

Вольська А. В., бакалавр, науковий керівник Дзира І. Я., проф.

Київський національний університет технологій та дизайну

ТИПОЛОГІЯ МОВНИХ ПОМИЛОК В УКРАЇНСЬКОМУ СЕГМЕНТІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ (НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕГРАМА)

Анотація. У статті досліджено лексичні, граматичні й пунктуаційні помилки, що побутують у наукових та освітніх текстах соціальної мережі Телеграм. Виконано систематизацію анормативів, зібраних з Телеграма, наведено приклади типових помилок, а також з'ясовано причини їхньої появи.

Ключові слова: мовна норма; відхилення від мовної норми; анорматив; лексичні, граматичні, пунктуаційні помилки.

Volska A., Dzyra I.

Kyiv National University of Technologies and Design

TYOLOGY OF LANGUAGE ERRORS IN UKRAINIAN SEGMENT OF SOCIAL NETWORKS (IN THE EXAMPLE OF TELEGRAM)

Abstract. The article examines the lexical, grammatical and punctuation errors that exist in the scientific and educational texts of the social network Telegrams. The norms collected from Telegram are systematized, examples of typical errors are given and the reasons for their occurrence are clarified.

Keywords: language norm; deviation sfrom language norms; normative, lexical, grammatical, punctuation errors.

Вступ. Кожному сучасному українцю доводилося мати справу з соціальними мережами. У наш час дане середовище є не тільки способом спілкування, але й місцем публікації найсвіжіших новин зі всього світу, а також джерелом отримання освітньо-наукової інформації. Такі програми, як “Facebook”, “Telegram” та “Instagram” користуються великим попитом серед користувачів, дякуючи своєму прогресивному іміджу. Дані ресурси не потребують зайвої реклами через свою популярність, але з кожним днем саме користувачі тих самих програм рекламують платформи за рахунок своєї активності. Люди спілкуються між собою, пишуть пости на різні теми від занотовування особистих спостережень до порушення серйозних політичних тем.

Телеграм є саме такою мережею, де можна не тільки спілкуватися один з одним, але й публікувати різні новини. Саме телеграм-канали з найсвіжішими новинами зараз користуються великою популярністю. Практично вся молодь послуговується даними джерелами інформації. За спостереженнями дослідників, «основною частиною користувачів цієї мережі... є люди, віком від 18 до 24 років, саме тому найпопулярнішими сегментами мережі є канали про ІТ, гумор, наукові досягнення та сектор новин [1, с. 225]. Молодь активно використовує цю платформу у навчальному процесі. Починаючи з листувань з однокласниками щодо домашньої роботи, закінчуючи користуванням навчальними каналами. Щодо спілкування такого типу з однокласниками, то воно дає змогу обговорити зі студентами, наприклад, домашнє завдання, розподілити між собою питання на теми презентацій, допомогти один одному і т. д. Що стосується навчальних каналів, то найбільшою популярністю вони користуються саме в період підготовки до зовнішнього незалежного оцінювання. Велика кількість вчителів/репетиторів створюють власні блоги в Телеграмі на різні освітні теми. За нашими спостереженнями, там публікуються дані щодо джерел інформації (книжки, хрестоматії, методична, допоміжна література з достатньою кількістю практичних завдань, різноманітні правила, формули, ілюстративні, зокрема відеоматеріали, тощо. Також користувачі можуть задавати питання такому вчителю на опубліковані до цього

теми, а згодом і отримати відповіді у форматі відео, прямої трансляції на іншій платформі або ж у вигляді звичайного текстового повідомлення.

Більш того, у час пандемії, коли всі освітні заклади працюють дистанційно, телеграм є важливим засобом спілкування з педагогами. Студенти можуть утворити чат зі своїм викладачем предмету та зі всіма одногрупниками. Такий спосіб листування надає їм змогу задавати й отримувати відповіді на всі питання, що виникають у процесі опрацювання навчального матеріалу. Також на просторі Телеграма студенти полюбляють надсилати домашні завдання викладачам чи проводити безпосереднє спілкування. Це дуже зручно, тому що викладач одразу може прокоментувати помилки, які було допущено, а студент – з'ясувати необхідну для себе інформацію.

