

Мають місце у мові преси Сумщини і лайливі слова, основну причину появи яких вбачають у суспільних чинниках, таких як економічна нестабільність, бідність, переоцінка світоглядних цінностей. Враховуючи те, що мова є відображенням свідомості й світосприйняття людини, будь-які суспільні зміни одразу ж знаходять у ній своє віддзеркалення. Ось наприклад: «Ну так что? Сумы – город быдла? Когда милиция найдет этих ублюдков (а это уже не сложно!), предлагаю засунуть остатки фонарей им в Согласны? – цитаты из надписи Минаева в фейсбуке (ДС-Экспресс, № 48 – с.2); «Що Ви робите біля цієї смердючої купки лайна на ім'я Мінаєв?» (ВсіСуми Панорама, № 47, с. – А 14); «В Сумах идиоты или сепаратисты хотели перекрыть воду» (ВсіСуми Панорама, №18. – с.А3); «Уродливые и не очень МАФы стали практически нормой в нашем городе» (ВсіСуми Панорама, №12. – с.А16); «Только в среду посадили с КП «Зеленстрой» ели, а в ночь на пятницу, одну голубую ель уже выкопали и утащили. Засранцы.» (Данкор, №16. – с.А3).

Висновки. Аналізуючи мову преси Сумщини, стає очевидним, що вона далека від нормативно-стилістичних норм, таких як правильність, різноманітність, милозвучність. Автори у довільному порядку використовують у текстах аргі і сленг, тим самим пропагуючи жаргонне мовлення, створюють певний стилістичний колорит. І, хоча, мові преси і притаманна певна образність завдяки наявності різних стилістичних прийомів, більшість з них, створені засобами просторічної мови, сленгом або вульгаризмами, а не засобами добірної літературної мови, яка має значні потенційні можливості.

Дубровіна О.,
магістрант

ГАЗЕТА «ЯРМАРОК» ПРО ЗАКОН УКРАЇНИ «ПРО ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОЇ МОВНОЇ ПОЛІТИКИ»

*З'ясовується роль щотижневика «Ярмарок» у формуванні мовної політики в Україні.
Ключові слова: регіональні медіа, щотижневик, мовна політика, мовний закон.*

The article is dedicated to study out the role of the «Yarmarok» newspaper in the formation of the language policy in Ukraine.

Key words: regional media, weekly pablikation, language policy, language law.

Мета – визначити роль газети «Ярмарок» у формуванні державної мовної політики. Об'єкт – медійний контент газети «Ярмарок». Предмет – публікації, присвячені мовному закону.

Резонансною подією в Україні у 2012 році стало прийняття закону «Про засади державної мовної політики», який засвідчив нестабільність державної мовної політики та розпочав процес істотних змін у мовному ситуації. Зрозуміло, що усі медіа тим чи іншим чином відреагували на появу мовного закону. Не стали винятком і місцеві мас – медіа, зокрема обласна щотижнева газета «Ярмарок», яка виходить в обласному центрі, місті Суми. Засновник та видавець – ПП «редакція газети «Ярмарок». Головний редактор – Петренко В.В. Дата заснування – 5 вересня 2000 рік. Видання має 16 чорно-білих та кольорових сторінок формату А3. Тираж одного номера складає 4000–5000 примірників.

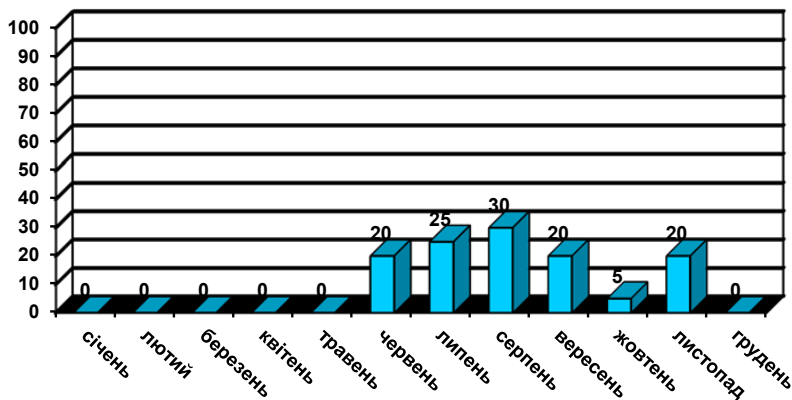
На сторінках щотижневика можна знайти матеріали присвячені актуальним проблемам загальноукраїнського та місцевого значення у сферах політики та еко-

номіки, публікації на теми історії, культури, поради аграріям. Газета «Ярмарок» розрахована на широку читацьку аудиторію, про що свідчить розмаїття її рубрик.

