

«1+1»); *Вітаю, студія* (Олена Мацюцька, «1+1»); *А в тебе правда, Сашка, новини на носі; Ало, Галина Василівна, ви працюєте вчителем?* (радіо «Галичина»).

На жаль, такі частотні помилки в мові радіо- та телебачення спотворюють уявлення про нормативність у фонетичній, граматичній структурі української літературної мови. Головне побажання для журналістів та тих, хто готує цих фахівців, — посилення курсів сценічної мови, культури усної мови, роботи з орфоепічними словниками, вправлення у правильному наголошуванні.

Отже, ведучим інформаційних програм варто попрацювати над удосконаленням акцентуаційних, інтонаційних, семантико-стилістичних норм.

Галина Сюта

КРИВЕ ДЗЕРКАЛО МОВИ

Ідея дублювати й субтитрувати фільми іноземного (зокрема й російського виробництва) народилася на початку другого тисячоліття, і всі ми пам'ятаємо, як вона була сприйнята і які бурхливі дискусії викликала. Ті хвили суспільного збурення давно вляглися, і сьогодні маємо визнати, що сама ідея була прогресивною з погляду перспективи популяризації й розширення сфери побутування української мови, утвердження її соціального престижу. Однак реалізація цієї ідеї, на жаль, відбулася за принципом «хотіли, як краще, а сталося, як завжди». Мову, якою говорять герої дубльованих фільмів, ще можна сприймати. А от мова субтитрів — зазвичай кострубата, нежива, беземоційна, вона не відбиває ні духу, ні естетики живого спілкування. Це криве дзеркало нашої мови, яке пропагує, нав'язує користувачам її безкровний і здебільшого нелітературний варіант. Як наслідок — користь від субтитрування дуже сумнівна: російськомовні глядачі за титрами мови не вивчать, українськомовні їх не сприймають, а ті, хто знає добре обидві

мови, відчувають фальш і стильову невідповідність висловлення в оригіналі і його субтитрованого варіанта.

То що ж створює такий загалом непривабливий мовний образ субтитрів? Очевидно, насамперед їх насиченість численними помилками, які майже дзеркально повторюють типи помилок, характерні для інших сфер побутування, але водночас ще й додатково закріплюють їх у мовній свідомості глядачів через візуальний образ. Приклади — найрізноманітніші, зокрема, це форми родового та кличного відмінка: *Ти замовив комплектуючі для комп'ютеру?* (правильно: *комп'ютера*); *Офіціант! мартіні і три лангета* (правильно: *лангети*); *Люда* (правильно: *Лудо*), *ти не бачила мого гаманця?*, *Настуньо* (правильно: *Настуню*), *ми чекаємо..* Проблемними залишаються також применникові конструкції: *по понеділках ми ходимо у боулінг; набридло по чужим кутам тинятися...* (тобто *по понеділках, у понеділок; по чужих кутках*).

Ще одна слабка ланка мови титрів із погляду їх нормативності — вживання українських (тих, що відрізняються від російських) назв держав і міст (*Турція, Словакія, Венгрія, Німеччина, Вена*) та імен (*Дар'я, Нікіта, Філіп, Кірілл, Крістіна*). Цей момент — дуже знаковий, оскільки відбиває хитання у мовній, навіть радше національно-мовній свідомості, коли звичні для українців форми імен *Дарина, Микита, Пилип, Данило, Кирило, Олена, Христина* сприймаються як соціально неprestижні. І левову частку провини за популяризацію таких форм імен можна покласти саме на телебачення.

Спотворений естетичний образ мови інтенсивно нав'язують глядачам через некоректні, нековирні, а іноді й незрозумілі переклади з російської: *Скажи, пусть не дергается* — Скажи, хай не *тіпається* (варіанти: *не тріпочеться, не тріпається* (треба — *не смикається*); *Он так трепетно к тебе относится* — Він так *тріпотливо* до тебе *відноситься* (тобто *ніжно ставиться*); *Скажи ему, пусть берет подушку с матрасом и дуэт в ванную* — Скажи йому, нехай бере подушку з матрасом, і *дме* до ванної та ін.

Спостерігаємо багато калькувань і росіянізмів: *милості прошу* (треба: *ласкаво прошу до столу*; *шляєшся* (треба: *вештаєшся*) *невідомо де*; *Я на тебе два роки угробила* (треба:

занапастила). Думала, одружимося; Він на посадку йшов, а я **проворонив** (треба: прогавив); Ну, народ!.. Нічого **толком** (треба: до пуття) зробити не можуть; **зіжми** (треба: стисни) ручку в кулачок; Ну, що ви всі до мене **прив'язалися?** (треба: причепилися); вона така **одинока** (треба: самотня); **Не затягуйте** (треба: не зволікайте) з вирішенням цієї проблеми; яке у вас фірмове **блюдо** (треба: фірмова страва). Таких прикладів набереться на цілий довідник, але деякі — особливі знахідки: я уже с ног **валюсь** — я уже з ніг **звалююся** (тобто падаю); Ребята, кто же так ставит? **С отвесом надо!** — Хлопці! Хто ж так ставить? **Криво треба!** (тобто з нахилом).

Дуже часто переклад у титрах не враховує змісту епізоду, тому ситуативний оцінний зміст українськомовного варіанта фрази — протилежний первинному. Так, на слова хворого дідуся *Коли мене не стане..*, внучка, перебиваючи, реагує поросійському *да типун вам на язык..*, а по-українському *бодай вам заціпило*.

Насамкінець варто сказати, що у 2005 р., на хвилі активного впровадження закону про обов'язкове дублювання й титрування фільмів українською мовою, був здійснений внутрішній моніторинг якості перекладів однієї з провідних українських студій. Прикро визнавати, але тогочасні мовні хиби практично не відрізняються від помилок, якими рясніє мова титрів сьогодні.

Світлана Терещенко

КУЛЬТУРА МОВИ В ІНТЕРНЕТНИХ ПУБЛІКАЦІЯХ НА ЕКОНОМІЧНУ ТЕМАТИКУ

Засоби масової інформації — це потужний механізм висвітлення політичних, соціальних, економічних процесів, культурного життя країни й світу в цілому. Вони спрямовують свій вплив на спосіб мислення, стиль світосприймання окремої людини й суспільства в цілому, формують тип сучасної