Динамічність процесів у сучасному освітньому просторі призвела до того, що його вже неможливо уявити без використання інформаційно-комунікативних технологій. Через це першорядного значення набуває проблема забезпечення якості інтернет-ресурсів та їх інтеграції до навчального процесу. Причому невід'ємною складовою поняття «якості» є поняття «мовленнєвої культури». Але з кожним роком спостерігається все більше і більше нехтувань правописом у середовищі соціальних мереж. На жаль, користувачі українського сегменту не завжди можуть похвалитися високим рівнем володіння нормами сучасної української літературної мови.

Ступінь наукової розробленості теми. У сучасному українському мовознавстві наявні суттєві напрацювання, присвячені мовленнєвій культурі соціальних мереж. Особливо вагомий внесок у висвітлення цієї проблеми зробили І. Мариненко, Л. Харчук, Є. Кулик, О. Бартош [2–4] тощо. Однак питання дотримання мовних норм у окремих мережах, зокрема Телеграмі, все ще потребує спеціальної деталізації.

Постановка завдання. Об'єктом даного дослідження було обрано такий український сегмент соціальних мереж, як Телеграм. Предметом аналізу стали лексичні, граматичні та пунктуаційні помилки, які траплялися в освітньо-наукових текстах вищезазначеної мережі. Авторка поставила завдання проаналізувати різні типи мовних помилок, виконати їх систематизацію та з'ясувати причини розповсюдження.

Результати дослідження. Типовими помилками є калька з російської мови, суржик, недотримання пунктуаційних правил, неврахування чергування прийменників та словосполучень, некоректне використання смайликів та аудіоповідомлень.

Калька з російської мови є однією з найпоширеніших помилок на просторі Телеграма. Калька є одним зі способів запозичення іншомовних слів. В Україні найчастіше так званою «основою» для кальки слугують російські слова. Але потреби в їхньому творенні абсолютно немає, оскільки те чи інше слово в українській мові вже існує (наприклад, калька *«представляє собою»* – правильний варіант *«є»*; калька *«вирішувати проблему»* – правильний варіант *«розв'язувати проблему»*).

Помилки такого типу часто роблять і різні публікатори новин у Телеграмі. Канал «Економічні правила» пише: «Київські маршрутники піднімають ціни на проїзд: збиткові через карантин». Помилковим тут є написання *«піднімають ціни»*, оскільки ціни підвищують, а не піднімають. На канали такого типу підписана велика кількість людей, тому з боку публікатора подібна ситуація не є дозволеною. Це вказує на недостатню освіченість автора та на його низьку мовну компетенцію. Чим більше помилок трапляється на просторі політичних каналів, які постійно переглядають тисячі людей, тим більше ці ж користувачі роблять помилки. На допомогу щодо боротьби з калькуванням та іншими погіршеннями приходять пабліки, в яких мовознавці кожного дня поширюють поради на різні теми з української мови, наприклад «Correctarium», «Українська мова» тощо. До того ж, останній навіть публікує інтерактивні тести для самоперевірки після теоретичного матеріалу.

Наступним у списку йде суржик. Суржик – складові двох або більше мов, які штучно об'єднані без дотримання норм літературної мови. Спілкування такого типу спотворює інформацію, адже співрозмовник може вживати слова, значення яких розуміє тільки він. Ця проблема існує не тільки в Інтернет-просторі, але й у реальному житті. Суржик сприяє багатьом непорозумінням між людьми.

До того ж, суржик часто використовують у соціальних мережах як щось комічне, несерйозне. Велика кількість блогерів пишуть у своїх телеграм-каналах публікації з використанням такої «суміші». При цьому такі індивіди можуть завойовувати серця мільйонів прихильників. Окремі науковці позитивно ставляться до перенасичення текстів жаргонізмами, суржигом чи навіть згрубіло-лайливими словами, вважаючи, що воно «сприяє реалізації принципу діалогічного мовлення, тобто контактовстановлення з читачем, тому що вживання такої лексики є засобом стилізації неофіційного, невимушеного, фамільярного спілкування... привертання уваги читача» [5, с. 431]. Проте використання стилістично зниженої, а тим більше лайливої лексики є неприпустимим для освітньо-наукових матеріалів, оскільки призводить до руйнації стилістичних і лексичних норм, а також «засвідчує пейоризацію мови згори» [6, с. 13].

Загалом лексична картина дослідженого нами освітньо-наукового сегменту Телеграма має такий вигляд: номативна лексика – 80%, суржик – 5%, ненормативна лексика – 5%, лексичні помилки – 10%.

