інформаційної безпеки телепростору нашої країни: «Є в лінгвістиці таке поняття – піджинізація, тобто практичне зникнення словникового запасу. Мова спустошується до такої міри, що перетворюється на ерзац. <...> Українській мові загрожує ерзац» [3, с. 119].

У своїй статті «Про мовну ситуацію на українському ТБ» О. Медведєв наводить такі дані за 2010 р.: «Найуживанішою українська є на «Першому національному» (96 %) та на «5-му каналі» (87 % без реклами). Найнижчі показники були засвідчені, принаймні в день моніторингу, у прайм-таймі ТРК «Україна» (21 % без реклами проти 79 % російської), на «Інтері» (16:84 на користь російської) та на «Новому» (лише 8 %! української). Напрочуд високою часткою української мови виявилася на «СТБ»: 67 % без урахування реклами та 77 % з рекламою. З огляду на величезний вплив телебачення на глядачів важливим є питання про те, якою мовою воно інформує. За даними соціологічного опитування, найбільшу популярність серед постійних глядачів мають канали «Інтер» – 49 %, «1+1» – 48 %, УТ-1 – 33 %. За ними йдуть місцеві канали – 24 %» [4] (див. Рис. 1).

Якщо питання мови часто обговорюється і викликає резонанс в Україні, то про мовну політику ЄС чути мало. Але це зовсім не означає, що мовне питання і проблема захисту рідної мови в країнах Євросоюзу не є нагальними. В інших державах Європи, наприклад у Бельгії й Нідерландах, теж стурбовані перевантаженістю нідерландської (голландської) мови англіцизмами. У Німеччині не вважають гострою потребою державне регулювання мовних процесів і заборону використання англіцизмів, хоча в сенаті Берліну вже обговорювалося питання про ухвалення «Закону про захист німецької мови» [5]. На території Франції є кілька діалектів, але в 1994 р. було прийнято закон про мову, в якому за французькою не просто закріплювався статус мови республіки, а й зазначалося, що вона повинна бути захищеною від витіснення іноземними словами та запозиченнями [6]. Згідно з цим законом французька мова є офіційною в документах уряду, на робочому місці, на маркуванні товарів, у комерційних контрактах, ділових комунікаціях тощо. Дія закону не стосується мережевих та електронних засобів інформації, приватних та некомерційних структур. Приводом для такого рішення уряду стало поступове збільшення використання англійської мови в усіх сферах життя французького суспільства, що занепокоїло інтелігенцію й особливо Французьку академію (одну з найстаріших інституцій, що ставить за мету, зокрема, збереження рідної мови) [7].

Рисунок 1.

Частка українськомовного контенту в мовленні вітчизняних телеканалів



Відслідковуючи мовленнєву ситуацію на українському телебаченні, для порівняння візьмемо п'ять провідних телеканалів: «Інтер», «1+1», «СТБ», «Новий канал» на «Перший національний».



«Інтер» – загальнонаціональний телеканал. В українському ефірі він з'явився 20 жовтня 1996 р. Загальне покриття «Інтера» – 99,7 % [8]. Засновниками каналу є ЗАТ «Українська Незалежна ТВ-Корпорація» (до 12 липня 2012 р.), що здійснює мовлення під логотипом «Інтера». Спочатку акціонерами були асоціація «Діловий світ» – 51 %, ТОВ «Пегас телебачення» – 20 % і російське «ОРТ» – 29 %. 1 лютого 2013 р. DF Group, що належить Дмитрові Фірташу, оголосила про купівлю 100 % U.A. Inter Media Group [9].

