

УКРАЇНЬСЬКА БЛОГОСФЕРА ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНИХ ПРОЦЕСІВ

Ірина Бабій,

кандидат педагогічних наук, викладач кафедри українознавства
Львівського державного університету безпеки життєдіяльності

У статті висвітлено особливості сучасної української блогосфери з огляду на соціокультурні та політичні чинники; окреслено мовні особливості цього інформаційного сегменту, проаналізовано види порушень (несвідомі і свідомі) та з'ясовано їх функційну вмотивованість.

Ключові слова: блог, блогосфера, блогер, мовна норма, «бойовий суржик».

The article highlights the features of the modern Ukrainian blogosphere taking into account sociocultural and political factors; the linguistic features of this information segment are outlined, the types of violations (unconscious and conscious) are analyzed and their functional motivation is clarified.

Keywords: blog, blogosphere, blogger, language norm, «fighting surzhik» (elements of two or more languages, combined artificially, without observance of the norms of literary language)

Актуальність. Інтернет сьогодні є одним з дієвих важелів впливу на соціокультурні процеси в українському суспільстві. Його принциповою новацією є можливість для користувачів створювати власний інформаційний продукт й поширювати його на фактично необмежену аудиторію. Один із варіантів такого «продукту» є блоги. Починаючи з 1999 р., блогосфера розвивалася надзвичайно стрімко, а блогерство як довільне, неформальне, часто неупереджене інформування через соціальні мережі, Інтернет-ЗМІ, Інтернет-варіанти традиційних ЗМІ слушно називають народною, громадянською, альтернативною журналістикою. Популярність блогів зумовлює як споживацький попит, так і науковий, зокрема блогосфера стала предметом лінгвістичних (Г. Гермашева, О. Горошко, Л. Іванов, С. Заборовська), соціологічних (Н. Ілюк, А. Білоричка, Л. Шевченко, С. Коноплицький), журналістських (В. Різун, Ю. Нестеряк, Г.Потятинник, В. Іванов, О. Гоян), політологічних (О. Зернецька, Ю. Половинчак) досліджень.

Основний виклад матеріалу. Блог за формою, змістом та функціями пов'язаний з такими письмовими жанрами, як щоденник (з англійської мови «блог» перекладається саме як «щоденник», відтак блогосфера – це сукупність інтернет-щоденників) та листи. Однак блог посідає особнє місце, позаяк його специфіка визначається не лише названими жанрами, а й природою Інтернету. Отож блог як важлива частина сучасного комунікативного простору, характеризується низкою специфічних рис, таких, як глобальність, доступність, легкість публікації, вірулентність, зворотній зв'язок, відкритість спілкування, можливість відновити колишні комунікативні події – усе це перетворює аналізований інформаційний сегмент на ефективний інструментом, що формує політичне, культурне обличчя суспільства.

Незважаючи на глобальний характер аналізованого жанру, існують національні особливості побутування і розвитку блогосфери, адже в кожній з країн політичне, економічне, культурне життя має свою специфіку, що дає змогу говорити про формування національного інформаційного простору.

Одним із ключових показників цього простору в мережі Інтернет виступає мова. Серед окремих українських блогерів і дослідників побутує думка, що український сегмент блогосфери та Інтернету загалом і має визначатися за мовною ознакою. Однак виокремлення й дослідження українського національного інформаційного простору за мовною ознакою, на жаль, не може вважа-

тися репрезентативним, оскільки в умовах білінгвізму в Україні продукується як російськомовний, так і україномовний контент, паралельно з публікаціями іншими мовами, передусім англійською. Отож, «українське» зовсім не означає україномовне. YouTube для блогерів – це передовсім робота, що актуалізує матеріальний чинник, а запит на російськомовний контент значно більший ніж на україномовний, тому бізнес-проект блогера буде більш успішним, якщо орієнтуватиметься на російськомовну аудиторію. Приміром, найбільш популярний український канал Kids Diana Show використовує лише російську та англійську мови, що приносить власникам мільйонні прибутки.

Аналіз 250 українських YouTube-каналів за 2019 р. за кількістю підписників і кількістю переглядів засвідчив, що серед них назбиралось загалом десять україномовних блогерів, причому більшість топових YouTube-каналів, де час до часу звучить українська мова, належить українським телеканалам або їхнім проектам). Лідером україномовного YouTube є блог «Чоткий Пацан» (636 млн. переглядів, 4,2 млн підписників), який створений у жовтні 2014 року і продукує гумористичний та пародійний контент. Дублюючи заголовки до відео російською, команда «Чоткого пацана» свідомо створює відеоматеріали лише українською мовою.