Як відомо, граматичні помилки поділяються на словотвірні, морфологічні та синтаксичні. Слід зауважити, що порушення словотвірних норм трапляється в Телеграмі не дуже часто й пов'язане передусім з використанням російськомовних афіксів при творенні зменшено-пестливих форм власних імен людей (*Владік, Славік, Толік* тощо).

До морфологічних помилок належать «такі ненормативні утворення що не відповідають формальному вираженню хоча б однієї з граматичних категорій роду, числа, відмінка, ступеня порівняння, особи, часу, способу, стану, виду» [7, с. 13]. Типовими порушеннями морфологічних норм у Телеграмі є неправильне утворення форм роду, числа і відмінка (*якість парфума; цього приклада немає у книжці; на базі підручнику*), неправильне утворення форм ступенів порівняння прикметників і прислівників (*самий популярний; найновіші новини; найбільш креативніша презентація*), ненормативно утворені форми дієслова (*намагаючийся, навчаючийся, ознайомившийся*).

Найчастіше в Телеграмі трапляються такі відхилення від синтаксичних норм, як неправильне узгодження форм слів (*на станції Лівобережній; чотири студента; чотири хлопчика*), недотримання правил керування (*дякую вас, навчання математиці, контрольна робота по фізиці, перший по списку*), неправильне узгодження форм підмета та присудка (*більшість доповнень не були озвучені; сім студентів покинуло пару; двадцять один студенти*), неправильне вибудовування рядів однорідних членів речення (*Наш обов'язок – вчасно закінчити і презентування стартапу; у зустрічі взяли участь студенти і молодь, підлітки і школярі*).

Також на просторі Телеграма нерідко можна зустріти такі мовні відхилення, як неврахування чергування сполучників *й/та/і* та прийменників *зі/із/з*. Правила милозвучності існують для легкої вимови, але й у листуванні варто дотримуватись цих вимог.

Далі йде недотримання пунктуаційних правил. Велика кількість людей користується соціальними мережами задля того, щоб зекономити свій час на телефонній розмові. Тому на допомогу і приходять листування. Але при цьому люди лінуються й розставляти розділові знаки. Через уникання розділових знаків повідомлення може набути іншого сенсу чи загубити його в цілому. При порушенні правил такого типу

зникають особливості вимови при читанні повідомлення. Навіть орфографічні відхилення не є настільки страшними, як пунктуаційні, оскільки вони не в змозі спричинити такі непорозуміння. Можливо, такий спосіб листування має право на існування, але тільки у чаті з друзями, але аж ніяк не в діловій розмові чи освітньо-науковому тексті. Через те, що речення є засобом вираження та формування думок і почуттів, їх правильне пунктуаційне оформлення має зв'язок з процесами мовлення і мислення. Цілком погоджуємося з думкою С.Г. Чемеркіна, що тенденція до відхилення від синтаксичних і пунктуаційних норм здебільшого простежується в діалогічних жанрах, коли спілкування відбувається в умовах обмежених комунікаційних ресурсів [8, с. 30].

Звісно, текстові повідомлення були створені саме для полегшення життя, але деякі додаткові функції на платформах листування часто створюють нові незручні ситуації та непорозуміння.

Користування смайликами. Вживання смайликів не можна назвати саме мовною помилкою, але їх вживання є коректним не в усіх типах листування. Наприклад, у чаті з близькими вам людьми, з сім'єю або друзями смайлики будуть доречними, але у діловому листуванні з керівництвом або ж з діловим партнером краще уникати їх використання. Якщо ж це робочий лист, то їх використання взагалі неприпустиме, адже відправник посилання такого типу буде виглядати менш компетентним, ніж той, що надіслав лист без використання смайликів.