Канал є двомовним. Хоча він і зазначає, що ця двомовність існує на рівних засадах, баланс між українською та російською мовами є не дуже врівноваженим. Українською випуски «Новин» на «Інтері» виходять щопівгодини з 7 до 9 (з 25 лютого 2013 р.) та о 12 год. Що стосується прайм-тайму (з 18 до 21 години), то тут існує поділ: новини о 18 год. виходять українською, а «Подобиці» о 20.00 – російською. Варто зазначити також і те, що випуски «Новин» тривають від 5 до 15 хв., час виходу в ефір «Подобиць» – стандартно півгодини. На офіційному сайті каналу повідомляється, що у 2012 р. він лідував за показниками телеперегляду всіма основними цільовими аудиторіями [8].

Канал «1+1» вийшов в ефір у вересні 1995 р. З 1997 р. він здійснює мовлення на Другому загальнонаціональному каналі українського телебачення. У 2008 р. стовідсотковим власником телеканалу стала міжнародна медійна корпорація Central European Media Enterprises Ltd. У 2010 р. СМЕ продала 100 % своїх українських активів компанії Harley Trading Limited, яка належить українському бізнесменові Ігореві Коломойському. Технічне покриття території України – 95 % [10].

Ведучі та журналісти на «1+1», навіть знані й імениті, припускаються інколи прикрих помилок: використовують кальки, ставлять неправильні наголоси, порушують норми вимови. У 2007 р. американські інвестори зробили ставку на румунського топ-менеджера, який вирішив змінити редакційну політику, яка отримала назву «барбосизація» і передбачала максимум сенсаційності, скандальності, відсутність ігнорування «жовтуватих» фактів, просту розмовну мову сюжетів, викладених у трохи драматизованій формі. Це, на думку керівництва каналу, рецепт популярного продукту серед аудиторії. Доступно, зрозуміло, видовишно. Такі зміни в позиціонуванні українських каналів з повним нехтуванням журналістськими етичними, а подекуди і професійними нормами обурили багатьох, включаючи і журналістів. У 2008 р. на «Телекритиці» вийшла стаття Н. Лігачової «Барбосизація всієї країни»: «Єдиним винятком з тен-

денції «уявної холдингізації» нашого телепростору є поки що група каналів Віктора Пінчука. ICTV, Новий канал та СТБ поступово позиціонуються за більш вузькими аудиторіями. Але що стосується двох «монстрів» загальнонаціонального телебачення – груп компанії «Інтер» і «1+1» – то тут, за умови «барбосизації» новин всіх телеканалів, що входять до них, з'являється ще одна проблема. Так, вони втрачають довіру «просунутого» глядача. У той же час, при їхньому покритті і рейтингах, вони можуть сприяти зростанню кількості тих глядачів, хто некритично бачитиме світ саме таким, яким його уявляють у «жовтих» комерційних новинах! Тобто фактично телебачення сприятиме реальній «барбосизації» населення України» [11].

Здавалося б, зі своїми технічними потужностями і покриттям 97 % території країни «Перший національний» зобов'язаний бути першим серед рівних на українському телепросторі. Мовлення на ньому здійснює Національна телекомпанія України. Своім завданням НТКУ вважає виробництво і трансляцію програм, орієнтованих на всі без винятку соціальні верстви населення, враховуючи і національні меншини [12].

«Перший національний» – це канал-наступник «УТ-1», державна телекомпанія, що дає їй змогу лишатися першою за територією поширення. Хоча в останні кілька років можна побачити суттєві зміни в оформленні та графіці каналу, зміни візуальні практично не вплинули на зміни концептуальні. На жаль, навіть держаний канал не може претендувати на звання зразкового мовця: русизми, калькування, неправильні наголоси не справляють позитивного враження.

«Новий канал» вперше вийшов в ефір 15 липня 1998 р., але днем народження каналу вважається 15 серпня 1998 р. – дата першого прямого ефіру. З 2002 р. за рейтингами «Новий канал» посідав третє місце після «Інтера» та «1+1», у 2009 р. вийшов на друге місце. Ефірне мовлення каналу покриває понад 80 % території України. Цільова аудиторія віком від 14 до 49 років. У 2012 р. «Новий канал» став лідером України за популярністю серед аудиторії 14–25 років, середня частка каналу в цій цільовій групі за рік становила 12,52 % [13].

