

«Міністерствопрем'єр», «М1»); 2. Оглушення дзвінкого приголосного в середині слова: – «гли[п]ше», «ва[ш]ко» (Ілля, «Хорошоу», «М1»); 3. Вимова звука [ф] замість [в] нескладового: – «Вони поїдуть або [ф] Туніс, або [ф] Туреччину» (Ігор Пелих, ведучий програми «Галопом по Європах», «ICTV»).

Тепер проаналізую декілька груп помилок окремо. Оглушення приголосних у кінці слова пов'язане з поганою роботою мовного апарату, тому збереження дзвінкості потребує постійної роботи над технікою мови.

Варто сказати окремо про оглушення нескладового «в». Заміна сонорного звука «в» на неприродний для української мови звук «ф», на мою думку, спричинена виключно впливом російської мови.

Окрім оглушення дзвінких, не менш загрозливою у мовленні ведучих молодіжних телепрограм є тенденція до вимови м'яких шиплячих: – «Ви ба[ч'і]ли?» (Ігор Пелих).

З іншого боку, у мовленні окремих ведучих помітна протилежна тенденція: – Ольга Горбачова, ведуча «Мелорами» телеканалу «Інтер»: «Доре[чи]».

Дослідивши проблеми орфоєпії у молодіжних телевізійних програмах, я зробила висновок, що це питання є достатньо гострим та актуальним для українського телебачення і потребує наукового і практичного вирішення.

У процесі дослідження було виявлено чимало порушень мовної норми. На мою думку, це пояснюється тим, що більшість телеведучих віддають перевагу російській мові поза ефіром, що позначається на якості їхнього українського мовлення перед камерою. У зв'язку з цим можна дати кілька рекомендацій: ведучим і журналістам молодіжних телевізійних програм варто дбайливіше ставитися до власної мови, працювати над артикуляцією та засвоєнням морфоєпічних норм.

Можливо, за наявності таких умов рівень культури усної мови зокрема та культури мови загалом значно би підвищився.

*Зибіна В.Р.*  
НТУ «ХП»

## **ЗАПОЗИЧЕНА ЛЕКСИКА В ГАЗЕТІ ТА ПРОБЛЕМИ КУЛЬТУРИ МОВИ**

Актуальність обраної теми обумовлюється тим, що процеси всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації (глобалізації) все більше входять в наше життя. Також посилюється і тенденція інтеграції та уніфікації мов. Таким чином, з'являється величезна кількість запозичених слів. Запозичення завжди були основним джерелом поповнення книжкової мови, їх використання сприймається, як більш престижне. Але це призводить до необдуманого і невиправданого сліпого копіювання іноземних слів. Адже в ЗМІ в перегонах за престижем і «червоним слівцем» намагаються використовувати саме іноземну лексику, що призводить до нерозуміння з боку публіки, а часто і до помилок у вживанні запозичень. Тож, мета мого дослідження –

проаналізувати використання запозичень в сучасних ЗМІ (на прикладі газети «Відомості») і виявити закономірності їх використання.

Серед причин запозичень можна виокремити наступні: політичні, економіко-промислові та культурні зв'язки між народами; потреба деталізувати поняття; тенденція до заміни споконвічного словосполучення одним словом (снайпер – замість «влучний стрілець»); потреба в найменуванні нових явищ, предметів і т.д., нові реалії – нові слова (плейер).

Але повертаючись до теми статті, слід зазначити, що головна проблема запозичення – сліпе копіювання, невиправдане потребами україномовної комунікації.

У першу чергу помилки полягають у невиправданому використанні запозичених слів, що завдає великої шкоди художньому мовленню, воно знецінюється. Також є такий різновид лексичної помилки, як плеоназм. Наприклад, внутрішній інтер'єр, дивний парадокс та інші. Варваризація мови – розширення вживання слів, не до кінця освоєних українською мовою.

Невмотивоване використання іноземної мови приводить до неясності мови широкому колу читачів, важкості сприйняття перевантажених запозиченнями текстів, порушенню стилю.

Найчастіше в газеті «Відомості» зустрічаються запозичення з таких тематик: 1) суспільно-політична лексика: депутат (лат.), консиліум (лат.), парламент (англ.), митного (англ.); 2) фінансово-економічна лексика: інфляція (лат.), бенефіціар (англ), холдинг (англ), тренд (англ.), кластер (англ), реновація (лат.), корпорація (лат.); 3) кулінарна лексика: піца (іт.), капрезе (іт.), министроне (іт.), фуа-гра (фр.); 4) лексика моди: принт (англ.), денім (фр.), кеди (англ.), піджак (англ.); 5) наукова лексика: консиліум (лат.), аномалія (грец.), рефракція (лат.).

*Квітчатка С.*  
НТУ «ХП»

## СЛЕНГ

Сленг – молодіжний жаргон – настільки поширене явище, що словосполучення «сучасний жаргон» асоціюється у мовців саме з ним. Ми є свідками нової хвилі активізації сленгу (після трьох попередніх у ХХ ст.: у 20-і рр., 50-і рр., 79-80 рр.), що цілком відповідає природі функціонування цього маргінального в архісистемі мови явища. Про хвильовість сленгу ще у 60-і рр. писав Д. Ліхачов, пов'язуючи активізацію соціальних діалектів в ретроспективі з перехідними явищами в житті суспільства загалом. Обставини нашого життя свідчать на користь такого твердження.

Сучасний молодіжний жаргон як різновид соціального діалекту за своєю суттю той самий, що й жаргони попередніх років. Мається на увазі насамперед ось що. По-перше, він обслуговує певну соціальну групу, що є його творцем та носієм (і зрозумілий саме їй). По-друге, він значною мірою використовує засоби попередніх етапів свого функціонування, причому не лише власне