Заслугує на увагу також рейтинг народних блогерів України за 2019 р., що визначав трійку призерів у десяти номінаціях (Подорожі; Мода/Стиль, Краса/Здоров'я; Хобі та ін.), які оприлюднюють свої матеріали здебільшого в Інстаграм або Фейсбуці. Серед тридцяти відзначених блогерів лише десять ведуть свій блог українською мовою, тоді як сімнадцять російською й два англійською мовами.

Ще один блогерейтінг започаткував канал ICTV. За підсумками цього опитування Топ-100 блогерів України 2019 р. очолили україномовні Яніна Соколова, Уляна Супрун – журналісти, громадські діячі, колишні політики, що свідчить про високий рівень політизованості української блогосфери, яка переймає на себе функції громадської журналістики [5]. У своїх дописах названі переможці озвучують свою проукраїнську позицію, погляди, заяви, впливають на свого читача, формують його політичні смаки.

Аналіз української блогосфери та численних рейтингів засвідчив, що вузько-спеціалізованим блогам легше існувати в інтернаціональному вимірі, оскільки їм важлива прихильність щонайбільшої кількості підписників і читачів, і національний чинник тут не є визначальним. Навпаки вітчизняні фуд / тревел / фешен-блоги завдяки універсальності тем та їх публікації російською мовою стають повноцінною частиною російської блогосфери. Водночас у тих сферах, де необхідно висвітлювати національну специфіку певних явищ, формується україномовна тематична та професійна блогосфера. Так, в Україні досить активно розвиваються політичні, юридичні, медичні блоги, карантинні заходи значно активізували педагогічні блоги. Загалом, блоги для професійного спілкування є достатньо перспективними, а їх кількість продовжує зростати.

Своєрідною альтернативою в сучасному українському блогеровому просторі є створення декількох каналів, де публікується те саме відео, але різними мовами. Очевидно, що це вимагає від блогера додаткових зусиль, аби перекласти та озвучити текст, водночас читач обирає, якою мовою слухати пропонований контент.

Ще одним принциповим аспектом в дослідженні української блогосфери є якість та нормативність україномовного контенту. Зазначимо, що у блозі як комунікаційному інструменті спілкування здійснюється здебільшого за допомогою писемних текстів, які зберігають ознаки розмовного стилю, що має усну форму побутування. Таким чином, «...усність, як одна з характерних ознак розмовного стилю в Інтернеті, «переплавляється» в писемну форму» [6]. Визначальною ознакою такого гібридного стилю є спонтанність, що легімітизує числені мовні девіації. Причому порушення мовних норм властиве для інтернет-користувачів усього світу. З огляду на зазначене природно, що першоелементом мовного простору блогосфери стала розмовна, прсторічна лексика, зокрема її емоційно-оцінний,

експресивний пласт, який надає текстам смислової виразності, створює необхідний контекст і підтекст (*от тіки ше, тре, не хвата, тепера, тупонепрошо*) [1]. Це передусім слова з пейоративними та зменшено-пестливими суфіксами (*дуринда,*), діялектні лексеми (*здибанка, шпацер, кав'яр*), суржик (*чоткий*) інвективи та вульгаризми. Прикметно, що відсоток лайки у сучасних блогах надзвичайно високий, однак її не використовують блогери, які репрезентують ЗМІ, органи державної влади та управління. Лексичним маркером текстів українських блогерів є також велика кількість чужомовними слів [2], серед яких транслітеровані запозичення, що пристосувалися до законів української мови (*тролінг, олдскульний, лайкати*) та кальки (*лайк, хештег, пост, репост*). Емоційність, властиву тому-таки розмовному стилю, дописувачі візуалізують за допомогою числених емотиконів, які компенсують невербальні елементи комунікації.

В українській блогосфері можна виокремити два основні види порушення мовної норми: несвідомий і свідомий. Перший є вислідом безграмотності або пов'язаний з технічними огріхами (помилками-описками через неправильне використання клавіш комп'ютерної клавіатури), тоді як другий є зумисним порушенням, що дозволяє блогеру формувати авторський стиль, а відтак залучати щораз більше читачів і підписників. Порушення норм відбувається на всіх мовних рівнях – від фонетичного до синтаксичного.

Блогерам, які свідомо порушують норми не бракує лінгвістичної грамотності, навпаки часто це люди, що мають академічну філологічну освіту. Тому мовні порушення виконують інші функції. Яскравим прикладом такого виду порушень є «бойовий суржик» – явище нове й неоднозначне на теренах українського Інтернету. Виник «бойовий суржик» серед українських фейсбук-блогерів у період Революції Гідності. Творцем нового терміну вважають блогера Свирида Опанасовича (справжнє ім'я – Іван Довганич). Як зазначає сам І. Довганич, час соціальних потрясінь і воєн змушує освічених людей вдаватися до жорсткої, екстремальної мови [7] з елементами обценної лексики. Для ще однієї популярної блогерки Татусі Бо «бойовий суржик» – це спосіб швидко і з гумором розповісти про серйозні речі» [7], водночас вона чітко розмежовує сфери використання суржику й української літературної мови. Названі блогери акцентують на такій принципово важливій в умовах інформаційної війни перевазі «бойового суржика», як «мінімальна машинна перекладність», тому такі тексти зрозумілі українцям, однак є справжнім покаранням для опонентів. Таким чином, «бойовим суржилом» виконує надважливу функцію – ідентифікації, причетності до української спільноти, відмежування «своїх» від чужих.