Мовленнєва політика каналу демократична і розрахована на щонайширшу аудиторію. Новини тут транслюються українською, що ж стосується розважальних програм та шоу, то через велику кількість російськомовних (часто не вітчизняних) ведучих на каналі під час трансляції розважального контенту українська мова лунає лише перші й останні 30 секунд ефіру («Парад порад», «Хто проти блондинок?», «Ближче до тіла» тощо). Іншим недоліком є зловживання



діалектною мовою. Деякі ведучі, що народилися і виросли в Західній Україні, вважають певною ознакою стилю використання питомо діалектних слів. При цьому слід зважати, що не всі діалектизми відомі широкому колу глядачів. Утім незрозумілі слова можна пояснювати титруванням (що робиться, але далеко не завжди). А от питання вживання варваризмів залишається відкритим. Якщо відстоювати права української мови, то чому б не замінити англіцизми (наприклад, *welcome drinks, sitting room*) українськими синонімами? Іншомовні слова доцільні в термінології чи за відсутності відповідників в українській мові, що буває доволі рідко.

Засновниками каналу «СТБ» є ЗАТ «Міжнародний медіа центр» та корпорація «Інтерньюз нетворк» (США). Уперше вийшов в ефір 2 червня 1997 р. Сьогодні в зоні якісного прийому сигналу «СТБ» перебувають 98 % території України. Телеканал транслюється в усіх населених пунктах з населенням понад 50 000 жителів [14]. Один із небагатьох українських каналів, який використовує в деяких телепередачах, зокрема у випусках новин, окремі правила Харківського правопису (інша назва – Правопис Голоскевича, скрипниківка – правопис української мови, прийнятий 1927 р. демократичним голосуванням на Всеукраїнській правописній конференції, яка відбувалася у місті Харкові) [15].

У 2004 р. контроль над каналом остаточно перейшов до структур, близьких до Віктора Пінчука. Станом на осінь 2012 р. аудиторію каналу становлять жінки віком 20–50 років. У 2012 р. частка «СТБ» за цією цільовою групою становила 13,39 % [14].

Канал відомий насамперед завдяки своїй мові. «Авдиторія», «вподобань», «переходів», «євро», «проект», «спеціальний», «шкло» – всі ці слова незвичні навіть для українськомовного глядача. Це викликає суперечливу реакцію аудиторії. З інтерв'ю літературного редактора «СТБ» Віктора Кабака: *«Його (Скрипниківський правопис. – прим. автора інтерв'ю) взято за основу. Ми намагаємося використовувати всі доступні джерела, а надто до 32–33-го років, коли українській мові завдано найбільшої шкоди. Тоді вона зазнала нищівного удару. Починаючи з 33-го року і вже до 46-го українську мову підганяли під російську. Ми намагаємося уникати таких слів. Харківським правописом ми користуємося активно, багато беремо з тих словників. Я розумію, що на форумі багато людей щиро дивуються, щиро цим переймаються, щиро висловлюються. Але це мовознавство, і воно, як і будь-яка наука, потребує часу. <...> Серед тих людей, які критикують, є і багато фахівців – я певен. Але все одно цьому треба присвячувати все життя. Треба дуже глибоко й ана-*

*літично підходити. Ми понад 10 років намагаємося це робити»* [16]. Тим не менше, незважаючи на активні дискусії щодо мови, канал впевнено торує шлях до вершин рейтингів і приваблює все ширше коло глядачів. Хоча українська мова випусків новин і деяких програм, не означає, що канал є суто українськомовним – в ефірі так само чимало передач, які ведуться російською мовою («Все буде добре», «Кохана, ми вбиваємо дітей», «Куб») або є двомовними («Україна має талант», «Танцюють всі»).