Використання аудіоповідомлень. Аудіоповідомлення – це зло для співрозмовника, тому що їх не завжди зручно прослуховувати, важко знайти потрібну частину в чаті, а також вони створюють ряд інших незручностей. Більш коректним було б попередити заздалегідь та не надсилати повідомлення такого типу співрозмовнику. Якщо ж часу дійсно немає або є необхідність щось обговорити, то аудіоповідомлення має бути коротким і по суті. Але в такій ситуації краще домовитись про телефонну розмову, ніж надсилати п'ять записів по дві – три хвилини, у яких ваш співрозмовник точно чогось не почує й буде перепитувати. При опитуванні користувачів Телеграма, було почуто величезну кількість думок, що стосуються використання аудіоповідомлень. Деякі з них: «Люди записують такі повідомлення через те, що їм незручно написати звичайне текстове. Але все ж мета розмови саме бути почутим та зрозумілим співрозмовнику, тому я сприймаю це як неповагу. Ніколи не користуюсь таким типом листування»; «Від великої кількості аудіо смс стає не по собі, таке уявлення, що не відповів на телефонні дзвінки, а при прослуховуванні не можу виділити ключові слова, мету, з якою співрозмовник до мене звертається. Одним словом, не підтримую». Але не обійшлося і без позитивних відгуків: «Коли час відсутній і терміново треба надіслати важливу інформацію співрозмовнику – це найкращий вибір». Але виходячи з вищезазначених відгуків зрозуміло те, що все ж більша кількість користувачів намагається уникати такого типу листування.

Скорочення. Вони виражають неповагу до співрозмовника. Не всі однаково їх сприймають. Хтось сприймає це як оптимізацію часу, а хтось – як прояв неповаги, ніби відправник полінувався написати слово повністю. Але все залежить від контексту, від того, скільки часу людина витратила на те, про що йде мова в листуванні. Тому «ок» замість розгорнутої відповіді може бути образливим для того, хто виконав велику кількість роботи та витратив на неї багато енергії, особливо, якщо мова йде про листування з приводу роботи. Спілкування в чаті, як і в реальному житті, потребує налагодження контакту.

Насамкінець також слід висловити деякі міркування щодо листування з незнайомими вам людьми. Наприклад, на форумі ви побачили вакансію щодо цікавої для

вас роботи та вирішуєте зв'язатися з представником установи, організації чи підприємства оффлайн. Надсилаєте резюме, все ніби йде якнайкраще, і ви вирішуєте надіслати аудіоповідомлення з подякою. Але наголошу, що особисто в и цю людину не знаєте. Люди бувають різні, й може статися таке, що вам доведеться листуватися з людиною з обмеженими можливостями, наприклад глухонімою. Таким чином, ви поставите співрозмовника в дуже незручне становище, а самі будете відчувати себе винним. Тому в листуванні з незнайомими людьми користуватися аудіо не рекомендовано.

Висновки. Отже проведене дослідження не дає підстав стверджувати про розширення культурного простору української мови в українському сегменті соціальних мереж. Навпаки комунікація в Телеграмі, а саме значний відсоток іншомовних зразків, кальок, згрубілої лексики, а також орфографічних помилок свідчить про наявність чітко виражених тенденцій до варваризації та деградації мови. Перспективу подальших досліджень убачаємо в пошуку дієвих засобів до подолання існуючих відхилень від мовних норм.

Список використаної літератури

1. Химиця Н., Скиба Т. Особливості практики застосування соціальної мережі Telegram серед української молоді. *Інформація, комунікація, суспільство 2019: матеріали 8-ї Міжнародної ІКС-2019*. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2019. С. 224–225.
2. Мариненко І. Типологія мовних помилок в українському сегменті соціальних мереж (на прикладі твіттера). *Діалог мов – діалог культур. Україна і світ. VIII Міжнародна наукова інтернет-конференція з україністики (Мюнхен, 4–6 листопада 2017 р.)*. Мюнхен: Ун-т Людвіга-Максиміліана, 2018. С. 87–101.
3. Харчук Л. Мережевий мовленнєвий етикет в умовах сучасної комунікації. *Інформація, комунікація, суспільство 2020: матеріали 9-ї Міжнародної наукової конференції (21–23 травня 2020)*. Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2020. С. 128–129.
4. Кулик Є., Бартош О. Культура віртуального спілкування. Київ, 2010. 65 с.
5. Касаткіна-Кубишкіна О. До питання залучення знижених (позалітературних) мовних засобів до сучасного публіцистичного дискурсу (на матеріалах англomовних газет). *Слова в кантексте часу*. Минск, 2014. 2/1. С. 429–435.
6. Ставицька Л. Арго, жаргон, сленг: соціальна диференціація української мови. Київ: Критика, 2005. 462 с.
7. Бондаренко Т. Г. Типологія мовних помилок та їх усунення під час редагування журналістських матеріалів: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 – Журналістика. Київ, 2003. 20 с.
8. Чемеркін С. Г. Українська мова в Інтернеті: позамовні та внутрішньоструктурні процеси. Київ, 2009. 240 с.