Для аналізу місцевого видання нами було встановлено період від 7 лютого до 31 грудня 2012 року. Перша дата відповідає реєстрації законопроекту у Верховній Раді України. Часові межі становлять майже рік, за період якого відбувалися процеси, пов'язані з поданням, розглядом, ухваленням закону та введенням його в дію. Газета «Ярмарок» за вказаний період часу подає 20 матеріалів, що стосуються теми висвітлення мовного закону: «Гвалтують українську мову» (№ 23), «На захист української мови» (№ 25), «Мова – діамант народу» (№ 26), «Регіоналам подарували язика» (№ 26), «Вороги топчуться по нашій мові» (№ 27), «Таки прийняли...» (№ 27), «Битва за мову» (№ 28), «Президент буде дуже уважно вивчати мовний закон» (№ 29), «Президенту України Януковичу Віктору Федоровичу» (№ 30), «Дожилися...» (№ 33), «Мовний закон набрав чинності» (№ 33), «На Президента – до суду» (№ 33), «Парад одного язика» (№ 34), «Загрози української трагедії зростають» (№ 34), «А з «язиком» допоможуть!» (№ 35), «Язык» наступає» (№ 36), «Захистимо українську Україну!» (№ 37), «Обіцяли відібрати у нас мову...» (№ 42), «Конкурс національної єдності» (№ 47), «Влада наступила на старі граблі» (№ 48).

Висвітлення мовного закону газета «Ярмарок» почала в червні. У цьому місяці кількість надрукованих матеріалів складає 4, що складає 20% від загального числа, у липні – 5 (що становить 25 %). Час, коли кількість публікацій є найвищою, припадає на серпень – 6 (30 %). Зменшення їх чисельності спостерігаємо у вересні 2 (10 %), жовтні 1 (5 %) та листопаді 2 (10%). Останній матеріал, присвячений висвітленню теми мовного закону «Ярмарок» друкує 29 листопада 2012 року (у № 48). (Див. Діаграму № 1).

Діаграма № 1

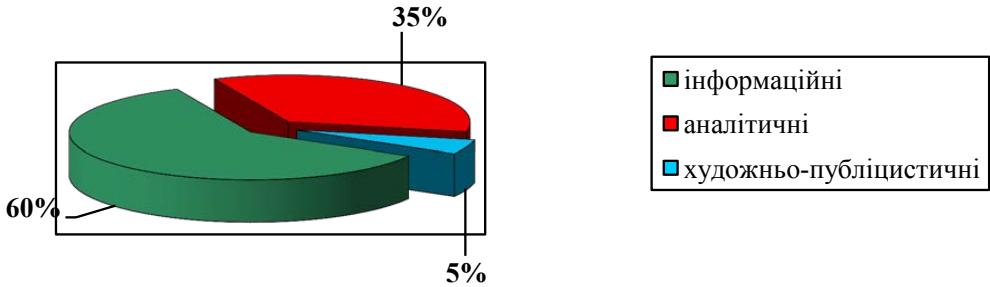


Проаналізувавши матеріали газети «Ярмарок», ми виявили, що за своєю жанровою характеристикою вони відносяться до інформаційної (60 % від загальної чисельності), аналітичної (35 %) та художньо-публіцистичної (5 %) груп жанрів. (Див. Діаграму № 2).

Так, 12 публікацій належать до інформаційних жанрів. Серед них переважає замітка. До аналітичної групи жанрів відносимо 7 публікацій – це статті та листи до високопосадовців. До художньо-публіцистичної групи належить 1 публікація – памфлет.

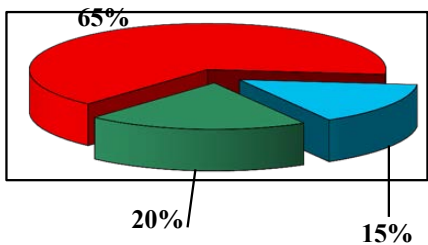
За тематикою проаналізовані публікації можна розподілити на такі групи: - матеріали, що в історичному розрізі порушують проблему значущості української

Діаграма № 2



мови (20 %); - матеріали, які піднімають питання ролі мови у житті людини та самозбереженні нації (65 %); - матеріали, які висвітлюють ставлення проросійськи налаштованих політичних сил України та перших осіб Російської Федерації до прийняття мовного закону (15 %). (Див. Діаграму № 3).

Діаграма № 3



- матеріали, що в історичному розрізі порушують проблему значущості української мови
- матеріали, що піднімають питання ролі мови в житті людини та самозбереженні нації
- матеріали, які висвітлюють ставлення проросійськи налаштованих політичних сил України та перших осіб Російської Федерації до прийняття мовного закону

Місцева газета «Ярмарок», висвітлюючи мовний закон, зосередила свою увагу на подіях, що відбувалися протягом періоду за червень–листопад 2012 року, коли мовний закон інтенсивно розглядався. Частково видання висвітлювало процеси після моменту реєстрації до активного обговорення, та після набуття ним чинності. У публікаціях автори розглянули події та явища, що мали місце під час безпосереднього розгляду поданого законопроекту, його подальшого затвердження Верховною Радою України, підписання Закону Президентом України та введення його в дію в регіонах країни. Газета «Ярмарок» висвітлювала загальнодержавні та регіональні процеси задля панорамного розгляду мовного питання. Матеріали написані в інформаційних та аналітичних жанрах, на основі яких мовна ситуація проаналізована більш глибоко, із застосуванням коментування, представленням протилежних точок зору провідних діячів всіх сфер суспільства та авторського погляду на Закон України «Про засади державної мовної політики».