Мовна політика, за визначенням О. Куця, *«є складовою частиною культурної, освітньої, видавничої, інформаційної і, особливо, національної політики. Сьогодні діяльність, зокрема, телебачення та радіомовлення, друкованих засобів масової інформації перебуває у тісному взаємозв'язку з подальшим розвитком української державності та демократії, економічними і духовними змінами у суспільстві. Мові необхідно забезпечити підтримку і захист на загальнодержавному рівні, що стане могутнім фактором консолідації нації»* [17].

Вищенаведені згадки з історії каналів та аналіз їхньої мовленнєвої політики підтверджують те, що думка аудиторії телеканалів залежить від політики їхнього керівництва, яке має власні політичні вподобання.

Усе вищесказане можна підсумувати цитатою з роботи Ю. Єлісєвенка, практика, який уже багато років досліджує українське телебачення: *«Стан культури і техніки мовлення у вітчизняному телевізійному просторі є надто низьким і незадовільним. <...> Полішити стан культури і техніки мовлення можна за умови проведення атестації всіх телевізійних журналістів і ведучих програм, незалежно від форми власності їхніх телерадіоорганізацій. <...> Інтереси державної мови, так само, як і української телевізійної журналістики, потребують державної підтримки процесу організації та проведення постійного й систематичного моніторингу щодо культури і техніки мовлення в телевізійному просторі України. Він повинен стати широкомасштабним і багатоступеневим науковим дослідженням. До нього повинні бути залучені науковці, педагоги, журналісти-практики. Лише за таких умов можна досягти якісних зрушень у справі підвищення рівня мовленнєвої культури тележурналістів»* [18].

Насамкінець слід зазначити, що мало усвідомлювати проблему, потрібно шукати можливі шляхи для її вирішення. Враховуючи проведений аналіз і думки дослідників, можна виокремити три основні напрями, що сприяли б вирішенню мовленнєвих суперечностей:

1) журналісти повинні бути зацікавленими у правильному використанні мови. Це можливо лише за умови, що за кожну помилку з



працівника ЗМІ стягуватиметься штраф (як свого часу було у західних країнах, таких як США та Велика Британія, за використання лайливих слів у ефірі). Політика штрафів була б взаємовигідною: керівництво каналів відслідковувало б помилки у роботі своїх журналістів, а працівники, своєю чергою, прагнули б до уникнення грошових стягнень;

2) саме керівництво має бути зацікавлене в тому, щоб змусити співробітників дбати про чистоту мови. Але для того, щоб визначити межі правомірності дій протилежних сторін, потрібна законодавча база. Як уже було згадано вище, законодавство в переліку своїх норм не містить статей щодо регулювання мовленнєвої політики ЗМІ. За відсутності цих норм не можна говорити про порушення керівництвом телеканалів мовленнєвої політики держави;

3) крім наявності законів, повинне відслідковуватись їх виконання. В Україні існує Комісія з журналістської етики, яка стежить за змістом матеріалів. Сьогодні доцільно вести мову про орган, який контролював би не лише те, що говорять ЗМІ, але й те, як вони це роблять. За умови створення незалежної комісії чи інституції, яка б складалася із знаних мовознавців і мала чіткий перелік норм та вимог, якісний рівень української мови, що лунає з екранів телевізорів, міг би суттєво підвищитися.

Такі питання, як зазначив Ю. Єлісєнко, повинні насамперед стати складовою частиною державної мовленнєвої політики. Лише за умови злагодженої співпраці триумвірату «державна – телебачення – освітня сфера», на думку автора, можливі масштабні якісні зміни у мовленнєвій політиці українських телеканалів.

1. Рада скасувала квоти на українську музику в ефірі та вдвічі зменшила – на національний продукт [Електронний ресурс] // Телекритика. – URL: www.telekritika.ua/news/2011-11-03/66956/.

2. Наурада вилучила графу про мову з ліцензій теле- та радіокомпаній [Електронний ресурс] // Український тиждень. – URL: //tyzhden.ua/News/58239.