Функційну відмінність «бойового суржику» від його побутового варіанту підкреслює мовознавиця Л. Масенко: «Запозичення з російської мови «розчиняються», вони починають сприйматися лише як елемент мовної гри з розмаїтим лексичним матеріалом...» [4, с. 159], тому на відміну від вихолощених нормативних текстів, пости, написані «бойовим суржилом», мовою, близькою до тієї, якою розмовляє вулиця, викликають у читачів таких блогів почуття довіри. Л. Масенко переконана, що «бойовий суржик» є проміжним явищем на шляху до українізації російськомовних українців.

Отже, блоги стали невідомою частиною життя українців, місцем, де люди знаходять односторонній. Особливостями розвитку української блогосфери назвати її активну інтервенцію в медіа та високу суспільно-політичну активність та успішність блогерів-громадських активістів, за посередництва яких у суспільстві презентуються і утверджуються певні моделі громадянської, політичної, культурної ідентифікації Інтернет-користувачів. наслідком чого є впливовості, які перемагають у численних блогорейтингах. Суспільно-політичні та комерційні чинники визначають також лінгвістичні особливості української блогосфери, де перемагає чужомовний контент, що засвідчують численні блогорейтинги. Аналіз україномовного контенту виявив, що в Інтернет-комунікації формуються власні критерії нор-

мотворчості й мовні порушення, передусім свідомі мають виразне функційне призначення – увиразнюють авторський стиль, демократизують написане блогером.

Висновок. Відтак приклад успішних україномовних каналів показує, що часто завадою на шляху до успіху є не мова, а продукувати якісний контент і працювати з аудиторією платформи. Особливо бурхливо лексичні інновації розвиваються в мові блогів, автори яких шукають нові засоби мовного оформлення задля збільшення кількості підписників та демократизації написаного. Зразком таких мовних інтернет-новацій є «Бойовий суржик».

Література

1. Бибик С. Стильова розмовна норма та розмовна лексика / Світлана Бибик // Культура слова. 2011. № 74. С. 59-65.
2. Зайцева С. В. Мовні особливості української блогосфери / С. В. Зайцева, Н. В. Левун // Український смисл : науковий збірник / за ред. проф. І. С. Попової. Дніпропетровськ : Ліра, 2016. С.278-290.
3. Інтерв'ю з України. Режим доступу: <https://rozmova.wordpress.com/2014/11/08/svuyud-oranasovych/>
4. Масенко Л. Суржик: між мовою і язиком / Л. Масенко. К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія». 1919. 202 с.
5. Половинчак Ю. Особливості функціонування української блогосфери / Ю. Половинчак // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. 2015. № 42. С. 99-102.
6. Чемеркін С. Функціонально-стильові та жанрові різновиди української мови в інтернеті / С. Чемеринкін // Режим доступу : http://www.interklasa.pl/portal/dokumenty/ridna_mowa_uk/index.php?page=rm26_05
7. VEЖA. Вінницький інформаційний портал. Режим доступу : <https://vezha.vn.ua/tatusya-bo-surzhyk-tse-mova-doviry-i-sposib-tvorennya-smishnogo/>

УДК 130.2:659.123

ТЕЛЕРЕКЛАМА ЯК РЕПРЕЗЕНТАНТ ТОТАЛІТАРНОЇ ІДЕОЛОГІЇ

Дмитро Башманівський,

аспірант кафедри філософії та політології

Житомирського державного університету імені Івана Франка

Розглянуто основні теоретичні підходи до визначення телереклами. Досліджено телерекламу як один із способів впливу на громадську думку та маніпуляції в тоталітарному суспільстві. Проведено паралель тоталітарної телереклами радянського періоду з інформаційними повідомленнями країн-агресорів.

Ключові слова: *тоталітарне суспільство, телереклама, громадська думка, філософія, інформаційне суспільство.*

The article studies the main theoretical approaches to the definition of television advertising. It researches the television as one of the methods of influencing public opinion and manipulating in a totalitarian society. It draws a parallel between the totalitarian television advertising of the Soviet period and the information messages made by aggressor countries.

Keywords: *totalitarian society, television advertising, public opinion, philosophy, information-oriented society.*

Сучасне інформаційне суспільство неможливо уявити без реклами. Маючи можливість проникнення в усі сфери сучасного життя, вона отримала величезні важелі впливу, є вагомим механізмом, за допомогою якого формуються нові мо-