3. Сащук Г. Безпекові виміри телепростору : [монографія] / Г. Сащук. – К. : Грамота, 2007.

4. Медведєв О. «А для вас, козлов, субтитры есть». Про мовну ситуацію на українському ТБ [Електронний ресурс] / О. Медведєв. – URL: www.pravda.com.ua/columns/2010/03/23/4884129/.

5. Кургузов А. О. Глобалізація. Мовний аспект : електронний журнал наук. ст. з соціології.

6. Франція [Електронний ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – URL: //en.wikipedia.org/wiki/Франція.

7. Закон Тубона [Електронний ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – URL: //en.wikipedia.org/wiki/Закон\_Тубона.

8. Інтер [Електронний ресурс] // Сайт телеканалу «Інтер». – URL: //inter.ua/uk/about.

9. Інтер (телеканал) [Електронний ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – URL: //en.wikipedia.org/wiki/Інтер\_(телеканал).

10. Студія «1+1» [Електронний ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – URL: //en.wikipedia.org/wiki/1%2B1.

11. Лігачова Н. Барбосизація всієї країни [Електронний ресурс] / Н. Лігачова. – URL: //www.telekritika.ua/nl/2008-08-04/39830.

12. Перший національний [Електронний ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – URL: //en.wikipedia.org/wiki/Перший\_національний.

13. Новий канал [Електронний ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – URL: //en.wikipedia.org/wiki/Новий\_канал.

14. СТБ [Електронний ресурс] // Сайт телеканалу «СТБ». – URL: //stb.ua/company/.

15. Харківський правопис [Електронний ресурс] // Wikipedia, the free encyclopedia. – URL: //en.wikipedia.org/wiki/Харківський\_правопис.

16. Колесник О. Літературний редактор СТБ Віктор Кабак: «Свою мову треба вивчати все життя» [Електронний ресурс] / О. Колесник. – URL: www.stb.ua/news/2009/3/20/24827/.

17. Куць О. М. Мовна політика деяких зарубіжних держав : навч.-метод. посіб. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2011.

18. Єлісєнко Ю. Моніторинг щодо культури мовлення в телевізійному просторі України [Електронний ресурс] / Ю. Єлісєнко. – URL: www.journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1476.

Подано до редакції 25. 10. 2013 р.

**Rens'ka Hanna.**

**The editorial policy of the Ukrainian TV channels: speech aspect (the case of television channels “Inter”, “STB”, “1 + 1”, “Pershyi Natsionalnyi”/“First National” and “Novyi kanal”/“New Channel”).**

This article describes a problem of speech aspect of the editorial policy of the Ukrainian television channels. Among the main issues of speech aspect it is discussed the general culture of broadcasting, state language policy, principles of forming of speech content of broadcast by various television channels, impact of the owners on general language culture. The material is based on the analysis of five nationwide broadcasters – “1+1”, “Novyi kanal”/“New Channel”, “Pershyi Natsionalnyi”/“First National”, “STB” and “Inter”.

**Keywords:** the Ukrainian television channels, audiovisual product, problem of Russification, language policy, “barbosization”, bilingualism, dialectisms, speech culture.

**Ренская Анна.**

**Редакционная политика украинских телеканалов: речевой аспект (на примере каналов «Интер», «СТБ», «1+1», «Первый национальный», «Новый канал»).**

В статье идет речь о речевом аспекте редакционной политики украинских телеканалов. Среди основных проблем речевого аспекта рассмотрены общая культура вещания, государственная языковая политика, основы формирования речевого наполнения эфира разными телеканалами, влияние руководства на общее состояние языковой культуры. В основе исследования – анализ пяти общеукраинских вещателей: «1+1», «Новый канал», «Первый национальный», «СТБ», «Интер».

**Ключевые слова:** украинские телеканалы, аудиовизуальный продукт, проблема русификации, языковая политика, «барбосизация», двуязычие, диалектизмы, речевая культура.

